

Kaag en Brassem

centrumontwikkeling Roelofarendsveen



distributieplanologisch onderzoek

Kaag en Braassem

distributieplanologisch onderzoek centrum- ontwikkeling Roelofarendsveen

identificatie

projectnummer:

081530.16829.00

projectleider:

drs. J.H.M. Seerden

auteur(s):

drs. G. Welten

planstatus

datum:

23-05-2012

opdrachtgever:

Centrumplan Roelofarendsveen VOF i.o.

Inhoud

1. Inleiding	blz. 3
2. Analyse	5
2.1. Winkelaanbod marktgebied: Roelofarendsveen, Oude Wetering en Nieuwe Wetering	5
2.2. Economische analyse beoogde winkelprogramma	9
2.2.1. Afronding centrumgebied	10
2.2.2. Uitgangspunten	10
2.2.3. Economische analyse sector dagelijkse goederen	15
2.2.4. Economische analyse sector niet-dagelijkse goederen	17
2.3. Kwalitatieve analyse	19
2.3.1. Dagelijkse goederen	19
2.3.2. Niet-dagelijkse goederen	20
2.3.3. Conclusie	23
3. Conclusie	25

Bijlagen:

1. Ontwikkelingen in de detailhandel.
2. Bezoekmotieven winkelgebieden.
3. Bestemming winkelbestedingen gemeenten rond Kaag en Braassem.

Aanleiding

Centrumplan Roelofarendsveen VOF heeft de mogelijkheid om bijna 7.000 m² bvo commerciële ruimte te ontwikkelen op een locatie in het centrum van Roelofarendsveen. Ten behoeve van deze ontwikkeling is een indicatief programma opgesteld met daarin circa 5.200 m² bvo detailhandel – een supermarkt (Vomar), een warenhuis en overige detailhandel in food en non-food. Basis voor dit programma is het DPO voor het centrumgebied uit 2007 (DPO Centrum Roelofarendsveen, Goudappel Coffeng, 2007). Inmiddels is dit onderzoek bijna vijf jaar oud en bestaat de behoefte aan een actueel DPO. Dit onderzoek moet inzicht geven in de haalbare omvang – en op hoofdlijnen – de haalbare invulling van de ontwikkeling.

Vraagstelling

Met de resultaten van het onderzoek wordt de volgende vraag beantwoord.

'Is het beoogd winkelprogramma ruimtelijk-economisch passend voor de beoogde locatie?'

Om deze vraag te kunnen beantwoorden worden de volgende aspecten meegenomen in het onderzoek:

- de winkelstructuur van Roelofarendsveen en omgeving;
- de omvang en de aanwezigheid van winkelbranches en -formules;
- de algemene trends in de detailhandel;
- de bevolkingsontwikkeling.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt een analyse gemaakt van de huidige marktomstandigheden in de detailhandel in de gemeente Kaag en Braassem. Ook is in dit hoofdstuk de toets van de haalbaarheid van het beoogde winkelprogramma aan de orde.

De belangrijkste resultaten van de analyses staan in hoofdstuk 3.



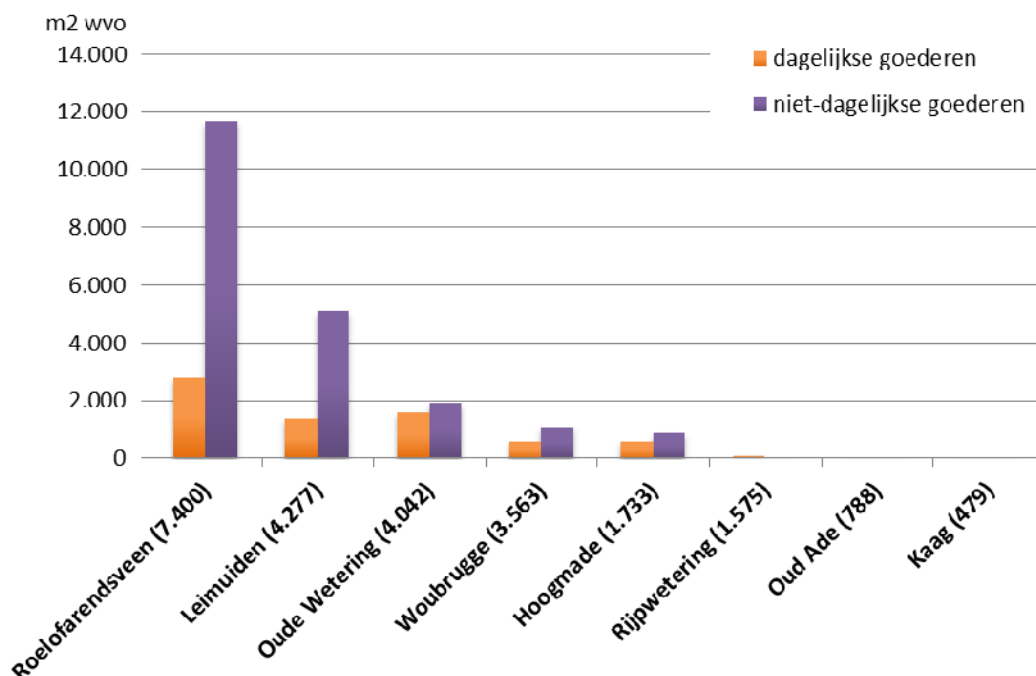
Figuur 2.1 Luchtfoto gemeente Kaag en Braassem (Google Earth)

Allereerst wordt een analyse gemaakt van de omvang, de samenstelling en de ruimtelijke structuur van het winkelaanbod in de gemeente Kaag en Braassem (paragraaf 2.1). Vervolgens is een analyse van de huidige marktomstandigheden en de mogelijkheden voor toekomstige ontwikkeling onderwerp van paragraaf 2.2. Een kwalitatieve analyse van de invulling van het winkelprogramma is aan de orde in paragraaf 2.3. In paragraaf 2.4 wordt het beoogde winkelprogramma op ruimtelijk-economische haalbaarheid getoetst.

2.1. Winkelaanbod marktgebied: Roelofarendsveen, Oude Wetering en Nieuwe Wetering

Winkelaanbod gemeente

De kern Roelofarendsveen heeft het meest omvangrijke winkelaanbod van de gemeente Kaag en Braassem (figuur 2.2).



Figuur 2.2 Omvang winkelaanbod (in m² wvo¹⁾) naar sector per kern in de gemeente Kaag en Braassem met inwonertal aangegeven (gemeente Kaag en Braassem, 2012 en Locatus, februari 2012)

1) Wvo staat voor 'winkelvloeroppervlak': het deel van de winkel dat voor consumenten toegankelijk/zichtbaar is (exclusief magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten). Dit is doorgaans circa 80% van het bruto vloeroppervlak.

Met name het aanbod in de niet-dagelijkse goederen ('winkelen') heeft een ruime omvang in Roelofarendsveen. Ook in de dagelijkse goederen ('boodschappen') is het winkelaanbod groter dan in bijvoorbeeld de kernen Oude Wetering en Leimuiden. Verwacht wordt dat de kern een functie heeft voor de inwoners van omliggende kleinere kernen.

In de kernen Rijpwetering, Oude Ade en Kaag is slechts incidenteel winkelaanbod aanwezig. Deze winkels hebben geen volwaardige functie voor de dagelijkse boodschappen van inwoners van die kernen. Het beperkte inwonertal van die kernen maakt ook dat er in beginsel onvoldoende draagvlak is voor een basisaanbod in boodschappen.

Supermarkten

De kernen Roelofarendsveen, Oude Wetering en Leimuiden beschikken over allen over één fullservice-supermarkt (tabel 2.1). Nieuwe fullservice-supermarkten worden momenteel gebouwd met een gemiddelde omvang van meer dan 1.500 m² wvo. Alleen de Plus in Roelofarendsveen voldoet aan deze omvang. Naar verwachting heeft deze winkel een functie voor de gehele gemeente.

Hoogmade en Woubrugge beschikken over een beperkt basisaanbod aan winkels, waaronder een buurtsuper van gemiddelde omvang, respectievelijk Coop en Spar. Naar verwachting zal een groot deel van de inwoners van deze kernen voor de week-/weekendboodschappen supermarkten buiten de kern bezoeken.

Tabel 2.1 Supermarkten naar omvang in m² wvo in de kernen van de gemeente Kaag en Braassem

	Roelofarendsveen	Oude Wetering	Leimuiden	Hoogmade	Woubrugge
Plus	1.600				
Digros		1.100			
Mcd			990		
Coop				582	
Spar					480

Winkelaanbod in het marktgebied: Roelofarendsveen, Oude Wetering en Nieuwe Wetering

Voor de analyse is ervan uitgegaan dat Roelofarendsveen en de kernen Oude Wetering en Nieuwe Wetering functioneren als één marktgebied (figuur 2.3). Het centrum van Roelofarendsveen heeft dan ook de primaire functie als hoofdwinkelgebied voor inwoners van deze drie kernen. In de analyse worden deze drie kernen daarom als een geheel beschouwd. De kern Roelofarendsveen heeft 7.400 inwoners, in Oude Wetering wonen personen 4.042 en in Nieuwe Wetering 646 personen – in totaal heeft het marktgebied dus 12.088 inwoners. De omvang van het winkelaanbod in het marktgebied blijft in het merendeel van de branches achter de gemiddelde omvang in kernen met een vergelijkbaar inwonertal (figuur 2.4).

Dagelijkse goederen

De omvang van het winkelaanbod in dagelijkse goederen is kleiner dan het gemiddelde. Het feit dat zowel Roelofarendsveen als Oude Wetering beide beschikken over één supermarkt is hiervoor een belangrijke oorzaak. Binnen de sector dagelijkse goederen zal het winkelaanbod momenteel een functie hebben voor omliggende kernen.

Niet-dagelijkse goederen

Opgemerkt wordt dat winkelaanbod in de branche warenhuis ontbreekt in het marktgebied. In kleinere marktgebieden is steeds vaker een warenhuis te vinden. Dit is dan doorgaans een filiaal van de Hema of, in enkele gevallen, een zelfstandige die er van oudsher gevestigd is. De omvang van winkelaanbod in de branches kleding & mode, schoenen & lederwaren, juwelier & optiek en huishoudelijke & luxe artikelen is kleiner dan de gemiddelde omvang in qua inwonertal vergelijkbare kernen.

Een functie voor omliggende kernen van het winkelaanbod zal naar verwachting bestaan in de branche doe-het-zelf. Vanwege de aanwezigheid van een grootschalige bouwmarkt en sanitairwinkel beschikt het marktgebied namelijk over een ruim aanbod in deze branche.

Spreiding winkelaanbod in relatie tot het bezoekmotief van consumenten

Winkelgebieden zijn gericht op een bepaald 'bezoekmotief' van consumenten. In bijlage 2 wordt dieper ingegaan op de verdeling van winkelgebieden naar bezoekmotieven. Voor een belangrijk deel zijn deze bezoekmotieven gerelateerd aan de samenstelling van het winkelgebied.

Boodschappen-plus

Geconcludeerd wordt dat het centrum van Roelofarendsveen te karakteriseren is als een gebied voor het doen van boodschappen, waar ook gewinkeld kan worden. In dit verband wordt ook wel gesproken van een 'boodschappen-plus-centrum'.

Een groot deel van de winkels binnen het marktgebied bevindt zich in het centrumgebied van Roelofarendsveen (tabel 2.2). Het oppervlak van de verspreid gelegen winkels, is echter groter. Dat wordt veroorzaakt door enkele grootschalige aanbieders in de branches doe-het-zelf en wonen (zoals een bouwmarkt en een baby(meubel)zaak). De doelgerichte aankopen worden binnen de kern gedaan bij verspreid liggend aanbod in de branches plant & dier, doe-het-zelf en wonen.

Tabel 2.2 Samenstelling detailhandel in het marktgebied (Locatus, februari 2012)

	centrum Roe- lofarendsveen		centrum Oude Wetering		verspreid gelegen aanbod	
	aantal verkoop- punten	opper- vlak (m ² wvo)	aantal verkoop- punten	opper- vlak (m ² wvo)	aantal verkoop- punten	opper- vlak (m ² wvo)
dagelijkse goederen	12	2.741	7	1.522	2	150
kleding & mode	5	967	0	0	1	561
schoenen & lederwaren	0	0	0	0	1	328
juwelier & optiek	2	135	0	0	1	25
huishoudelijke & luxe arti- kelen	1	493	0	0	0	0
sport & spel	1	280	0	0	1	190
media	1	320	0	0	0	0
plant & dier	5	880	1	55	2	1.153
bruin & witgoed	1	215	1	30	1	80
auto & fiets	1	156	1	215	2	214
doe-het-zelf	1	40	0	0	6	4.794
wonen	1	235	0	0	3	1.799
detailhandel overig	0	0	0	0	1	450
totaal	31	6.462	10	1.822	21	9.744

Het centrum van Oude Wetering heeft een beperkt winkelaanbod. Hoofdzakelijk voor dagelijkse goederen kunnen de inwoners van het marktgebied in dit centrum terecht.

Geconcludeerd wordt dat binnen het marktgebied het centrum van Oude Wetering de functie heeft van een buurtwinkelcentrum.

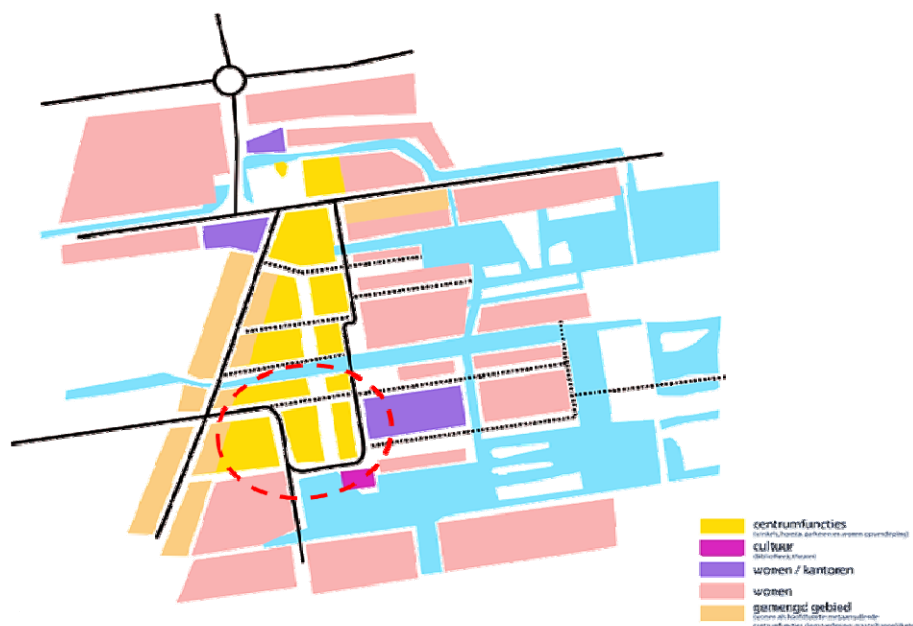
Gelet op de omvang en de samenstelling van het winkelaanbod is het centrum van Roelofarendsveen het hoofdwinkelgebied voor het gehele marktgebied. Naar verwachting kan dit winkelgebied ook een functie hebben als centrale aankooplocatie voor overige kernen in de gemeente.

De inwoners van Roelofarendsveen kunnen in het centrum terecht voor de boodschappen (bij supermarkten, versspeciaalzaken en winkels in persoonlijke verzorging). Ook het merendeel van de winkels in frequent benodigde niet-dagelijkse goederen (zoals kleding, huishoudelijke artikelen, media, bloemen/planten en dergelijke) bevindt zich hier. Een winkel in schoenen ontbreekt in het centrumgebied. Deze bevindt zich echter – samen met een modewarenhuis en enkele andere bedrijven – op een locatie aan de weg Noordeinde even ten zuiden van het centrumgebied. Er wordt van uitgegaan dat een deel van deze winkels op termijn wil verhuizen naar het centrum.

Belangrijk voor een boodschappen-plus-centrum is een sterk en compleet aanbod aan supermarkten als trekker van consumenten. Dit aanbod wordt aangevuld met een compleet aanbod aan versspeciaalzaken en een breed aanbod in frequent benodigde niet-dagelijkse goederen. Anders gezegd: voor alle frequente aankopen moeten aanbieders aanwezig zijn. Enige versterking van het winkelaanbod is daartoe gewenst. Voor een breed en diep aanbod in mode, schoenen en luxe artikelen echter zullen inwoners van de kern en omgeving het stadscentrum van Leiden of Alphen aan den Rijn bezoeken.

2.2. Economische analyse beoogde winkelprogramma

De economische analyse van de marktomstandigheden vindt plaats door de berekende (toekomstige) omzet van de detailhandel in Roelofarendsveen (op basis van de bestedingen, koopkrachtbinding en -toevloeiing) te confronteren met de gemiddelde omzet die het aanwezige winkelaanbod in dagelijkse goederen nodig heeft om bedrijfseconomisch goed te kunnen functioneren.



Figuur 2.5 Functiekaart uit Centrumvisie Roelofarendsveen (SRO, 2009) met ontwikkelingslocatie aangegeven (rood; indicatief)

2.2.1. Afronding centrumgebied

De nieuwe centrumontwikkeling is beoogd in een gebied grenzend aan de zuidkant van het huidige centrum (figuur 2.5). Het vormt daarmee de afronding van het centrumgebied, zoals afgebakend in de gemeentelijke visie op het centrumgebied (Centrumvisie Roelofarendsveen, SRO, 2009).

Het totale beoogde programma voor het gebied heeft een omvang van 6.890 m² bvo en bestaat uit de volgende onderdelen:

- detailhandel totaal : 5.200 m² bvo;
- horeca en dienstverlening totaal : 650 m² bvo;
- cultuur en gezondheidscentrum totaal : 1.040 m² bvo.

Winkelprogramma

Het beoogd winkelprogramma (5.200 m² bvo) is uitgesplitst in de volgende onderdelen:

- supermarkt (Vomar) : 2.100 m² bvo (inclusief expeditie);
- warenhuis : 500 m² bvo;
- mode-warenhuis : 525 m² bvo;
- versspeciaalzaken : 200 m² bvo;
- overig niet-dagelijkse : 1.875 m² bvo.

Dit programma is te verdelen in dagelijks goederen – supermarkt en versspeciaalzaken – en niet-dagelijkse goederen.

Het winkelprogramma in dagelijkse goederen heeft een totale omvang van 2.300 m² bvo. Dit komt neer op circa 1.850 m² wvo (= 80% x 2.300). De beoogde supermarkt is een filiaal van Vomar.

De totale omvang van het winkelprogramma in niet-dagelijkse goederen is 2.900 m² bvo. Een deel van het beoogd programma betreft verhuizing. Vooralsnog wordt ervan uitgegaan dat het mode-warenhuis (à 525 m² bvo) naar het nieuwe centrum verhuist vanaf het Noordeinde tezamen met de naastgelegen schoenenzaak van 450 m² bvo. In totaal betreft het 975 m² bvo detailhandel uit verhuizing. Beide winkels bevinden zich in de sector niet-dagelijkse goederen, waardoor de totale uitbreiding in deze sector uitkomt op 1.975 m² bvo. In winkelvloeroppervlak is dit circa 1.580 m² wvo (= 80% x 1.975).

Complementaire supermarkt in het centrumgebied

Het centrum van Roelofarendsveen beschikt momenteel over een Plus-supermarkt. Deze supermarkt bevindt zich in het midden/hoge prijssegment en heeft een breed en diep productaanbod met een nadruk op luxere kruidenierswaren. Zo is Plus regelmatig uitgeroepen tot beste 'wijnsupermarkt'.

Het assortiment en prijsstelling van Vomar is complementair aan Plus. Vomar is gericht op het lagere prijssegment. Het productaanbod in kruidenierswaren is enigszins beperkter dan van Plus, maar er is wel een fors assortiment in de laagst geprijste kruidenierswaren aanwezig; vergelijkbaar met het basisaanbod van een Aldi-vestiging.

In totaal biedt een gemiddelde Vomar-vestiging circa 16.000 afzonderlijke producten aan – tegenover meer dan 20.000 artikelen in een grotere Plus-supermarkt – tegen prijzen die te vergelijken zijn met Dirk/Bas/Digros, Hoogvliet, Jumbo en ook steeds meer met Lidl. Het assortiment van Vomar is wel uitgebreider dan dat van Dirk/Bas/Digros en van Lidl.

2.2.2. Uitgangspunten

Voor de analyse is ervan uitgegaan dat Roelofarendsveen en de kernen Oude Wetering en Nieuwe Wetering functioneren als één marktgebied. Het centrum van Roelofarendsveen heeft dan ook de primaire functie als hoofdwinkelgebied voor inwoners van deze drie kernen. In de analyse worden de drie kernen als een geheel beschouwd.

De analyse naar het distributieplanologisch effect van de ontwikkeling wordt uitgevoerd op basis van de volgende uitgangspunten:

1. het inwonertal van het marktgebied;
2. de omvang van het winkelaanbod naar sector in het marktgebied;
3. de gemiddelde vloerproductiviteit naar sector;
4. de bestedingen in de detailhandel naar sector;
5. de koopkrachtbinding en -toevloeiing in het marktgebied.

Inwonertal

Het marktgebied van het centrum van Roelofarendsveen bestaat uit de volgende kernen:

- Roelofarendsveen : 7.400 inwoners;
- Oude Wetering : 4.042 inwoners;
- Nieuwe Wetering : 646 inwoners;

In totaal heeft het marktgebied : 12.088 inwoners.

Inwonertallen per 01-01-2012 verkregen van gemeente Kaag en Braassem.

Prognose optimale situatie nieuwbouw van woningen

De gemeente Kaag en Braassem gaat ervan uit dat er binnen nu en 5 jaar circa 560 woningen bijgebouwd gaan worden in Roelofarendsveen (50 op Veilingvaart, 220 Westend en 290 in Centrum). Vervolgens wordt ervan uitgegaan dat dit bouwtempo kan worden doorgetrokken tot 2030, waarbij de gemiddelde woningbouwproductie in de Roelofarendsveen, Oude Wetering en Nieuwe Wetering uitkomt op gemiddeld 100 woningen per jaar.

Vanwege de trend van huishoudensverkleining wordt er voorzichtig uitgegaan van een gemiddelde van 2 personen per woning. Op basis daarvan zou met de volgende toekomstige bevolkingsprognose voor Roelofarendsveen rekening kunnen worden gehouden:

- 2015: 12.690 inwoners;
- 2020: 13.690 inwoners;
- 2025: 14.690 inwoners;
- 2030: 15.690 inwoners.

Prognose gematigde nieuwbouw van woningen

In de voorgaande prognose is uitgegaan van de optimale situatie. Gelet op de huidige staat van de woningmarkt zal – zeker in het begin – het beoogde bouwtempo niet worden gehaald. De datum waarop alle woningen zijn gerealiseerd verschuift daarmee naar achter. Wij gaan daarom in de analyse uit van een lager gemiddeld bouwtempo van 50 woningen per jaar tot 2030. Dit leidt tot de volgende bevolkingsprognose:

- 2015: 12.390 inwoners;
- 2020: 12.890 inwoners;
- 2025: 13.490 inwoners;
- 2030: 13.990 inwoners.

Omvang winkelaanbod

Dagelijkse goederen

Het winkelaanbod in dagelijkse goederen bestaat uit supermarkten, versspecialzaken, drogistrijen en parfumeries. In het marktgebied heeft deze sector een totale omvang van 4.431 m² vvo verdeeld over 21 winkels (Locatus, februari 2012).

Door de beoogde ontwikkeling neemt de omvang van het winkelaanbod toe in de sector met 1.850 m² vvo en wordt in totaal 5.692 m² vvo.

Niet-dagelijkse goederen

De totale winkelsector in niet-dagelijkse goederen in het marktgebied bestaat uit 41 winkels met een omvang van in totaal 13.615 m² vvo.

De omvang van het winkelaanbod in de sector neemt met 1.580 m² wvo en wordt in totaal 15.195 m² wvo.

Vloerproductiviteit

Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) heeft ook de vloerproductiviteit voor de verschillende detailhandelsbranches geïjkt ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek.

- De sector dagelijkse goederen heeft een vloerproductiviteit van gemiddeld € 6.910,- per m² wvo per jaar (exclusief btw).
- De sector niet-dagelijkse goederen heeft een gemiddelde vloerproductiviteit van € 1.960,- per m² wvo per jaar (exclusief btw).

Bestedingen

Ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek actualiseert het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) continu de bestedingen in de verschillende detailhandelsbranches.

- Dagelijkse goederen: in het peiljaar 2011 werd in Nederland per persoon per jaar gemiddeld € 2.240,- besteed aan dagelijkse goederen (exclusief btw).
De bestedingen in dagelijkse goederen kennen een maximum inkomenselasticiteit van 0,25 (HBD, 2011). In de gemeente Kaag en Braassem bevindt het gemiddeld inkomen per persoon zich 7% boven het landelijk gemiddelde (CBS, februari 2012), waardoor de voor lokale omstandigheden gecorrigeerde bestedingen uitkomen op € 2.240 x 1,02 = circa € 2.280,- per persoon per jaar (exclusief btw).
- Niet-dagelijkse goederen: per persoon per jaar wordt gemiddeld € 2.580,- besteed in de winkels in niet-dagelijkse goederen.
Deze bestedingen kennen een inkomenselasticiteit van 0,5, waardoor de voor lokale omstandigheden gecorrigeerde bestedingen uitkomen op € 2.580 x 1,04 = circa € 2.670,- per persoon per jaar (exclusief btw).

Koopstromen

De koopstromen bestaan enerzijds uit koopkrachtbinding: het aandeel van de totale bestedingen van de inwoners van het marktgebied dat binnen dit gebied besteed wordt. En anderzijds uit koopkrachttoevoering: het deel van de totale winkelomzet in een sector dat afkomstig is van bestedingen van inwoners van buiten het marktgebied.

Het recent gepubliceerde Koopstromenonderzoek Randstad (november 2011) heeft de koopstromen in de huidige situatie bepaald. Deze gegevens zijn alleen beschikbaar op niveau van de gehele gemeente.

In het koopstromenonderzoek is duidelijk dat relatief weinig bestedingen van buiten de gemeente Kaag en Braassem naar de gemeente toevloeden. Zo is de gemeente niet als bestemming van de bestedingen van inwoners uit omliggende bestedingen opgenomen (zie bijlage 3).

Naast de toevoering is ook de koopkrachtbinding van de inwoners aan het eigen winkelaanbod in de gemeente relatief laag. Naar verwachting is onder andere de ligging ten opzichte van grotere kernen als Leiden, Leiderdorp en Alphen aan den Rijn hier de oorzaak van. Inwoners van de gemeente Kaag en Braassem zullen daarom relatief vaak boodschappen doen en/of winkelen bij de grotere supermarkten en winkelgebieden in die kernen.

Uitgaande van de koopstromen op gemeenteniveau zijn de koopstromen binnen de gemeente voor en na realisatie van het beoogde programma afgeleid.

Dagelijkse goederen

De huidige koopkrachtbinding in dagelijkse goederen in het marktgebied is naar verwachting 80% (tabel 2.3). De aanwezigheid van twee supermarkten in het marktgebied aangevuld met speciaalzaken maakt dat de inwoners voor de meeste boodschappen binnen het markt-

gebied terecht kunnen. De overige 20% wordt naar verwachting besteed in de omliggende grote kernen, zoals wanneer consumenten op weg zijn van werk naar huis.

De koopkrachttoevloeiing is naar verwachting circa 26%. De inwoners van de kernen die dichtbij het marktgebied liggen en/of relatief ver verwijderd van de omliggende grotere kernen, zal het marktgebied de meest logische plek zijn om producten te kopen.

Tabel 2.3 Koopstromen dagelijkse goederen in het marktgebied in 2012

kern	inwonertal	binding aan detailhandel in marktgebied	indicatief aantal consumenten dat bestedingen doet in marktgebied
Roelofarendsveen	7.400		
Oude Wetering	4.042		
Nieuwe Wetering	646		
marktgebied totaal	12.088	80%	9.670
Hoogmade	1.733	12%	208
Kaag	474	0%	0
Leimuiden	4.277	20%	855
Oude Ade	788	30%	236
Rijnsaterwoude	1.243	60%	746
Rijpwetering	1.575	50%	788
Woubrugge	3.563	15%	534
totaal 'achterland'	-	-	3.368
totaal			13.038
aandeel toevloeiing van bestedingen binnen totaal			26%

Toekomstige koopstromen dagelijkse goederen

De komst van een nieuwe supermarkt én nieuwe versspecialzaken heeft een positieve invloed op de keuzevrijheid in boodschappen in het centrum van Roelofarendsveen. Voor inwoners van het marktgebied is er dan minder reden de boodschappen elders te doen.

Als een tweede fullservice-supermarkt, Vomar, wordt toegevoegd, kan de koopkrachtbinding in dagelijkse goederen toenemen met 5 procentpunt tot 85% (tabel 2.4).

Tabel 2.4 Koopstromen dagelijkse goederen in het marktgebied na realisatie van het beoogd programma

kern	inwonertal	binding aan detailhandel in marktgebied	indicatief aantal consumenten dat bestedingen doet in marktgebied
Roelofarendsveen	7.400		
Oude Wetering	4.042		
Nieuwe Wetering	646		
marktgebied totaal	12.088	85%	10.275
Hoogmade	1.733	12%	208
Kaag	474	0%	0
Leimuiden	4.277	30%	1.283
Oude Ade	788	60%	473
Rijnsaterwoude	1.243	70%	870
Rijpwetering	1.575	60%	945
Woubrugge	3.563	15%	534
totaal 'achterland'	-	-	4.313
totaal			14.588
aandeel toevloeiing van bestedingen binnen totaal			30%

Tabel 2.5 Koopstromen niet-dagelijkse goederen in het marktgebied in 2012

kern	inwonertal	binding aan detailhandel in marktgebied	indicatief aantal consumenten dat bestedingen doet in marktgebied
Roelofarendsveen	7.400		
Oude Wetering	4.042		
Nieuwe Wetering	646		
marktgebied totaal	12.088	45%	5.440
Hoogmade	1.733	12%	208
Kaag	474	0%	0
Leimuiden	4.277	20%	855
Oude Ade	788	20%	158
Rijnsaterwoude	1.243	35%	435
Rijpwetering	1.575	30%	473
Woubrugge	3.563	15%	534
totaal 'achterland'	-	-	2.663
totaal			8.103
aandeel toevloeiing van bestedingen binnen totaal			33%

Toekomstige koopstromen in niet-dagelijkse goederen

De concentratie van bestaande winkels in het centrum, de komst van nieuwe aanbieders, zoals een warenhuis, en de komst van een tweede supermarkt hebben een positieve invloed op de aantrekkingskracht van het centrumgebied van Roelofarendsveen als geheel. De koopkrachtbinding in niet-dagelijkse goederen zal toenemen met 5 procentpunt tot 50%.

Ook voor de overige inwoners van de gemeente Kaag en Braassem en voor inwoners van omliggende kleine kernen wordt het centrum aantrekkelijker om te bezoeken. Vanwege de concurrentie in deze sector door de centrumgebieden van omliggende grote plaatsen, is dit effect niet zo groot als bij de koopkrachtbinding. In absolute zin zal de koopkrachttoevloeiing daarom beperkt toenemen. In procentuele zin blijft de koopkrachttoevloeiing 33% van de totale winkelomzet in niet-dagelijkse goederen in het marktgebied in 2015.

Tabel 2.6 Berekening huidige marktomstandigheden in de sector dagelijkse goederen en de verwachting in 2012

	2012
inwonertal Roelofarendsveen	12.088
bestedingen dagelijkse goederen (exclusief btw)	€ 2.280
bestedingspotentieel	€ 27.600.000
koopkrachtbinding %	80%
gebonden bestedingen	€ 22.100.000
koopkrachttoevloeiing %	26%
koopkrachttoevloeiing	€ 7.700.000
omzet dagelijks in kern totaal	€ 29.800.000
omvang winkelaanbod in m ² wvo	4.413
berekende vloerproductiviteit	€ 6.750
gemiddelde vloerproductiviteit (exclusief btw)	€ 6.910
te verwachten omzet	€ 30.500.000
berekende omzet ten opzichte van te verwachten omzet	98%

2.2.3. Economische analyse sector dagelijkse goederen

Huidige marktomstandigheden

Het functioneren van de detailhandel in dagelijkse goederen in het marktgebied bevindt zich momenteel net onder de verwachting op basis van de landelijke gemiddelden – op -2% (98/100). De beperkte trekkracht van de Plus (in Roelofarendsveen) en de Digros (in Oude Wetering) is hierin naar verwachting een belangrijke factor. Hierdoor zullen de koopstromen in het marktgebied niet bovengemiddeld zijn. Ook is het effect zichtbaar van de recente uitbreiding van het winkelaanbod in het centrumgebied met het oog op een groeiend inwonertal.

Uitbreiding detailhandel in dagelijkse goederen

De analyse voor het te verwachten functioneren van de detailhandel in dagelijkse goederen in het marktgebied is uitgevoerd voor de situatie met een optimale realisatie van het woningbouwprogramma (tabel 2.7) en voor de situatie met een gematigder nieuwbouwtempo (tabel 2.8).

Tabel 2.7 Analyse economisch effect realisatie beoogd programma in de sector dagelijkse goederen tot 2030 bij een optimaal nieuwbouwtempo

	2015	2020	2025	2030
inwonertal Roelofarendsveen	12.690	13.690	14.690	15.690
bestedingen dagelijkse goederen	€ 2.280	€ 2.280	€ 2.280	€ 2.280
bestedingspotentieel	€ 28.900.000	€ 31.200.000	€ 33.500.000	€ 35.800.000
koopkrachtbinding %	85%	85%	85%	85%
gebonden bestedingen	€ 24.600.000	€ 26.500.000	€ 28.500.000	€ 30.400.000
koopkrachttoevloeiing %	30%	28%	27%	25%
koopkrachttoevloeiing	€ 10.300.000	€ 10.300.000	€ 10.300.000	€ 10.300.000
omzet dagelijks in kern totaal	€ 34.900.000	€ 36.800.000	€ 38.800.000	€ 40.700.000
omvang winkelaanbod in m ² wvo	6.263	6.263	6.263	6.263
berekende vloerproductiviteit	€ 5.570	€ 5.880	€ 6.200	€ 6.500
gemiddelde vloerproductiviteit	€ 6.910	€ 6.910	€ 6.911	€ 6.912
te verwachten omzet	€ 43.300.000	€ 43.300.000	€ 43.300.000	€ 43.300.000
berekende omzet ten opzichte van te verwachten omzet	81%	85%	90%	94%

Tabel 2.8 Analyse economisch effect realisatie beoogd programma in de sector dagelijkse goederen tot 2030 bij een gematigd nieuwbouwtempo

	2015	2020	2025	2030
inwonertal Roelofarendsveen	12.390	12.890	13.390	13.890
bestedingen dagelijkse goederen	€ 2.280	€ 2.280	€ 2.280	€ 2.280
bestedingspotentieel	€ 28.200.000	€ 29.400.000	€ 30.500.000	€ 31.700.000
koopkrachtbinding %	85%	85%	85%	85%
gebonden bestedingen	€ 24.000.000	€ 25.000.000	€ 25.900.000	€ 26.900.000
koopkrachttoevloeiing %	30%	29%	28%	28%
koopkrachttoevloeiing	€ 10.300.000	€ 10.300.000	€ 10.300.000	€ 10.300.000
omzet dagelijks in kern totaal	€ 34.300.000	€ 35.300.000	€ 36.200.000	€ 37.200.000
omvang winkelaanbod in m ² wvo	6.263	6.263	6.263	6.263
berekende vloerproductiviteit	€ 5.480	€ 5.640	€ 5.780	€ 5.940
gemiddelde vloerproductiviteit	€ 6.910	€ 6.910	€ 6.911	€ 6.912
te verwachten omzet	€ 43.300.000	€ 43.300.000	€ 43.300.000	€ 43.300.000
berekende omzet ten opzichte van te verwachten omzet	79%	82%	84%	86%

In de kernen rond het marktgebied is geen substantiële groei van het inwonertal te verwachten. De bestedingen uit koopkrachttoevloeiing blijven daarom in absolute zin gelijk in toekomstige marktomstandigheden. De bestedingen uit koopkrachtbinding nemen in absolute Euro's juist toe door de komst groei van het eigen inwonertal van het marktgebied. Het aandeel omzet uit koopkrachttoevloeiing binnen de totale winkelomzet neemt daarom af van de huidige 30% naar circa 25-28%.

Winkelprogramma in dagelijkse goederen kent een ingroeitraject

Geconcludeerd wordt dat het eigen inwonertal van het marktgebied en het inwonertal van het 'achterland' beperkt blijft, waardoor de toekomstige marktomstandigheden in de sector dagelijkse goederen naar verwachting beneden optimaal zullen zijn. Daarnaast bevinden zich barrières in de vorm van water tussen Roelofarendsveen en verder weg gelegen kernen, zoals Nieuwveen en Ter Aar, waardoor er nauwelijks consumenten uit die kernen aangetrokken kunnen worden.

Bij een optimaal nieuwbouwtempo (tabel 2.7) zal omstreeks 2030 de omzet van alle detailhandel – inclusief de beoogde uitbreiding – uitkomen in de buurt van de optimale situatie op basis van landelijke gemiddelde vloerproductiviteit. Bij een gematigd nieuwbouwtempo (tabel 2.8) is er sprake van een langer ingroeitraject.

Versspecialzaken voorlopig niet realiseren

Het programma in dagelijkse goederen bestaat enerzijds uit de supermarkt en anderzijds uit versspecialisten met een totale omvang van 160 m² wvo (200 m² bvo). Vanwege het belang van de supermarkt in de aantrekkingskracht van het centrumgebied van Roelofarendsveen wordt geadviseerd deze wel te realiseren. Vanwege het gebrek aan marktruimte zouden de versspecialzaken voorlopig niet gerealiseerd moeten worden. Wel kan de mogelijkheid worden geboden aan verplaatsing van verspreid gelegen bestaande verswinkels in het marktgebied om zo tot concentratie van het winkelaanbod te komen.

Conclusie

De komst van de tweede supermarkt – Vomar – naar het centrum van Roelofarendsveen zal de aantrekkingskracht van het gebied vergroten.

Vanwege het beperkte inwonertal van de kernen rond het marktgebied blijft de groei van de omzet uit koopkrachttoevloeiing in omvang beperkt. Ook bevinden zich veel barrières, in de vorm van water, in het gebied die belemmeren om consumenten van verder weg aan te trekken. Daarnaast moet de omzettoename uit koopkrachtbinding (door een groeiend inwonertal en een toename van de binding) niet overschat worden.

Vanwege de beperkte marktruimte kan het programma in dagelijkse goederen het beste beperkt blijven tot uitsluitend de supermarkt (dus exclusief de versspecialisten). De Vomar zal minimaal 1.400 m² wvo moeten zijn om concurrerend te zijn.

2.2.4. Economische analyse sector niet-dagelijkse goederen

Uit de economische analyse van de sector niet-dagelijkse goederen (tabel 2.7) volgt dat de vloerproductiviteit momenteel beneden het landelijk gemiddeld voor niet-dagelijkse goederen ligt op -19% (81/100). Ten eerste bestaat deze situatie, omdat het marktgebied beschikt over een aantal grootschalige, perifeer gelegen winkels, zoals een bouwmarkt, een sanitairwinkel en een babymeubelwinkel. Deze winkels hebben doorgaans een lage vloerproductiviteit die het gemiddelde voor alle detailhandel in Roelofarendsveen omlaag brengt. Ten tweede is het zo dat een lagere gemiddelde vloerproductiviteit in dorpsgebieden geen problemen hoeft op te leveren, want voor dergelijke gebieden gelden doorgaans lagere huurniveaus en beschikken veel ondernemers over hun eigen pand, waardoor zij minder kosten hebben en met een relatief lagere omzet nog steeds voldoende winst kunnen maken.

De koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing in de sector niet-dagelijkse goederen in het marktgebied zijn momenteel gemiddeld. Vooral wanneer de boodschappenfunctie van het centrumgebied van Roelofarendsveen voor de omliggende kernen verbetert, kan ook de binding en toevloeiing in de niet-dagelijkse goederen toenemen. Ook de niet-dagelijkse sector kan namelijk profiteren van de toevoeging van een supermarkt als consumententrekker. Uit onderzoek¹⁾ blijkt dat circa 75% van de klanten van een fullservice-supermarkt ook de overige winkels bezoekt die binnen het zicht van de ingang van de supermarkt liggen.

Tabel 2.9 Berekening huidige marktomstandigheden in de sector niet-dagelijkse goederen en de verwachting in 2012

	2012
inwonertal Roelofarendsveen	12.088
bestedingen niet-dagelijkse goederen (excl. btw)	€ 2.670
bestedingspotentieel	€ 32.300.000
koopkrachtbinding %	45%
gebonden bestedingen	€ 14.500.000
koopkrachttoevloeiing %	33%
koopkrachttoevloeiing	€ 7.100.000
omzet niet-dagelijks in kern totaal	€ 21.600.000
omvang winkelaanbod in m ² wvo	13.615
berekende vloerproductiviteit	€ 1.590
gemiddelde vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 1.960
te verwachten omzet	€ 26.700.000
berekende omzet ten opzichte van te verwachten omzet	81%
uitbreidingsruimte in m² wvo	-2.602

Uitbreiding detailhandel in niet-dagelijkse goederen

De analyse van de economische haalbaarheid van het beoogd programma voor niet-dagelijkse goederen is uitgevoerd voor de situatie met een optimaal nieuwbouwtempo (tabel 2108) en met een gematigd tempo (tabel 2.11).

Tabel 2.10 Berekening marktomstandigheden na uitbreiding detailhandel in niet-dagelijkse goederen tot 2030 bij een optimaal nieuwbouwtempo

	2015	2020	2025	2030
inwonertal Roelofarendsveen	12.690	13.690	14.690	15.690
bestedingen niet-dagelijkse goederen	€ 2.670	€ 2.670	€ 2.670	€ 2.670
bestedingspotentieel	€ 33.900.000	€ 36.600.000	€ 39.200.000	€ 41.900.000
koopkrachtbinding %	50%	50%	50%	50%
gebonden bestedingen	€ 17.000.000	€ 18.300.000	€ 19.600.000	€ 21.000.000
koopkrachttoevloeiing %	33%	31%	30%	28%
koopkrachttoevloeiing	€ 8.300.000	€ 8.300.000	€ 8.300.000	€ 8.300.000
omzet niet-dagelijks in kern totaal	€ 25.300.000	€ 26.600.000	€ 27.900.000	€ 29.300.000
omvang winkelaanbod in m ² wvo	15.195	15.195	15.195	15.195
berekende vloerproductiviteit	€ 1.670	€ 1.750	€ 1.840	€ 1.930
gemiddelde vloerproductiviteit	€ 1.960	€ 1.960	€ 1.960	€ 1.960
te verwachten omzet	€ 29.800.000	€ 29.800.000	€ 29.800.000	€ 29.800.000
berekende omzet ten opzichte van te verwachten omzet	85%	89%	94%	98%

Gelet op de analyses uit tabel 2.10 en 2.11 lijkt er economische ruimte te zijn voor realisatie van het beoogd winkelprogramma in niet-dagelijkse goederen. Weliswaar blijft de gemid-

1) Onderzoek naar combinatiebezoek supermarkt en speciaalzaak. DTNP, januari 2011.

delde omzet van de detailhandel beneden de landelijke gemiddelden, maar de aanwezigheid van grootschalige winkels op perifere locaties zorgt ervoor dat bij het berekende niveau van bestedingen (op termijn) voldoende omzet te behalen is voor de winkels. Bij het realistische tempo van de bouw van woningen is er wel sprake van een lange aanloop.

Tabel 2.11 Berekening marktomstandigheden na uitbreiding detailhandel in niet-dagelijkse goederen tot 2030 bij een gematigd nieuwbouwt tempo

	2015	2020	2025	2030
inwonertal Roelofarendsveen	12.390	12.890	13.390	13.890
bestedingen niet-dagelijkse goederen	€ 2.670	€ 2.670	€ 2.670	€ 2.670
bestedingspotentieel	€ 33.100.000	€ 34.400.000	€ 35.800.000	€ 37.100.000
koopkrachtbinding %	50%	50%	50%	50%
gebonden bestedingen	€ 16.600.000	€ 17.200.000	€ 17.900.000	€ 18.600.000
koopkrachttoevloeiing %	33%	33%	32%	31%
koopkrachttoevloeiing	€ 8.300.000	€ 8.300.000	€ 8.300.000	€ 8.300.000
omzet niet-dagelijks in kern totaal	€ 24.900.000	€ 25.500.000	€ 26.200.000	€ 26.900.000
omvang winkelaanbod in m ² wvo	15.195	15.195	15.195	15.195
berekende vloerproductiviteit	€ 1.640	€ 1.680	€ 1.720	€ 1.770
gemiddelde vloerproductiviteit	€ 1.960	€ 1.960	€ 1.960	€ 1.960
te verwachten omzet	€ 29.800.000	€ 29.800.000	€ 29.800.000	€ 29.800.000
berekende omzet ten opzichte van te verwachten omzet	84%	86%	88%	90%

Kanttekening

Belangrijk bij bovenstaande conclusie is dat de groei van de binding en de toevloeiing voor een substantieel deel afhankelijk is van de komst van een tweede supermarkt. Dit vanwege het belang van deze consumententrekkers in een boodschappen-plus-centrum als het kernwinkelgebied van Roelofarendsveen.

2.3. Kwalitatieve analyse

2.3.1. Dagelijkse goederen

Het supermarktaanbod in het marktgebied bestaat uit een Plus en Digros. Deze supermarkten bevinden zich aan beide kanten van het 'prijs-service-spectrum' (figuur 2.7), waarbij Plus zich aan de 'service-kant' bevindt en Digros aan de 'lage-prijs-kant'. Vomar bevindt zich eveneens in het lagere-prijzenspectrum, waarbij het versassortiment uitgebreider is dan van Digros. Tegelijk heeft Vomar de beschikking over een uitgebreid productaanbod in het laagste prijssegment in tegenstelling tot Plus, waardoor de winkel complementair is ten opzichte van zowel Plus als van Digros.

De toekomstige omvang en samenstelling van het supermarktaanbod, inclusief Vomar, zorgt voor concurrentie. Dit werkt door in de haalbare weekomzet alle drie de supermarktbedrijven. Tegelijk blijkt uit de economische analyse in paragraaf 2.2 dat er voldoende omzet te behalen valt voor economisch-duurzaam functioneren van alle drie de supermarkten.

2.3.2. Niet-dagelijkse goederen

Als een tweede supermarkt in het centrum van Roelofarendsveen gerealiseerd wordt, dan ontstaat er economische ruimte voor uitbreiding van de detailhandel in de niet-dagelijkse goederen (zie ook paragraaf 2.2).

Ruimte voor ontwikkeling naar winkelbranche in niet-dagelijkse goederen

In tabel 2.12 is weergegeven wat de omvang van de detailhandel is in kernwinkelgebieden van kernen met een vergelijkbaar inwonertal als het marktgebied. In de tabel is ervan uitgegaan dat het warenhuis al gerealiseerd is. Het beoogde mode-warenhuis en de schoenzaak betreffen verhuizing en zijn dus reeds opgenomen in de totalen voor het marktgebied. Bovenop deze vaste onderdelen (Hema, kledingwarenhuis en schoenzaak) van het beoogde programma is er indicatief nog uitbreidingsruimte met een omvang 1.270 m² bvo in de weergegeven 'centrumbranches'. Het totale programma in niet-dagelijkse goederen komt daarmee op 2.745 m² bvo (1.270 + 500 + 525 + 450).

Tabel 2.12 Omvang (in m² bvo) winkels in centrumbranches in het gehele marktgebied vergeleken met de gemiddelde omvang in centra van kernen met een vergelijkbaar inwonertal als het marktgebied (Locatus, februari 2011)

'centrumbranches'	omvang winkelaanbod in marktgebied	gemiddelde omvang in centrumgebieden van kernen met 10.000-15.000 inwoners	indicatief 'nog toe te voegen'
warenhuis	500	500	0
kleding & mode	1.528	2.300	770
schoenen & lederwaren	328	590	260
juwelier & optiek	160	240	80
huish. & luxe artikelen	493	650	160
sport & spel	470	370	0
media	320	300	0
totaal			1.270

Passende winkelformules centrum Roelofarendsveen

Om inzicht te krijgen welke winkelformules passend zijn voor de invulling van het haalbare programma in niet-dagelijkse goederen is in tabel 2.13 een overzicht gegeven van de formules die in veel hoofdwinkelgebieden van de circa 100 kernen met een vergelijkbaar inwonertal als het marktgebied voorkomen.

Tabel 2.13 Gemiddelde omvang (in m² bvo) van winkels van formules in 'centrumbranches' die voorkomen in meer dan 10% van de centrumgebieden van kernen met 10.000-15.000 inwoners in Nederland

formule	aanwezig in centra %	gem. omvang per winkel (m ² bvo)	omvang in Roelofarendsveen
Hema	77%	747	-
Wereldwinkel	65%	55	-
Blokker	57%	578	616
Zeeman	55%	271	174
Bruna	50%	229	-
Terstal	36%	384	-
Scapino	34%	817	-
Marskramer	33%	382	-
Hans Anders	26%	86	-

formule	aanwezig in centra %	gem. omvang per winkel (m ² bvo)	omvang in Roelofarendsveen
Pearle	25%	99	-
Read Shop	23%	167	-
Action	21%	782	-
Music Store	18%	113	-
Top 1 Toys	17%	316	-
Jola Mode	17%	275	-
Blz	15%	233	400
Shoetime	14%	237	-
Schoenenreus	13%	376	410
Bonita	12%	98	-
Shoebly	12%	295	-
Vd Ven Fash	12%	346	-
Combi Foto	12%	105	-
Het Huis Opt	10%	78	-
Sport 2000	10%	323	350
Ringfoto	10%	110	-
Oxalis	10%	192	-
Takko Fash	10%	449	-

* Bron: Locatus, februari 2012

Bandbreedte in indicatief winkelprogramma niet-dagelijkse goederen

Uitgaande van de formules uit tabel 2.13 kan een invulling naar winkelformules van het winkelprogramma in niet-dagelijkse goederen worden samengesteld (tabel 2.14). In de tabel zijn de twee uitersten van een bandbreedte gegeven, waarbij aan de linkerzijde het programma is vermeld met vooral verplaatsing. Aan de rechterzijde van de bandbreedte bevindt zich een mogelijk programma, met bijpassende formules, dat uitgaat van verplaatsing en nieuwvestiging in de branches met 'ruimte voor ontwikkeling' uit tabel 2.13. Vanwege het beperkte 'achterland' van het centrum van Roelofarendsveen is het op voorhand niet duidelijk in hoeverre de genoemde ketenbedrijven interesse hebben voor vestiging in het centrum.

Tabel 2.14 Indicatieve samenstelling winkelaanbod in beoogde uitbreiding niet-dagelijkse goederen (inclusief te verplaatsen winkels en alternatieven)

branche	formules	omvang beperkt programma	omvang optimaal programma
warenhuis/huishoudelijke en luxe artikelen	Hema en/of Action	500	1.250
kleding & mode	Vögele + Shoebly en/of Terstal	525	975
schoenen	Schoenenreus of Scapino of Shoetime	450	450
optiek	Opticien (Het Huis, Pearle of Hans Anders)	70	70
totale omvang		1.545	2.745

Invulling uit verhuizing of nieuwvestiging

De invulling van het programma in niet-dagelijkse goederen is ten eerste afhankelijk van de komst van de Hema. Als het warenhuis geen mogelijkheden ziet voor vestiging in Roelofarendsveen zou een filiaal van Action een goed alternatief kunnen zijn. Ook deze winkel fungeert als consumententrekker met een breed assortiment tegen scherpe prijzen. Ideaal zou de vestiging van zowel Hema als Action zijn.

De invulling van het programma in niet-dagelijkse goederen is ten tweede afhankelijk van winkels in de branche kleding & mode. Ervan uitgaande dat het modewarenhuis Vögele verhuist, is er nog ruimte voor één tot drie andere modezaken. Deze zouden vooral in het midden prijssegment gezocht moeten worden. In tabel 2.14 zijn als voorbeelden Shoeby en Terstal opgenomen, maar ook een filiaal van Lake Side of Jeans Centre zou passend zijn.

Indien de winkel van Schoenenreus niet zal verhuizen naar de ontwikkelingslocatie, zou één van de andere grotere schoenezaken in lage tot midden prijssegment passend zijn voor het centrumgebied.

Dit geldt ook voor de vestiging van Vögele. Als deze winkel niet naar het centrumgebied verhuist, zijn andere winkels in de mode-branche passend, waaronder een winkel die qua prijs en assortiment enigszins vergelijkbaar is met Vögele, zoals Terstal.

Vanwege de concentratie van winkels in het centrumgebied kan het daar gevestigde aanbod in mode en schoenen goed concurreren met een perifeer gelegen concurrent.

Heroriëntatie in vestigingsbeleid (kleding-)ketens

Er is op dit moment wel sprake van een trendbreuk, waarbij bedrijven, met name in de mode, hun vestigingsbeleid opnieuw bezien, mede in het licht van de ontwikkeling van internetverkoop. Voorgaande verkenningen zijn uitgevoerd op basis van de huidige trends. Om risico's te beperken is het aan te bevelen om bij de betreffende ketens te checken in hoeverre er bij hen sprake is van een heroriëntatie van hun vestigingsbeleid.

2.3.3. Conclusie

De kwalitatieve mogelijkheden voor invulling van de economische (kwantitatieve) ruimte voor ontwikkeling zijn sterk afhankelijk van de toevoeging van een tweede supermarkt: een Vomar-supermarkt van 2.100 m² bvo. Dit kan ruimte geven voor realisatie in totaal 2.745 m² bvo in de sector niet-dagelijkse goederen (inclusief het warenhuis, het mode-warenhuis en de schoenenzaak).

Het totale programma voor de ontwikkellocatie wordt daarmee maximaal 4.845 m² bvo. Omdat het onzeker is in hoeverre ketenbedrijven mogelijkheden zien voor vestiging in het centrum van Roelofarendsveen, moet uitgegaan worden van een bandbreedte in de omvang van het programma tussen 3.645 en 4.845 m² bvo. Naar branche kan het programma er als volgt uitzien:

- Vomar-supermarkt	:	2.100 m ² bvo (incl. expeditie);
- warenhuis	:	500 m ² bvo;
- huish./luxe artikelen	:	0 - 750 m ² bvo;
- kleding & mode	:	525 - 975 m ² bvo;
- schoenen	:	450 m ² bvo;
- optiek	:	70 m ² bvo;
- totaal	:	3.645 - 4.845 m ² bvo.

Om risico's te beperken is het aan te bevelen om bij de winkelketens (vooral in de mode-branche) te checken in hoeverre er bij hen sprake is van een heroriëntatie van hun vestigingsbeleid.

Ook moet nagegaan worden of Vögele en Schoenenreus willen verhuizen naar het centrumgebied. Indien beide zaken niet verhuizen, is het aan te bevelen toch winkelaanbod in mode en schoenen aan te trekken. Dit omdat dergelijk aanbod de noodzakelijke 'plus' is in een boodschappen-plus-centrum als het kernwinkelgebied van Roelofarendsveen. Vanwege de concentratie in het centrumgebied kan dit aanbod naar verwachting goed concurreren met de perifeer gelegen vestigingen.

Groeiende aantrekkingskracht na uitbreiding van het winkelaanbod geeft meer bestedingen

Door een versterking van het winkelaanbod kan de aantrekkingskracht van het winkelgebied vergroot worden, waardoor er meer bestedingen worden aangetrokken en er economische ruimte voor ontwikkeling kan ontstaan.

Vanwege de sterke uitgangspositie van het centrum van Roelofarendsveen binnen het marktgebied, is het wenselijk de uitbreiding van het winkelaanbod vooral daar te laten plaatsvinden. Dan kunnen de winkels optimaal profiteren van elkaars aantrekkingskracht. De mobiele consument bezoekt namelijk het liefst een winkelgebied met een zo compleet mogelijk winkelaanbod. De boodschappen (met een plus in frequent benodigde niet-dagelijkse goederen) doet de consument graag dicht bij huis. Supermarktaanbod is cruciaal als consumententrekker in een boodschappen-plus-centrum als Roelofarendsveen. Een functie als recreatief winkelgebied is voor het centrum van Roelofarendsveen niet weggelegd. Hiervoor ontbreken de juiste randvoorwaarden (bijlage 1).

Beoogd programma

Om de toekomstige inwoners van het marktgebied en de consumenten uit de regio een toekomstgericht winkelcentrum te bieden, worden plannen ontwikkeld voor de uitbreiding van het centrumgebied van Roelofarendsveen. Deze uitbreiding heeft een totaal commercieel programma van bijna 7.000 m² bvo. Hiervan is circa 1.850 m² wvo (80%*2.300 m² bvo) nieuwe detailhandel in de dagelijkse goederen, waaronder een Vomar-supermarkt. Nog eens 1.580 m² wvo (80%*1.950 m² bvo) betreft nieuwe detailhandel in niet-dagelijkse goederen. Voor het overige bestaat het programma uit diensten, ambachten, culturele en maatschappelijke functies en verhuizing van bestaande winkels.

Vomar is een toevoeging, maar omzet per m² wvo onder gemiddeld niveau

Het beoogd programma bevat een Vomar-supermarkt. Vomar is complementair ten opzichte van zowel Plus (lagere prijzen – minder luxe kruidenierswaren) als Digros (uitgebreider assortiment, vooral van versartikelen).

Door de toevoeging van Vomar zal de totale aantrekkingskracht van het winkelcentrum van Roelofarendsveen toenemen. Door de omvang van de drie supermarkten zijn er relatief veel winkelmeters in het marktgebied. Hierdoor zullen alle drie de supermarkten enigszins beneden hun streefomzet presteren. Hieraan liggen de volgende oorzaken ten grondslag.

- Vanwege het beperkte inwonertal van de kernen rond het marktgebied blijft de groei van de omzet uit koopkrachttoevloeiing hoe dan ook in omvang beperkt.
- Daarnaast zal de omzettoename uit koopkrachtbinding (door een groeiend inwonertal en een toename van de binding) voorlopig minder snel gaan dan waarvan de gemeente uitgaat. Ook blijft het totaal inwonertal van het marktgebied uiteindelijk relatief beperkt van omvang.

Uit de analyse wordt geconcludeerd dat er voldoende omzet te behalen valt voor economisch-duurzaam functioneren van alle drie de supermarkten

De komst van een tweede supermarkt geeft economische ruimte voor de uitbreiding van winkels in niet-dagelijkse goederen

De aantrekkingskracht van een supermarkt (sector dagelijkse goederen) is de basis van het functioneren van een boodschappen-plus-centrum. Een compleet aanbod aan supermarkten is namelijk de consumententrekker in een dergelijk centrum. Een breed aanbod in niet-dagelijkse goederen vormt de onmisbare 'plus' in een dergelijk centrum.

Met de eventuele komst van een warenhuis, een mode-warenhuis, grote schoenenzaak en overige winkels in frequent benodigde niet-dagelijkse goederen voldoet de samenstelling van het winkelcentrum aan de wenselijke brede samenstelling van aangeboden producten.

Het vooraf beoogde winkelprogramma is te omvangrijk om ruimtelijk-economisch passend te zijn voor de beoogde locatie

Aan het begin van de rapportage is de vraag gesteld of het beoogd winkelprogramma economisch haalbaar is en of het passend is bij de functie van het centrum van Roelofarendsveen?

Geconcludeerd wordt dat de vraag enigszins negatief kan worden beantwoord. Het vooraf beoogde programma is te ruim van omvang. Ook zal de supermarkt te maken krijgen met een langdurig ingroeitraject.

Indicatief detailhandelsprogramma voor de ontwikkellocatie centrum Roelofarendsveen

Het detailhandelsprogramma is enerzijds afhankelijk van de mogelijkheden voor verhuizing van het modewarenhuis en de schoenenzaak. Anderzijds is het afhankelijk van de ketenbedrijven die interesse hebben voor vestiging in het centrum van Roelofarendsveen. Dit levert een bandbreedte op voor de omvang van het programma, zoals weergegeven in tabel 3.1.

Tabel 3.1 Mogelijkheden detailhandelsprogramma voor de ontwikkellocatie centrum Roelofarendsveen (in m² bvo)

	omvang beperkt programma	omvang optimaal programma
Vomar*	2.100	2.100
warenhuis/huishoudelijke en luxe artikelen	500	1.250
kleding & mode	525	975
schoenen	450	450
optiek	70	70
totaal	3.645	4.845

* Omvang supermarkt inclusief inpandige expeditie.

Er moet worden nagegaan of Vögele en Schoenenreus willen verhuizen naar het centrumgebied. Indien beide zaken niet verhuizen, is het aan te bevelen toch winkelaanbod in mode en schoenen aan te trekken. Dit omdat dergelijk aanbod de noodzakelijke 'plus' is in een boodschappen-plus-centrum zoals het kernwinkelgebied van Roelofarendsveen. Vanwege de concentratie in het centrumgebied kan dit aanbod naar verwachting goed concurreren met de perifeer gelegen vestigingen.

Er is op dit moment sprake van een trendbreuk, waarbij bedrijven, met name in de mode hun vestigingsbeleid opnieuw bezien, mede in het licht van de ontwikkeling van internetverkoop. Voorgaande verkenningen zijn uitgevoerd op basis van de huidige trends. Om risico's te beperken is het aan te bevelen om bij de betreffende ketens te checken in hoeverre er bij hen sprake is van een heroriëntatie van hun vestigingsbeleid.

Winkelstructuur uitbreiding

Niet alleen moet de structuur van de beoogde winkeluitbreiding goed aansluiten op het bestaande winkelgebied, ook moet deze passen bij de functie van het centrum van Roe-

lofarendsveen als boodschappen-plus-centrum. In een dergelijk centrum fungeren supermarkten als consumententrekker. Daarbij willen consumenten kunnen parkeren voor de deur van de supermarkt. Het parkeren zou dan ook zoveel mogelijk centraal geregeld moeten zijn. De overige winkels hebben het meeste profijt van de aantrekkingskracht van de supermarkt als deze in zicht van de ingang van de supermarkt liggen. Recent onderzoek heeft namelijk uitgewezen dat driekwart van de bezoekers aan een fullservice-supermarkt ook de overige winkels bezoeken die binnen het zicht van de supermarkt liggen.

Naast de supermarkt fungeren het beoogde warenhuis en het modewarenhuis als trekkers van consumenten. Het is daarom van belang deze grotere winkelunits op strategische locatie in de nieuwbouw te vestigen, zodat 'als vanzelf' een stroom van consumenten is langs de winkels binnen het centrumgebied.

Aandachtspunt is het creëren van één samenhangend winkelgebied in Roelofarendsveen. Dit is lastig door de slagenstructuur van het gebied. Het is wel één van de voorwaarden om tot de versterking te komen en om de winkels goed te laten functioneren.

bijlagen

Schaalvergroting

Vestigingen

Veel winkelbranches streven naar vestiging van steeds grotere vestigingen. Zo heeft een fullservice-supermarkt tegenwoordig een volwaardige omvang bij 1.200-1.500 m² winkel-vloeroppervlak (wvo).

Vooraf vestigingen in de winkelsector in-en-om-het-huis groeien al een aantal jaren sterk. Denk hierbij aan de steeds grotere bouwmarkten, tuincentra, woonwinkels en dergelijke die doorgaans gevestigd zijn op perifere locaties. Bouwmarkten van meer dan 3.000 m² wvo worden steeds gebruikelijker.

In de woninginrichtingsbranche en bij de tuincentra zijn winkels van meer dan 25.000 m² wvo geen uitzondering meer. Ook bijvoorbeeld mode- en schoenenwinkels realiseren steeds grotere winkels in de centrumgebieden.

Winkelketens

Schaalvergroting vindt eveneens plaats op het niveau van winkelketens. Er komen meer en meer ketenbedrijven en deze krijgen ook steeds meer filialen. De filialeringsgraad van met name de dure A1-locaties stijgt daardoor. Ook locaties waar grootschalige winkels geconcentreerd zijn, zoals woonboulevards, herbergen vooral ketenbedrijven. Het opzetten van een grootschalige winkel vergt grote investeringen en bijbehorende risico's zijn lastig te dragen voor zelfstandige ondernemers. De consument ervaart de aanwezigheid van de bekende (grootschalige) ketens in een winkelgebied als aantrekkelijk. Zo zorgt de komst van bijvoorbeeld Hema voor hernieuwde toeloop naar het centrumgebied van een kleinere kern.

Winkelgebieden

Niet alleen afzonderlijke winkels groeien, ook winkelgebieden als geheel worden groter. Consumenten willen kunnen vinden wat ze zoeken en hoe groter het winkelgebied, hoe groter de kans dat dit lukt. Daarom is een ruim winkelaanbod in een winkelcentrum gewenst, ook al bezoekt de consument slechts een deel van de winkels. Dit proces kent winnaars en verliezers. Winkelgebieden die de schaa sprong niet kunnen maken verliezen aan aantrekkingskracht. Dit kan tot gevolg hebben dat de functie van het winkelgebied voor bepaalde doelgroepen afneemt en daarmee het bezoek. Hierdoor zal een winkelgebied krimpen totdat de omvang en samenstelling van het winkelaanbod weer past bij de functie en het verzorgingsgebied. Deze dynamiek wordt aangestuurd door enerzijds het keuzeprocess van de steeds mobielere consument en anderzijds door de partijen die de kwaliteit van een winkelgebied bepalen: ondernemers in de detailhandel en horeca en de gemeenten als beheerder van openbare ruimte.

De ervaring leert dat de grootste winkelcentra en de grootste woonboulevards het meeste succes hebben (hoogste omzet per m²).

Branchevervaging

In een aantal winkelbranches is sprake van enige mate van branchevervaging: het aangeboden assortiment is (sterk) uitgebreid met artikelen die niet thuishoren in de oorspronkelijke

branchegroep. Bekend zijn de drogisterijen die speelgoed verkopen en supermarkten die verzekeringen aanbieden.

In de gangbare winkelgebieden leidt dit niet tot (juridisch-planologische) problemen, omdat er geen eisen omtrent branchering zijn opgenomen in het bestemmingsplan. In (thematiese) winkelgebieden voor grootschalige detailhandel is doorgaans sprake van specifiek toegestane (en uitgesloten) winkelbranches. Een aantal grootschalige winkels verkoopt steeds meer branchevreemde artikelen. Zo zijn er bouwmarkten die fietsen verkopen en tuincentra die huishoudelijke artikelen aanbieden. Wanneer sprake is van een ondergeschikt assortiment zal dit niet tot structuurverstorende effecten leiden, maar wanneer het grootste deel van het assortiment uit branchevreemde artikelen bestaat dan is handhaving noodzakelijk. Te denken valt aan grootschalige sportzaken die nog uitsluitend modeartikelen verkopen. Modezaken horen thuis in centrumgebieden en niet in een perifeer gebied met grootschalige winkels.

Superspecialisatie

Nieuwe ketens en zelfstandige winkeliers zoeken 'niches' in de markt die niet gedekt worden door de steeds grotere winkels van de ketenbedrijven. Op onverwachte locaties – vaak ook in aanloopstraten – duiken interessante winkels op. In de centrumgebieden ontstaan eveneens specialistische bedrijven. In de grootste steden betreft dit met name brandstores, flagshipstores, image- en designstores. In kleinere kernen hebben deze bijvoorbeeld de vorm van een atelier met een winkel of er worden nichemarkten bediend.

De aanwezigheid van bijzondere en dikwijls vernieuwende detailhandel geeft extra aantrekkingskracht aan een winkelgebied. Dit geldt met name voor recreatieve winkelgebieden. Deze bijzondere winkels geven een winkelgebied extra 'cachet'. Het zijn winkels die de consument onthoudt en die een stad of gebied bijzonder maken.

Online verkoop

Steeds meer consumenten schaffen producten aan via het internet vanwege het gemak en omdat kopen via internet steeds veiliger en betrouwbaarder wordt. Deze ontwikkeling treft vooral bepaalde branches die standaard/generieke producten verkopen: boeken, cd's, dvd's, elektronica. Op dit moment vindt zo'n 7,5% van de bestedingen via internet plaats. De toegenomen concurrentie betekent voor een deel van de winkels dat ze niet kunnen voortbestaan. Landelijk gezien neemt de vraag naar winkelvastgoed af door de groei van internet-aankopen tot en met 2012 met 1,9 tot 2,4 miljoen m²¹⁾. Dat wordt voornamelijk zichtbaar in de aanloopstraten.

Een aantal winkeliers weet op de concurrentie van internet te reageren. Enerzijds doen zij dit door schaalvergroting, waardoor de consument maximale verleiding kan worden geboden in de winkel. Anderzijds door specialisatie al dan niet met online verkoop, zodat aan klanten in een nichemarkt optimale persoonlijke service en aandacht kan worden besteed, hetgeen via internet niet mogelijk is.

Het effect op winkelgebieden als geheel is tot nu toe beperkt: de vrijkomende winkelruimtes worden opgevuld door winkels in andere branches. Met name het hart van de stad (de A1-locaties) blijft, ondanks de toenemende internetverkoop, een populaire locatie.

1) Retail Market Special. Jones Lang LaSalle, 2009.

De consument baseert bezoek aan winkelgebied op push- en pull-factoren

Demografische en sociaaleconomische trends zoals vergrijzing, verdunning huishoudens, inkomensstijging en hoger opleidingsniveau hebben effecten op koopgedrag. De beschikking over vrije tijd en geld speelt een centrale rol bij het koopgedrag.

De laatste jaren is de consument steeds grilliger en bepaalt zelf zijn aankooppatroon. Winkelgebieden strijden om de gunst van de zeer mobiele consument. In het algemeen voelen consumenten zich aangetrokken tot winkelgebieden die beschikken over een ruim winkelaanbod in een compacte structuur met aantrekkelijke openbare ruimte en goede horeca. Deze kenmerken worden wel omschreven als de pull-factoren.

Voor het overige verwacht de consument dat een aantal zaken goed geregeld is in een winkelgebied. De consument verwacht een goed bereikbaar winkelcentrum met een compleet winkelaanbod en parkeren op korte afstand van de winkels. Als dit niet aanwezig is dan 'duwt' dit hen als het ware naar concurrerende winkelcentra. In dit verband spreekt men van push-factoren.

De consument bezoekt verschillende winkelgebieden met een verschillend motief en gaat daarbij ook steeds anders om met de push- en pull-factoren die hiervoor meer in algemeenschaptheid zijn geschetst.

Winkelgebieden worden bezocht op basis van bezoekmotief

Drie bezoekmotieven worden onderscheiden.

Boodschappen doen

De consument bezoekt hiervoor doorgaans een supermarktcentrum dicht bij huis. Aantrekkelijk daarbij is een compleet aanbod winkels in dagelijkse goederen (service én discountsupermarkten, levensmiddelen speciaalzaken en persoonlijke verzorging) aangevuld met winkelaanbod in frequent benodigde niet-dagelijkse goederen (textiel, huishoudelijke artikelen, diervoeders, bloemen en dergelijke). Supermarkten zijn de kurk waarop een dergelijk winkelcentrum drijft. Om frequent bezoek te behouden moet een dergelijk winkelcentrum streven naar gratis parkeren-voor-de-deur. De consument bezoekt zo'n locatie namelijk kort en meerdere malen per week, vooral op vrijdag en op zaterdag voor de middag.

Recreatief winkelen

Met dit motief bezoekt de consument een goed gesorteerd winkelcentrum met een ruim winkelaanbod in de sector 'mode, luxe en vrije tijd'¹⁾ aangevuld met een breed winkelaanbod in overige artikelen; consumenten willen er kunnen kijken en vergelijken. Aantrekkelijk daarin is een goede branchemix aangevuld met horeca binnen een sfeervolle openbare ruimte. Ten behoeve van herhalingsbezoek zijn ruime parkeerconcentraties met een aantrekkelijke (korte) route naar de winkels cruciaal. De consument bezoekt recreatieve winkelgebieden in

1) Branches binnen de sector 'mode, luxe en vrije tijd': warenhuis, kleding & mode, schoenen & lederwaren, juwelier & optiek, huishoudelijke artikelen, luxe artikelen, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media. Zie bijlage 3 voor nadere uitleg bij de branches.

zijn omgeving lang (1,5-3 uur) en één of meer keer per maand. Vaak vindt dit bezoek plaats op zaterdag, koopavond of een vrije dag. Daarnaast bezoeken consumenten als toerist een aantal maal per jaar verder weg gelegen winkelgebieden, zoals de binnensteden van de grootste steden (Amsterdam, Rotterdam, Antwerpen en dergelijke) of factory outlet centra (Roermond, Lelystad of Roosendaal).

Doelgericht winkelen (runshoppen)

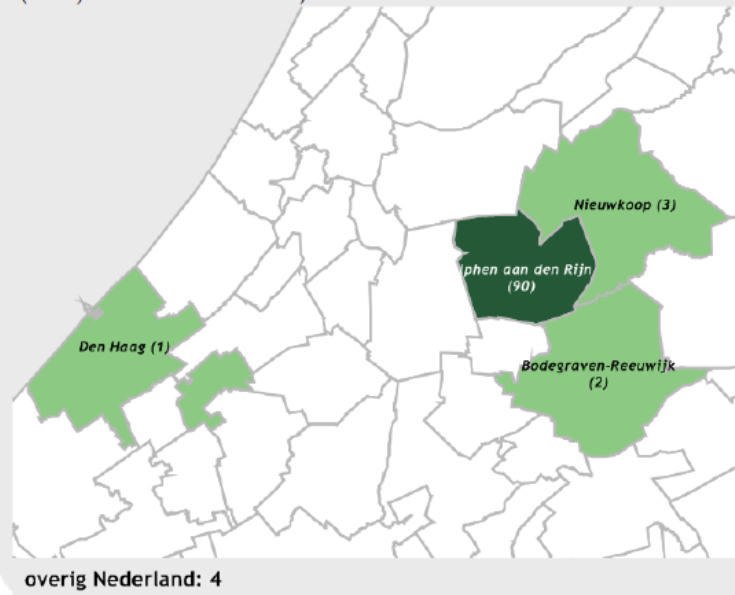
Bij doelgericht winkelen gaat het veelal om assortimenten die relatief weinig smaak- en keuzegevoelig zijn. Ook artikelen die men frequent koopt (al kent) of waarvan men reeds alles weet (oriëntatie via internet) lenen zich voor dit bezoekmotief. Dit bezoekmotief kan in veel type centra plaatsvinden, mits de juiste winkel er maar (efficiënt) te bezoeken is.

Centra gericht op doelgericht winkelen bestaan doorgaans uit grote winkelvestigingen (> 1.000 m²) in de sector 'in-en-om-het-huis'; aangevuld met winkels in een aantal andere branches. De sector in-en-om-het-huis bestaat uit winkels in de branches: tuincentra (plant/dier), bouwmarkten (doe-het-zelf), wonen, bruin-/witgoed en auto/fiets. De grotere concentratiegebieden hebben een regionaal of bovenregionaal verzorgingsgebied. Tuincentra en bouwmarkten opereren veelal lokaal of hooguit subregionaal en liggen ook regelmatig meer solitair. Met name de omvang van de winkels en in mindere mate het winkelgebied als geheel geldt hierin als aantrekkelijk. Bezoekers verwachten bij doelgericht winkelbezoek ruim parkeren-voor-de-deur aan te treffen. De consument bezoekt de afzonderlijke winkels met een bepaald aankoopdoel, het winkelgebied als geheel wordt in vergelijking tot recreatief winkelen slechts kort bezocht.

Bijlage 3 Bestemming winkelbestedingen ge-¹ meenten rond Kaag en Braassem

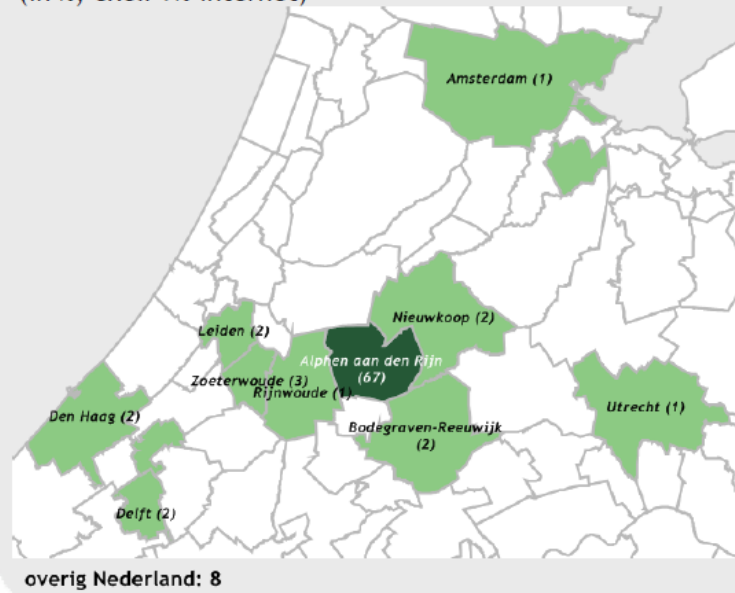
Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Alphen aan den Rijn naar toe
(in %, excl. 1% internet)



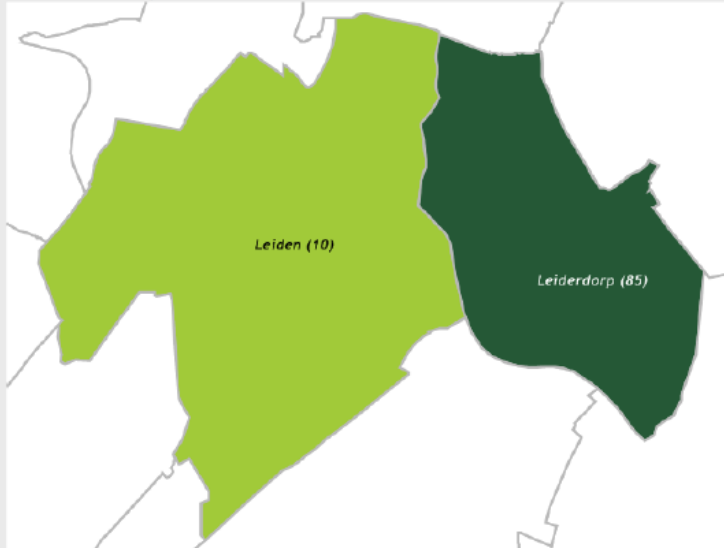
Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Alphen aan den Rijn naar toe
(in %, excl. 9% internet)



Dagelijkse artikelen

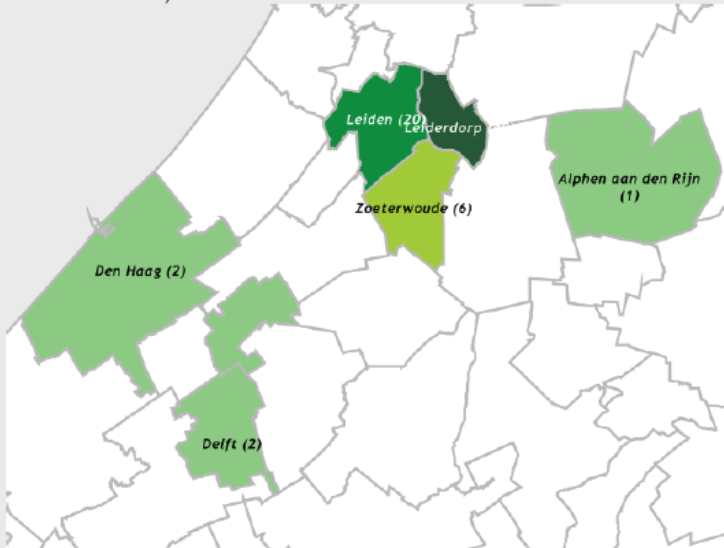
Waar gaan bestedingen uit Leiderdorp naar toe (in %, excl. 0% internet)



overig Nederland: 4

Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Leiderdorp naar toe (in %, excl. 10% internet)



overig Nederland: 9

Bron: Factsheets gemeentes uit Koopstromenonderzoek Randstad, november 2011