

Regionale detailhandelsstructuurvisie Midden-Holland 2020

Een visie op vitale steden en dorpen

maart 2021



Inhoudsopgave

1. Actualisatie detailhandelsvisie	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Vertrekpunt: Regionale structuurvisie detailhandel Midden-Holland 2013	3
1.3 Detailhandelsstructuur Midden-Holland	3
1.4 Positie in de omgeving	6
2. Trends detailhandel Nederland	7
2.1 Veranderend winkellandschap	7
2.2 Trendbreuk	7
2.3 Leegstand niet gelijk verdeeld	8
2.4 Aandeel internet neemt toe	9
2.5 Wijk- en dorpswinkels blijven goed presteren	9
3. Dynamiek in Midden-Holland	10
3.1 Onttrekking en vernieuwing	10
3.2 Leegstand in Midden-Holland daalt	11
3.3 Verbreding van functies	13
3.4 Toenemend belang van de supermarkt	13
3.5 Volumineus aanbod	14
3.6 Centraal en gespreid	14
4. Aanpak in de vijf gemeenten	16
4. Vijf gemeenten, vijf aanpakken in één regio	16
4.1 Gouda	17
4.2 Krimpenerwaard	19
4.3 Zuidplas	21
4.4 Bodegraven-Reeuwijk	23
4.5 Waddinxveen	25
5. Covid-19	27
5.1 Effecten coronacrisis op het functioneren van winkelgebieden	27
5.2 Effecten in de gemeenten in Midden-Holland	27
6. Regionale detailhandelsvisie Midden-Holland	28
6.1 Goed onderweg	28
6.2 Punten van aandacht	28
6.3 Regionale detailhandelsstructuur Midden-Holland	29
6.4 Gezamenlijk bewaken regionale structuur	30
6.5 Samenwerking en stimulering	30

1. Actualisatie detailhandelsvisie

1.1 Aanleiding

Er is behoefte aan een actualisatie van de regionale detailhandelsvisie voor de Regio Midden-Holland. De Detailhandelsstructuurvisie Midden-Holland dateert uit 2013 en gaf vooral de waarschuwing dat een veranderd landschap van consumenten, bestedingen en winkels dringend om actie vroeg. Actie om winkels te behouden. Actie om winkelgebieden aantrekkelijk te houden en actie om een teveel aan winkelruimte een andere bestemming te gaan geven. Die actie is er gekomen en leidt inmiddels tot zichtbare resultaten bij de gemeenten in Midden-Holland. Resultaten die de waarschuwing van toen doen overgaan in nieuwe kansen en een nieuw ingeslagen weg naar de vorming van vitale toekomstbestendige stads- en dorpskernen. Vitale steden en dorpen waar detailhandel een belangrijke, actieve, eigentijdse en energieke rol blijft vervullen. Deze actualisatie geeft een beeld van de ontwikkeling van de detailhandelsstructuur in de gemeenten in Midden-Holland en het door deze gemeenten ontwikkelde beleid. De regionale detailhandelsstructuurvisie Midden-Holland 2020 geeft hieraan verdere verbinding en geeft een aantal kaders aan voor ontwikkelingen in de komende vijf jaar.

1.2 Vertrekpunt: Regionale structuurvisie detailhandel Midden-Holland 2013

In 2013 is de Regionale Structuurvisie Detailhandel Midden-Holland opgesteld. Dit op uitnodiging van de provincie Zuid-Holland en tegen de achtergrond van een snel veranderende winkelmarkt. Een winkelmarkt, die zich wijzigde van een groeiemarkt naar een verdringingsmarkt. Een markt waar – door een intredende crisis - de bestedingen terugliepen en door opkomst van webshops de bestedingen verschoven naar een toenemend aandeel uitgaven aan online aanbod in het bestedingenpatroon van consumenten. Afname van winkelbestedingen leidt tot minder behoefte aan winkels en een toename van de leegstand op met name kwetsbare winkellocaties. Een ontwikkeling die zich ook in de winkelgebieden van regio Midden-Holland - de gemeenten Gouda, Krimpenerwaard, Zuidplas, Bodegraven-Reeuwijk en Waddinxveen - deed aftekenen.

Om hierop een antwoord te geven is door de regio een schets gemaakt van de gewenste detailhandelsstructuur en aangegeven dat in de gemeenten maatregelen genomen dienden te worden. Alle gemeenten in Midden-Holland hebben een visie op de eigen problematiek van de detailhandel ontwikkeld. In alle vijf gemeenten

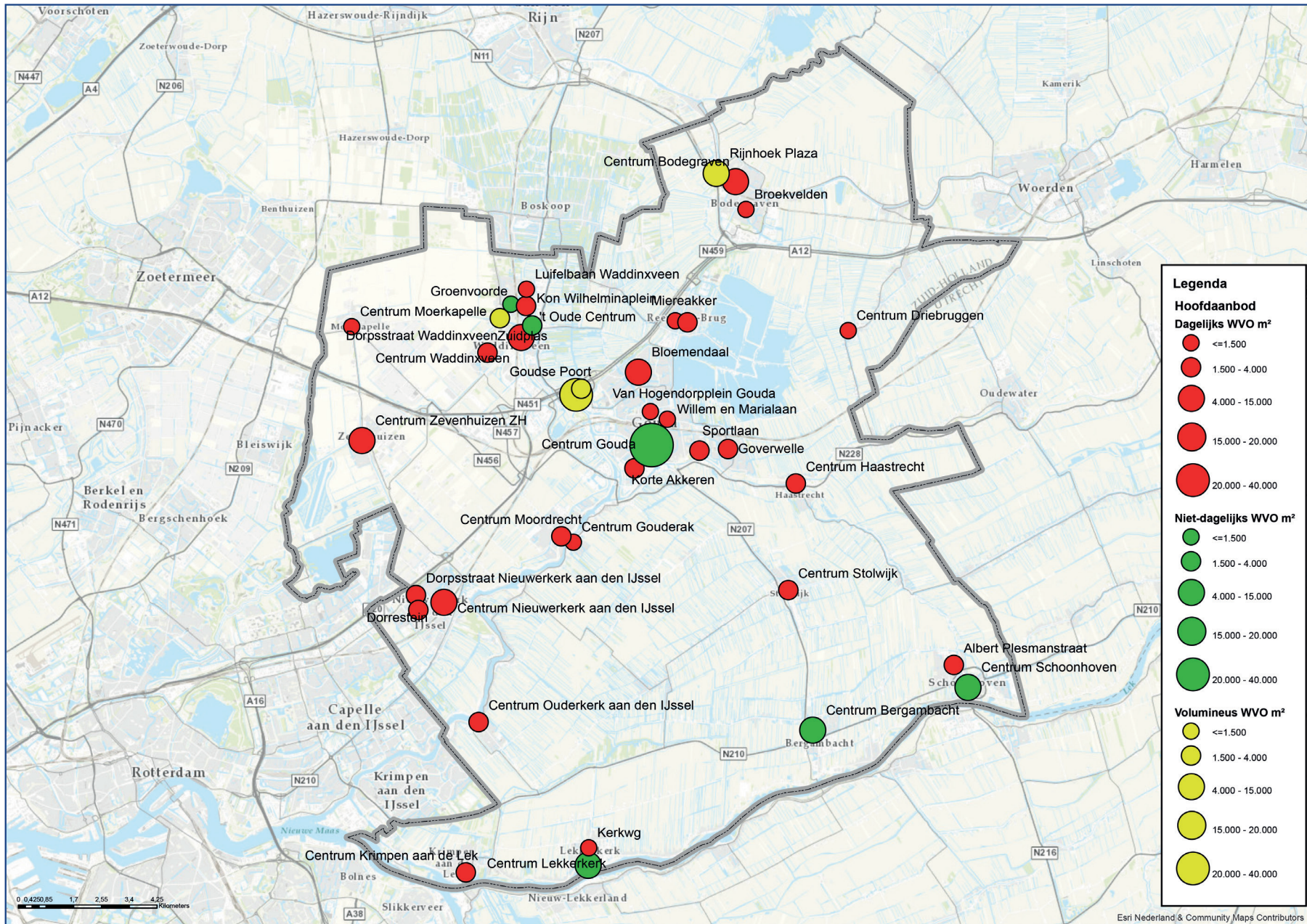
is een aanpak ingezet om dreigende negatieve ontwikkelingen tegen te gaan. Met deze analyse kijken we waar de gemeenten nu staan, welke ontwikkeling is ingezet en waar verdere kansen liggen. De aanpak is in die zin 'bottom up' en ingegeven vanuit de energie die zit in de aanpak van de gemeenten om hun winkelgebieden uitnodigend, actueel en aantrekkelijk te houden. Op basis daarvan worden lijnen aangegeven voor een verdere gezamenlijke versterking van de detailhandel in de regio. Dit met als achterliggende gedachte het gezamenlijk doel om bestedingen in de regio zo goed mogelijk vast te houden.

Tijdens het schrijven van deze visie brak half maart 2020 de coronacrisis uit. Net na een brede bijeenkomst met bestuurders, ambtenaren en winkeliers ten behoeve van deze visie. Corona zet weer een andere trend, andere cijfers, andere ontwikkelingen. Belemmeringen, maar ook nieuwe inventiviteit en kansen tekenen zich af. In vervolg op de gesignaleerde trends worden de eerste analyses van de coronacrisis zo goed mogelijk meegenomen. Dit met de bemoedigende boodschap, dat niet alles door corona geheel anders is geworden.

Naast de effecten van de coronacrisis is zijn er ook redenen om wat anders naar zaken te gaan kijken dan bij opstelling van de eerdere structuurvisie het geval was. Daar waar de structuurvisie van 2013 nog voornamelijk een ruimtelijk beschouwing bevat, geeft deze analyse een bredere blik. Uit de aanpak die de verschillende gemeenten inmiddels hebben blijkt dat een goed functionerende detailhandel meer vereist dan alleen 'kijken naar de stenen en vierkante meters vloeroppervlak'.

1.3 Detailhandelsstructuur Midden-Holland

De regionale detailhandelsstructuur in Midden-Holland is in 2020 op hoofdlijnen een heldere structuur met 38 verschillende winkellocaties gelegen in de gemeenten Waddinxveen, Bodegraven-Reeuwijk, Zuidplas, Krimpenerwaard en Gouda. Veelal winkelcentra gericht op de eigen inwoners van het dorp of de wijk. Een uitzondering hierop vormt Gouda met een uitgebreid aanbod voor recreatief winkelen, waarin naast een breed winkelaanbod in de historische binnenstad ook een concentratie is te vinden van winkels voor doelgerichte- en volumineuze aankopen, geconcentreerd op de locatie Goudse Poort. In de andere vier gemeenten vinden we centra in wisselende grootte met het accent op de aankoop van niet dagelijkse goederen naast de dagelijkse boodschappen en een groot aantal verzorgende dorps- en wijkwinkellocaties. Een goede spreiding van deze locaties is een belangrijke bijdrage aan een goed voorzieningsniveau voor de inwoners. Winkels in de nabije omgeving voor dagelijkse inkoop worden door inwoners als een basisvoorziening gezien. Een goed gespreide structuur van winkels over stads-, dorps- en wijkcentra in de regio is uit dit oogpunt van groot belang.

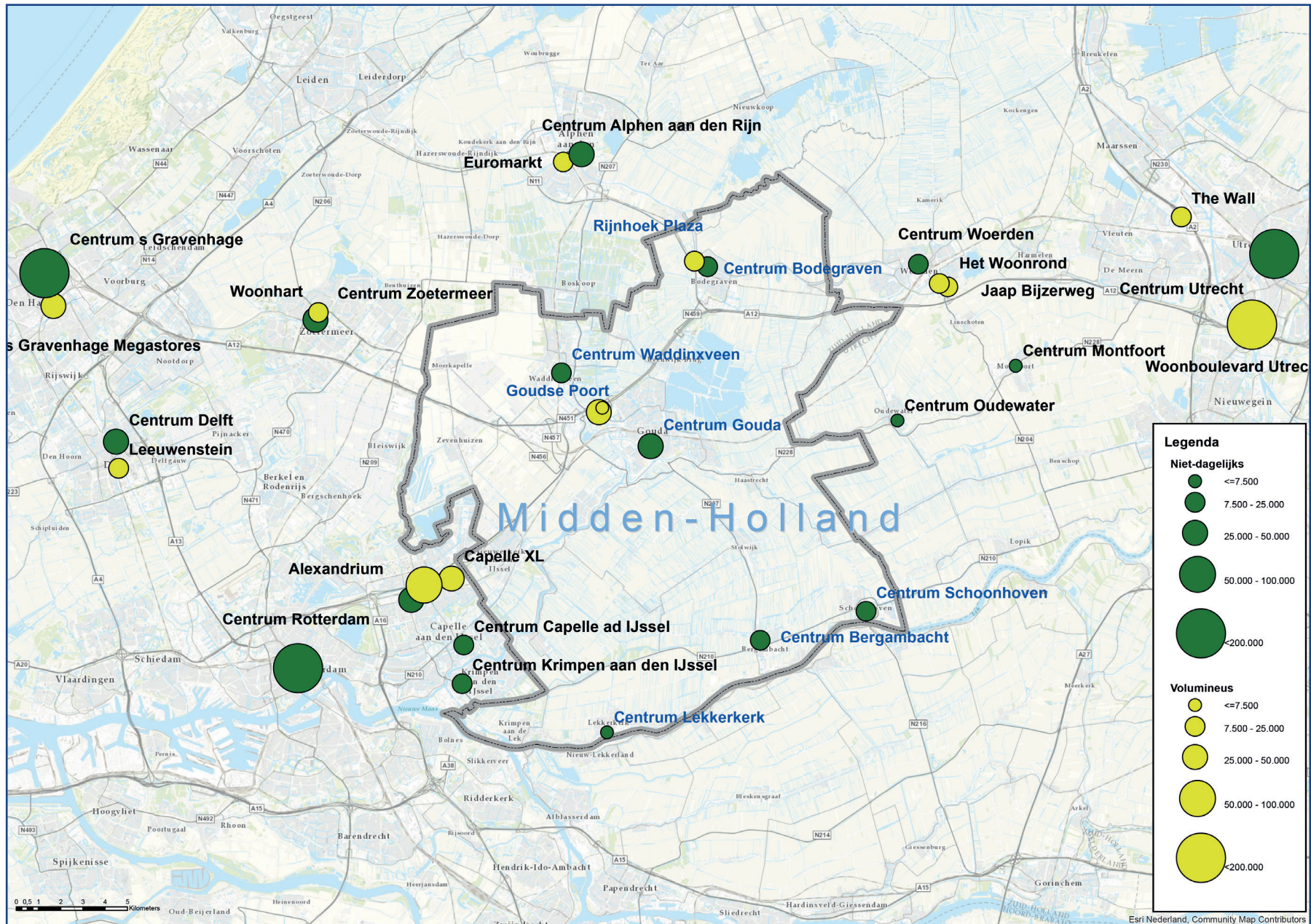


Kaart 1: Winkelstructuur Midden-Holland

1.4 Positie in de omgeving

De detailhandel in Midden-Holland heeft een bijzondere positie. Gelegen in het Groene Hart en tussen de grote steden van de Randstad moet een winkelier zich wellicht toch een beetje meer bewijzen dan in een andere omgeving. Immers de grote steden zijn dichtbij en afstand is voor de consument geen onoverkomelijk probleem. Het ondernemerschap, service, aandacht en ambachtelijkheid kunnen hier het verschil maken. Echter, de concentratie aan winkels in het bovenregionale aanbod is ontegenzeggelijk van invloed op de detailhandel in de regio. Te grootschalige ontwikkelingen op dit niveau kunnen de bestaansbasis van gevestigde winkels in de regio bedreigen. Mede in dat verband bleek voor de toevoeging van een omvangrijke Outlet Mall in het Groene Hart uiteindelijk geen draagvlak te bestaan. In deze detailhandelsvisie dan ook – naast de regio – ook oog voor de omgeving en bovenregionale ontwikkelingen.





Kaart 2: Regio Midden-Holland en omliggende centra niet dagelijks en volumineus aanbod.

2. Trends in de detailhandel in Nederland

2.1 Veranderend winkellandschap

Rond 2011 traden er aanzienlijke veranderingen op in het koopgedrag van consumenten. De teruglopende bestedingen in fysieke winkels in verband met de conjuncturele crisis van 2008 werden nog eens versterkt door de toename van de aankopen via internet. Vooral niet dagelijkse aankopen zoals kleding, schoenen, boeken en geluidsdragers vinden in eerste instantie snel nieuwe verkoopkanalen via webwinkels. In de provincies in de Randstad worden de ontwikkelingen in de detailhandel nauwlettend gevolgd met het Randstad koopstromenonderzoek (KSO 2011, 2016, 2018).

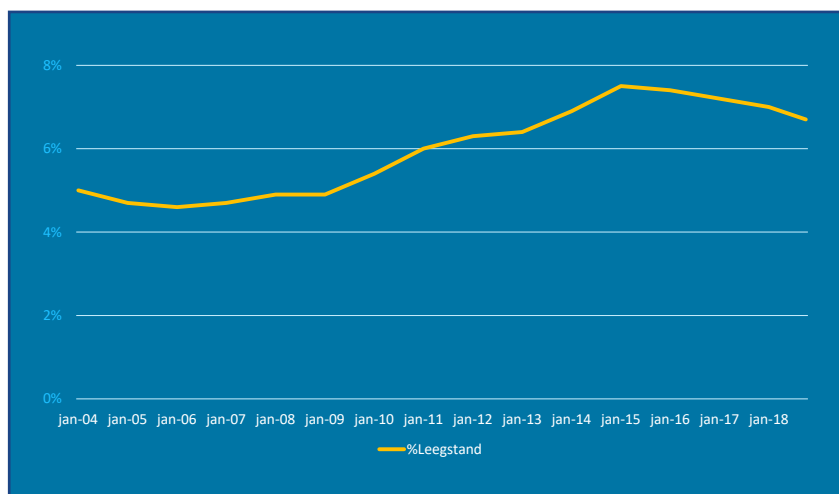


Fig 1. Na een stijging daalt de leegstand landelijk

Voor de crisis van 2008 stond gemiddeld zo'n 5% van de winkels leeg. Na 2008 nam de leegstand toe. Landelijk stond op het dieptepunt zo'n 7,5% van de winkels leeg. Na 2015 is de leegstand gedaald. Het aantal winkelpanden dat in Nederland leegstond was daarmee gedaald van 17.000 tot zo'n 15.000 eind 2018. Dit komt grotendeels door onttrekking van voormalige winkelpanden uit de voorraad. Elk jaar verdwijnen er landelijk honderden winkelpanden. In 2018 heeft dit proces

zich versneld te voltrekken. In de eerste acht maanden van 2018 zijn er zo'n 1000 winkelpanden met een oppervlakte van 250.000 m² uit de landelijke voorraad aan winkellocaties verdwenen (bron: Locatus). In toenemende mate heeft herbestemming naar wonen plaatsgevonden, mede door de grote vraag op de woningmarkt. Daarnaast neemt horeca in veel gevallen de plek van winkels in. Met de aantrekkende economie en wijziging in leefstijlen en vrijetijdsbesteding speelt de horeca een steeds belangrijker rol het bestedingspatroon van consumenten. Het aandeel horeca in het winkellandschap is van 18% in 2015 gestegen naar 20% in 2018 (bron: Locatus). Opgemerkt wordt daarbij dat de nieuwe invulling tevens een toename van de kwetsbaarheid betekent. Horeca is een meer conjunctuurgevoelig segment dan detailhandel, bovendien bijzonder gevoelig voor coronamaatregelen.

2.2 Trendbreuk

Over 2019 constateert bureau Locatus in de Rapportage winkelleegstand 2019/2020 een breuk in positieve trend van leegstandontwikkeling. Stond op 1 januari 2019 landelijk zo'n 6,7% van de winkels leeg. Op 1 januari 2020 is dit opgelopen tot 7,3%, waarmee de ontwikkeling bijna weer terug is bij het dieptepunt van 2015. Locatus ziet drie oorzaken voor deze trendbreuk:

- Het aantal winkels is verder afgenomen. In 2019 sloot een record aantal van 2.767 winkels de deuren. Het aantal winkelsluitingen in 2019 was 40% hoger dan in 2018. Opvallend daarin de sluiting van warenhuis Hudson's Bay en het faillissement van een aantal modeketens. Faillissementen waren verantwoordelijk voor zo'n 20% van de winkelsluitingen in 2019. Het overgrote deel van de winkels is echter uit strategisch bedrijfsmatige overwegingen gesloten. Daaronder ruim 300 vestigingen van winkelketens en bijna 2000 winkels van zelfstandige winkeliers.
- De opname van de winkelpanden door de horeca lijkt te stagneren. De afgelopen jaren werden er jaarlijks 700 vrijgekomen panden gevuld met nieuwe horecalocaties. In 2019 was dat met 239 fors minder.
- De ombouw van winkelpanden naar andere functies is minder omvangrijk. In 2019 verdween slechts de helft van het aantal panden uit de retailvoorraad (ca. 1000), in vergelijking met 2018 (2000 panden). Deze panden werden omgebouwd tot bijvoorbeeld een woning of kantoor.

Met het uitbreken van de coronacrisis medio maart 2020 zijn er ingrijpende gevolgen voor de detailhandel en de horeca ontstaan. De impact daarvan op de lange termijn is nog niet goed in te schatten. Globaal zullen zich naar verwachting de volgende trends gaan voordoen:

- Een verdere toename van het online winkelen.
- Een verdere toename van afhaal- en bezorgdiensten in de horeca.
- Een lastiger economische basis voor de horeca i.v.m. de 1,5 meter maatregelen.
- Versterking van de economische basis van bepaalde winkels (dagelijkse boodschappen dicht bij huis).
- Vermindering van de basis van winkels met een grote internet concurrentie.
- Er is een algehele economische teruggang voorspeld (mogelijk 7% krimp van de economie CPB), die een brede invloed kan hebben op het bestedingsniveau van consumenten in de komende jaren.

In september 2020 heeft bureau Locatus een eerste corona impactanalyse op de retail uitgebracht. Daaruit blijkt dat de winkelgebieden in met name de grotere steden een enorme terugloop in bezoekers hebben gehad. Na een dip in de passanten aantallen in de winkelgebieden tot 25% van het aantal gebruikelijke bezoekers in april 2020 lijkt het aantal passanten zich in september 2020 voorlopig te stabiliseren op 50% van voor de coronacrisis. Voor dorps-, buurt- en wijkcentra ligt dat anders. Hier hebben de bezoekersaantallen zich gehandhaafd of is het aantal passanten juist toegenomen. Sectoren als de kledingbranche en de horeca hebben te maken gehad met de grootste omzetsdaling. De kledingbranche in april 2020 naar schatting met zo'n 30 tot 40%. Bouwmarkten en doe-het-zelf zaken deden het juist erg goed in de periode.

Landelijk signaleert Locatus in september 2020 een verder oplopen van de leegstand van 7,3 naar 7,6%. Vermoed wordt dat dit snel verder kan gaan oplopen, vooral wanneer de steunmaatregelen van de overheid aan ondernemers zullen worden beëindigd. Locatus schat in dat eind 2021 de winkelleegstand verder zal oplopen tot zo'n 9,9%. Dit door een toenemend aantal bedrijfsbeëindigingen van winkeliers die in het nu snel veranderende winkellandschap niet meer een voldoende bestaansbasis kunnen vinden. Daarbij zal een deel van de vrijkomende winkels – naar verwachting – weer in gebruik genomen worden door nieuwe initiatieven. In totaal zal naar verwachting de trend naar minder winkels doorzetten, maar er zullen ook weer nieuwe winkels geopend worden. De trend naar meer horeca-ondernemingen, die in 2019 reeds was afgevlakt, zal niet verder doorzetten. De conjunctuurgevoeligheid van deze ondernemingen zou tot een terugloop aanleiding kunnen geven.

2.3 Leegstand niet gelijk verdeeld

Er zijn grote verschillen in type winkelgebieden. Uit het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 (KSO 2016) bleek een trend naar versterking van de positie van de centra van de grote steden. De grote centra hebben zich ontwikkeld tot aantrekkelijke plaats voor verschillende aankopen, voornamelijk niet dagelijkse goederen, recreatief winkelen en verblijven. Daarnaast geeft het KSO 2016 een toename aan in het lokaal boodschappen doen, het betrekken van dagelijkse goederen dicht bij huis. Daarmee heeft er een opmerkelijke verbetering plaatsgevonden in de belangstelling voor de dorps- en buurtwinkels. Wat minder is de positie van de middelgrote en regionale centra, waar de bestedingen minder zijn gestegen dan bij de andere koopcentra. Dit vertaalt zich ook in een leegstand, die in middelgrote centra hardnekkiger lijkt.

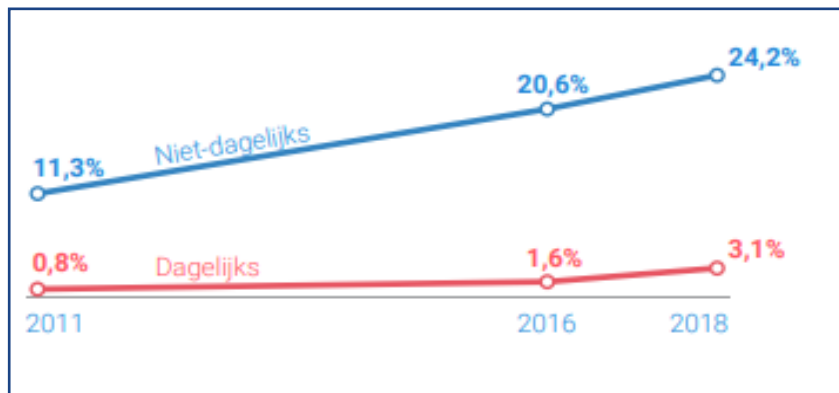
In het Randstad koopstromenonderzoek 2018 (KSO 2018), gepresenteerd in januari 2019, zet de drievoudige trend in het winkellandschap zich door. De Rapportage winkelleegstand 2019/2020 van Locatus geeft echter een indicatie dat er grenzen zijn aan de trend van groei aan winkelvoorzieningen in de grote steden. Locatus rapporteert dat de grootste stijging in leegstand in 2019 zich heeft voltrokken in de grote steden van 5,3% in 2018 naar 7,3% eind 2019. De buurt- en dorpswinkels bleven het daarentegen goed doen. Die trend lijkt zich onder invloed van de coronacrisis verder door te zetten.



2.4 Aandeel internet neemt toe

Het aandeel van winkelen via internet neemt steeds meer toe. In 2018 is het aandeel zo'n zeven procent in het totaal aan detailhandelsuitgaven. iDEAL betalen is een vliegwiel geweest voor internetwinkelen. Het online shoppen is technisch gezien nog sterk in ontwikkeling. Ook economisch is de plek nog niet duidelijk en stabiel. Er wordt relatief veel geïnvesteerd, maar lang niet alle investeringen in online retail zijn winstgevend. Ook niet na vele jaren. Mogelijk geeft een marktcorrectie (internetbubble) op enig moment aan waar de grenzen van het online shoppen liggen.

In het KSO 2018 wordt aangegeven dat rekening is te houden met een verdere stijging van het marktaandeel internetverkoop in de detailhandel. Er is daarbij een verschil in de aankoop van dagelijkse- en niet dagelijkse goederen. Het aandeel internetverkoop in de niet dagelijkse goederen loopt daarbij op tussen de 20 en 30%, terwijl het aandeel van dagelijkse goederen vooralsnog beperkt blijft, maar wel oploopt tot boven de 3%. Door de coronacrisis heeft ook het thuisbezorgen van dagelijkse boodschappen een aanzienlijke vlucht genomen en neemt het marktaandeel internet voor dit segment ook verder toe.



Figuur 2: Ontwikkeling marktaandeel internethandel (KSO 2018)

Er zijn signalen dat door technische stappen in verbeterde logistieke- en betalingstechnieken er een verdere en versnelde doorzetting van het markt internetverkoop in de detailhandel gaat plaatsvinden. De echte verschuiving van winkelaankopen komt er dus nog aan. Aankopen die ook niet (meer) gedaan worden in de webshops van lokale winkeliers, maar bij grote distributeurs of direct bij de webshop van de producent via online platforms. Het ontstaan van de online platformeconomie zet het winkellandschap verder onder druk.

2.5 Wijk- en dorpswinkels blijven goed presteren

Tegen de trend van online winkelen in, staan de meeste wijk- en dorpswinkelcentra in Nederland er goed voor. Onderzoek van vastgoedbureau Colliers International d.d. 18 januari 2020 geeft aan dat ruim 80% van de dorps- en wijkwinkels genoeg klanten trekt om hun bestaan te kunnen verzekeren. Ook scoren de winkels dicht bij huis goed bij de klanten. Colliers analyseerde de wijk- en dorpscentra in de periode 2004-2019. Daaruit blijkt dat het aantal wijk- en dorpscentra in de afgelopen vijftien jaar met 6,6% is gegroeid en de gemiddelde omvang is toegenomen met zo'n 20% extra aan oppervlak. De samenstelling is daarbij veranderd. Er zijn kappers en massagesalons bijgekomen. De videotheken, die vijftien jaar geleden bijna in ieder wat groter centrum te vinden waren, zijn verdwenen. Het aantal bankautomaten in de centra is met zo'n tweederde gereduceerd. Het aantal horecazaken in dorps- en wijkcentra is toegenomen.

Succesfactor van de wijk- en dorpswinkels is de aanwezigheid van een supermarkt. Of effectiever nog een combinatie van een supermarkt en budgetsuper. Deze combinatie trekt veel publiek. Verswinkels (bakkers, slagers, groenten- en viswinkels), dichtbij gelegen, profiteren van de klantenstroom en voorzien in de grote vraag naar versproducten met kwaliteit. De groei van de dorps- en wijkcentra in omvang komt vooral voor rekening van de supermarkten, die groter zijn geworden om de klanten beter te kunnen bedienen met een breder assortiment. Winkelgebieden die voor het grootste deel zijn gericht op dagelijkse boodschappen, kennen doorgaans nauwelijks leegstand. Ook met het uitbreken van de coronacrisis zijn wijk- en buurtcentra het uitstekend blijven doen. Dit blijkt onder meer uit een aanvullend onderzoek van Colliers.



3. Dynamiek in Midden-Holland

3.1 Onttrekking en vernieuwing

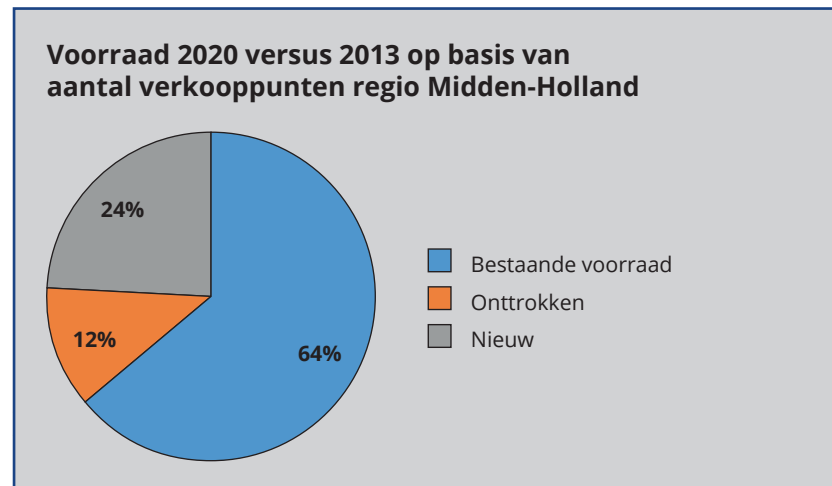
Het winkelaanbod in de regio Midden-Holland loopt in de pas met het gemiddelde in Nederland. In de regio staan zo'n 231.756 inwoners 2655 verkooppunten ter beschikking¹. Met zo'n 11,5 verkooppunten per 1000 inwoners is aanbod wat bescheidener dan het landelijk gemiddelde. Het beschikbare winkeloppervlak is daarentegen wat ruimer dan gemiddeld. Per gemeente zijn er verschillen. De gemeente Gouda telt de meeste verkooppunten op het aantal inwoners. Dit past bij de regionale functie van de stad. De gemeente Waddinxveen kent relatief het grootste winkeloppervlak van de regio. In Bodegraven-Reeuwijk is het beschikbare winkeloppervlak per inwoners het kleinste.

Winkelaanbod per gemeente Regio Midden-Holland

Gemeente	Aantal inwoners	#Vkps	WVO	Vkp per 1.000 inw	WVO per 1.000 inw
Bodegraven Reeuwijk	34.869	379	38.650	10,9	1.108
Gouda	73.443	965	152.574	13,1	2.077
Krimpenerwaard	56.319	632	68.726	11,2	1.220
Waddinxveen	29.293	276	47.927	9,4	1.636
Zuidplas	43.894	371	62.597	8,5	1.426
Regio totaal	237.818	2.623	370.474	11,0	1.558
Nederland	17.180.000	218.887	31.150.695	12,7	1.813

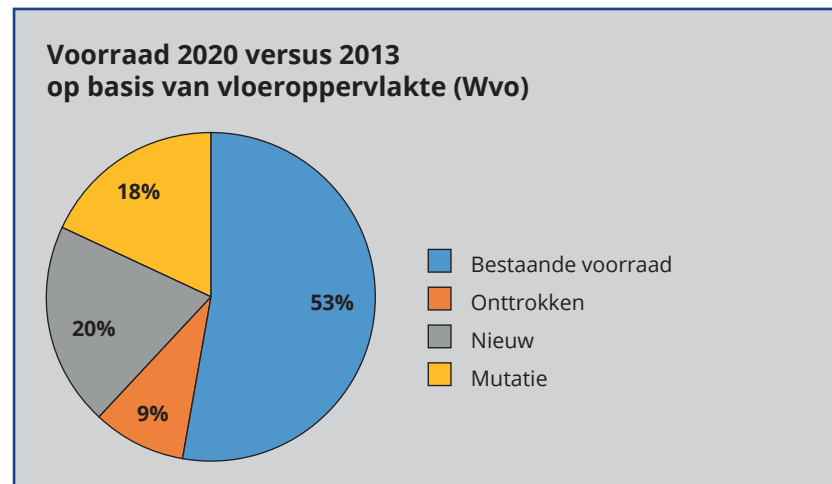
Figuur 3 Bron: Locatus, maart 2020.

In de periode 2013 tot 2020 is het aantal verkooppunten licht gedaald. Van het beschikbare aantal verkooppunten was 64% in 2013 ook al aanwezig. Van het in 2013 aanwezige aantal verkooppunten heeft 12% een andere bestemming gekregen. Terwijl 24% van de bestaande verkooppunten na 2013 aan de winkelvoorraad is toegevoegd. Daaruit kan worden afgeleid dat de winkelvoorraad in de afgelopen periode deels een vernieuwing heeft ondergaan.



Figuur 4: Ontwikkeling verkooppunten in Midden-Holland (Locatus, maart 2020).

Met meer dan 370.000 m² aan winkeloppervlak in 2020 hebben de gemeenten in Midden Holland zich vanaf 2013 sterk ontwikkeld. In de periode 2013 – 2020 is een aandeel van zo'n 53% van het vloeroppervlak in de markt gebleven. Dit aandeel is door uitbreiding van de bestaande panden (mutatie) met zo'n 18% gegroeid. Daarnaast is zo'n 20% aan nieuw verkoopoppervlak toegevoegd en is een aandeel 9% van aan voorraad winkelruimten onttrokken en heeft een andere bestemming gekregen.

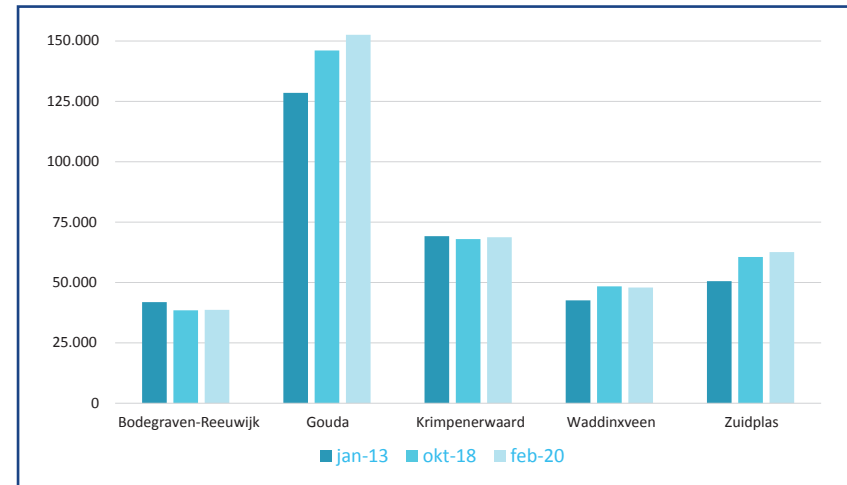


Figuur 5: Gemeenten in Midden-Holland: Wijziging samenstelling Wvo in 2020 t.o.v. 2013 (Locatus 2020).

Naast bijzonder omvangrijke toevoegingen (Hornbach, Intratuin, Go-stores, Gouweplein) betreffen de toevoegingen in het bijzonder het aandeel volumineus en supermarkten. Ook in de gemeenten in Midden-Holland stijgt het belang van een aanbod aan goed gepositioneerde en goed over de buurten en dorpen gespreid aanbod aan supermarkten. Dit om de inwoners gemak dichtbij te bieden in de dagelijkse aankopen. Naast toevoeging van supermarkten op verschillende plekken, heeft ook vernieuwing, vergroting en nieuwbouw van bestaande winkels plaatsgevonden om supermarkten up to date te houden. Zo is in Gouda Oost in het kader van de stadsvernieuwing een nieuw supermarktcluster in de plaats gekomen van de sterk verouderde winkelstrip aan de De Rijkestraat en heeft in Bodegraven het supermarktcluster aan de Oud Bodegraafseweg-Doortocht met een uitbreiding van een bestaande supermarkt en een prijsvechter zijn plek verworven in het lokale winkellandschap. Op verschillende plekken heeft herbestemming van verkooplocaties plaatsgevonden, veelal kleinere winkelpanden en in een enkel geval een tuincentrum waarvan de locatie beschikbaar is voor nieuwe ontwikkelingen.

De Regio Midden-Holland geeft in de periode 2013 – 2020 een stabilisatie van de ontwikkeling van het aantal verkooppunten te zien. Daarin is sprake van een dynamiek van enerzijds toevoeging van winkellocaties en anderzijds een uit de markt nemen van incurante winkellocaties. Deze locaties worden veelal getransformeerd en herbestemd voor andere functies. Daarbij is per saldo een groei van het winkelvloeroppervlak gerealiseerd, dat ook voor het overgrote deel in gebruik is. De gemeenten in de regio Midden-Holland laten daarmee een actief beeld zien van inspelen op de nieuwe ontwikkelingen in de retail en de veranderingen in het winkellandschap.

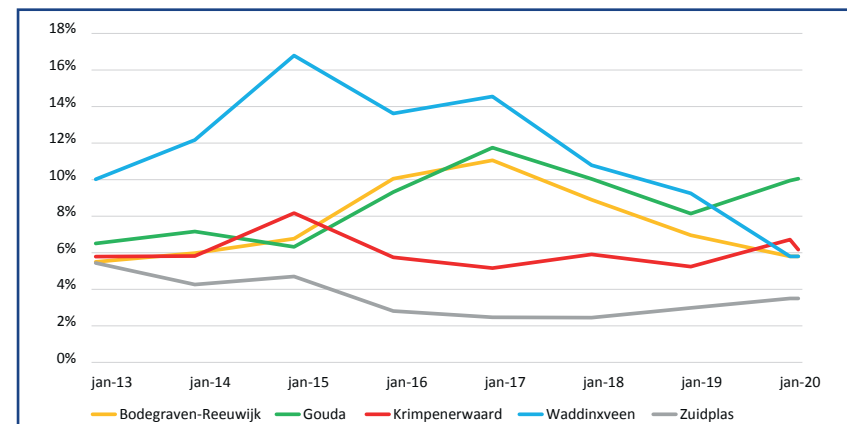
Binnen de regio zijn er wel verschillen per gemeente. Toevoeging van winkelvloeroppervlak heeft vooral te maken met een aantal specifieke grote ontwikkelingen, in het bijzonder op enkele PDV-locaties en de toename van het marktaandeel van supermarkten. De gemeente Gouda kent de grootste stijging van het winkelvloeroppervlak (WVO). Verklaring hiervoor is de komst van de Go Stores in 2012. Go Stores Gouda is de woonboulevard van Gouda met eten, wonen, klussen en outdoor faciliteiten. De gemeente Bodegraven-Reeuwijk en Krimpenerwaard kennen juist een lichte daling van het WVO. In die gemeenten wordt het aandeel in het winkeloppervlak voornamelijk bepaald door de centrale kernwinkelgebieden. Daar zijn de eerste stappen van het ingezette concentratiebeleid in de verschillende dorpen het duidelijkste zichtbaar. Uit de markt nemen betreft hier veelal kleinere winkelpanden aan de randen van het centrum, waarvoor nieuwe bestemmingen zijn gevonden.



Figuur 6: Ontwikkeling winkelvloeroppervlak in m2 in Midden-Holland per gemeente (Locatus, maart 2020).

3.2 Leegstand in Midden-Holland

De oplopende trend in de leegstand, waarmee de gemeenten in Midden-Holland in 2013 te maken hadden is zich duidelijk aan het keren. De leegstand in de regio Midden-Holland daalt geleidelijk. Dit sluit aan bij de landelijke trend, maar is ook het gevolg van actieve ingrepen door gemeenten, winkeliersverenigingen, investeerders en pandeigenaren. Per gemeente zijn daarin specifieke situaties te onderkennen, waarop ook een specifieke aanpak een antwoord geeft.



Figuur 7: Leegstand per gemeente - Regio Midden-Holland (Locatus, maart 2020).

Bodegraven-Reeuwijk

De gemeente Bodegraven-Reeuwijk laat over de periode 2013 – 2020 een sterk stijgende en vervolgens sterk dalende leegstand zien. Dit heeft voornamelijk te maken met de ontwikkelingen in Bodegraven centrum. Bodegraven heeft de karakteristieken van een middelgroot centrum met een gedeeltelijk regionaal verzorgingsgebied: de dorpen van Bodegraven-Reeuwijk e.o. Naast een breed aanbod voor de dagelijkse aankopen kent het centrum ook een behoorlijk aanbod aan goederen met niet dagelijkse aankopen. Die samenstelling bleek kwetsbaar. Een relatief groot centrum met winkels die niet altijd even goed de aansluiting met de markt wisten te behouden. Na enkele jaren van zorgen over de toenemende leegstand is er nu een kerende trend te zien, mede door een actieve aanpak van de gemeente, ondernemersvereniging en het Kadaster met een vernieuwd centrumplan. Een centrumplan dat zich richt op concentratie van functies in een kleiner kernwinkelgebied en inrichting van een aantrekkelijke openbare ruimte.

Gouda

Vanuit het perspectief om een aantrekkelijke woonstad te zijn én vanuit economisch perspectief streeft Gouda naar een levendige en bruisende binnenstad. Sinds een aantal jaren wordt structureel gewerkt aan een versterking van de binnenstad. Een gerichte aanpak in de binnenstad met alle betrokken partners heeft onder andere gezorgd voor een verbetering van de openbare ruimte, een daling in de leegstand en meer groen in de binnenstad. In het oog springende resultaten zijn het vernieuwen van de entree bij de “Kop van de Kleiweg”, gedeeltelijke transformatie van de Nieuwe Markt Passage met de vestiging van een binnenstadsupermarkt en de komst van nieuwe toeristische trekkers zoals de Siroopwafel Experience en sinds de zomer van 2020 de Cheese Experience. Het aantal woningen in de binnenstad is toegenomen, o.a. door de regeling Wonen boven Winkels en transformatie van leegstaande kantoren en winkelpanden. De vernieuwingen bij de noordelijke entree van de binnenstad zullen worden afgerond met een herinrichting van de Korte Vest, Agnietenstraat en het Houtmanspad. De binnenstad van Gouda moet op termijn autolouwer worden. Het realiseren van toekomstbestendige stadsdistributie en goede fietsvoorzieningen zijn hier een belangrijk onderdeel van.

Krimpenerwaard

De gemeente Krimpenerwaard laat relatief lage leegstandscijfers zien. Dit heeft hoofdzakelijk te maken met een winkelstructuur die – verspreid over de verschillende dorpen – voorziet in de dagelijkse boodschappen. In plaatsen met een bredere functie in de winkelvoorziening – Schoonhoven, Bergambacht – zijn wat grotere fluctuaties in de leegstandontwikkeling aan de orde. Nadere stimulansen worden voorbereid op basis van de eind 2019 vastgestelde Retailvisie Krimpenerwaard.

Met dit koersdocument gaan gemeente en winkeliersverenigingen in de komende periode inzetten op bestendiging, versterking en op de ontwikkeling zowel de winkelstructuur als het ondernemen. Actieplannen per kern gaan verdere invulling geven aan de positie van de retail in de gemeente en de toekomstbestendigheid daarvan.

Waddinxveen

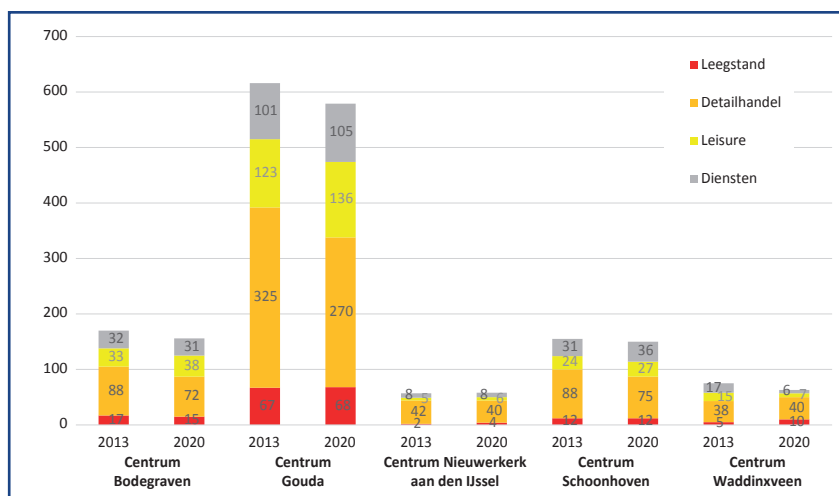
In de gemeente Waddinxveen heeft toevoeging van een nieuw centraal winkelgebied, Gouweplein, in de gemeente op een moment dat het minder ging met de detailhandel geleid tot een aanzienlijk oplopen van de leegstand. Verdere concentratie van winkels in de gemeente in het nieuwe gebied bleek geen opgave die eenvoudig voor alle betrokkenen is te realiseren. Toch is een positieve trend ingezet, tussen 2018 en 2020 is de leegstand sterk afgenomen en zijn de meeste winkels op het Gouweplein gevuld. De verdere ontwikkeling van Waddinxveen als woongemeente biedt stapsgewijs ook een steeds breder draagvlak voor de gerealiseerde centrale winkelvoorziening. Dit met behoud van een aantal sterke buurtgerelateerde winkellocaties met een ondernemerschap dat duidelijk in een behoefte voorziet.

Zuidplas

De gemeente Zuidplas laat de laagste leegstand cijfers zien. Dit heeft te maken met de sterk per dorp gespreide winkelstructuur, gericht op het verzorgingsgebied in de directe omgeving. Het betreft voornamelijk winkelvoorzieningen voor de dagelijkse aankopen. De onverwacht oplopende leegstand begin 2018 heeft te maken met specifieke problemen die waren ontstaan in het grootste winkelcentrum van de gemeente, Reigerhof, waar eigenaar, winkeliers en beheer elkaar onvoldoende wisten te vinden. Verandering van eigenaar, een actieve aanpak vanuit de gemeente en een actieve samenwerking met het nieuwe gevormde bestuur van de winkeliersvereniging heeft het tij echter snel doen keren. Reigerhof laat begin 2019 al weer een nagenoeg volle bezetting zien, die klanten weet te boeien en te binden.

3.3 Verbreding van functies

De kernwinkelgebieden in de stads- en dorpscentra van de gemeenten in Midden-Holland vormen het kloppend hart van een gemeenschap. Hier ontmoeten mensen elkaar. Leegstand is een bijzondere bedreiging voor de kerncentra van gemeenten. Centra met een hardnekkige en duidelijk aanwezige leegstand gaan in aantrekkelijkheid achteruit. Leegstand heeft het bijzondere risico zichzelf te versterken. Bezoekers gaan een ongezellig centrum mijden. Daarop is tijd in te spelen door mogelijkheden te scheppen voor de vestiging van andere activiteiten, horeca, vermaak (leisure) en diensten.



Figuur 8: Ontwikkeling functies centra gemeenten Midden-Holland januari 2013 tot januari 2020² (Locatus maart 2020).

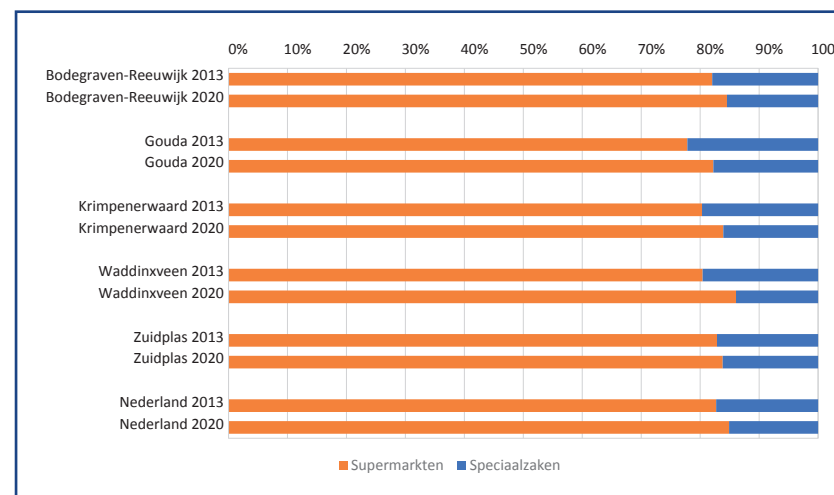
In de afgelopen periode is in de dorpscentra van de gemeenten in de regio Midden-Holland een verbreding te zien van de functies. Waar eerder het accent lag op detailhandel, is er nu meer ruimte voor horeca, leisure en diensten. De dorpen zijn niet enkel meer mono functionele winkelhart, maar worden steeds meer een dorp met wonen, werken, winkelen, zorg en andere centraal aan te bieden functies. De functieverbreiding doet zich in het bijzonder voor in de centrale stads- en dorpscentra.

² Figuur: Branchering per pand in de centra van de vijf gemeenten tussen in januari 2013 en januari 2020 naar het aantal panden. (Locatus maart 2020)

3.4 Toenemend belang van de supermarkt

De trend in toename van het marktaandeel van supermarkten ten opzichte van de speciaalzaken heeft zich tussen 2013 en 2020 ook in de gemeenten in Midden-Holland doorgezet. Naast de vestiging van extra supermarkten en nieuwe supermarktformules, neemt ook de omvang van de supermarkten toe. Dit komt tot uiting in het aandeel in het totaal aan winkelvloeroppervlak.

Supermarkten worden groter in verband met het toenemende assortiment en het willen bieden van kwaliteit aan de consument. Deze trend zet ook in de gemeenten in Midden-Holland door. Daarbij is er sprake van spreiding van supermarkten over de wijken en dorpen in de gemeenten.



Figuur 9: Vloeroppervlak supermarkten neemt toe (Locatus maart 2020).

Op verschillende plaatsen in de gemeenten is de supermarkt als trekker voor een centrum actief en weloverwogen gepositioneerd. Dit met op een aantal plaatsen een 'haltermodel', een supermarktcluster met een winkel in het reguliere supermarktsegment en een prijsvechter. Deze combinatie is een formule die klanten blijkt te trekken en het winkelend publiek vasthoudt. In verschillende gemeenten zijn plannen om meer van deze combinaties te realiseren. Zo is er in Krimpenerwaard een plan ontwikkeld om het Plesmanplein te Schoonhoven met een supermarktcombinatie en aanpassing van de verblijfsruimte te transformeren naar een modern aankoopcentrum voor de dagelijkse boodschappen. Er zijn ook initiatieven vanuit de markt die ruimte zoeken voor vestiging op plaatsen waar dit vanuit het gevoerde beleid minder gewenst is, zoals vestiging van een supermarkt op een bedrijventerrein.

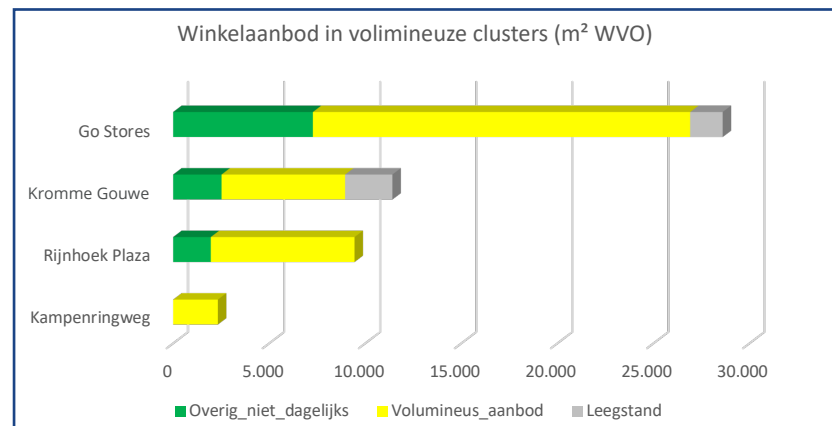
3.5 Volumineus aanbod

De gemeenten in Midden-Holland kennen gedifferentieerd volumineus aanbod met verspreide locaties in de regio. In de regionale structuurvisie detailhandel Midden-Holland 2013 zijn twee regionale centra voor volumineuze detailhandel aangegeven: Goudse Poort in Gouda en Rijnhoek in Bodegraven. In haar winkelvisie zet Gouda in op een concentratie en versterking van volumineuze detailhandel op de Goudse Poort. Dit specifiek binnen het moderne winkelgebied concept Go Stores. Bodegraven-Reeuwijk zet in op consolidatie van cluster Rijnhoek Plaza op bedrijventerrein Rijnhoek.

In 2013 was beperking van de bestedingen in de sector volumineuze goederen nog goed merkbaar. In het bijzonder was er een sterke toename van de leegstand op de zogenaamde meubelboulevards. Ook bouwmarkten werden geconfronteerd met kleinere marges. In 2018 zijn er – met op gang komen van de woningmarkt – duidelijke meer bestedingen in het segment. Dat vertaalt zich ook in de basis voor volumineuze detailhandel in de gemeenten in Midden-Holland. Bij de ontwikkeling van Go Stores Gouda duurde het geruime tijd voordat de beschikbare winkelruimte een volledige bezetting te zien gaf. Het cluster kent in 2019 een volledige bezetting met een bouwmarkt, beddenspecialzaak, meubelzaken in verschillende prijsklassen en een keukenzaak.

In het Onderzoek aanpak PDV-locaties Zuid-Holland (BRO augustus 2017) zijn 32 aangewezen PDV-locaties in de provincie beschreven en beoordeeld. Uit deze verkenning bleek dat er in de provincie – op een enkel geval na - geen heel nijpende situaties van uitzichtloze leegstand in de volumineuze detailhandel aanwijsbaar zijn. Wel is er sprake van een wisselende kwaliteit in het aanbod, winkeloriëntatie, belevingswaarde en leegstand van de locaties. In het onderzoek komt Go Stores Goudse Poort als regionaal cluster naar voren als een modern, goed ontsloten (aan de A12) gelegen locatie met een breed aanbod. Vanwege de omvang richt het cluster zich naast de stad Gouda ook op de regio Midden-Holland. Concurrentie is er met enkele omliggende centra en PDV-locaties in Rotterdam, Zoetermeer en Alphen aan den Rijn.

In de winkelvisie van de gemeente Gouda is voorzien dat bedrijventerrein Goudse Poort zich ontwikkelt naar een breed cluster voor regionaal aanbod van volumineuze detailhandel met een hoge verblijfskwaliteit: 'De etalage van de regio'. De omvang van het aanbod in het concept Go Stores is voorzien hierin te versterken en in oppervlakte te vergroten, waarbij wordt ingezet op een verplaatsing van commerciële vestigingen op de locatie Kromme Gouwe en een verder betrekken van het gebied aan de rond GoStores (Kamperingweg) bij dit concept. Voor de verplaatsing van detailhandel van Kromme Gouwe naar de binnenstad of Goudse Poort heeft de gemeente Gouda strikte voorwaarden geformuleerd zoals duidelijke afspraken over de nieuwe bestemming op de achterlaat locaties.



Figuur 10: Winkelaanbod in volumineuze clusters (m² VVO). (Locatus 2018)

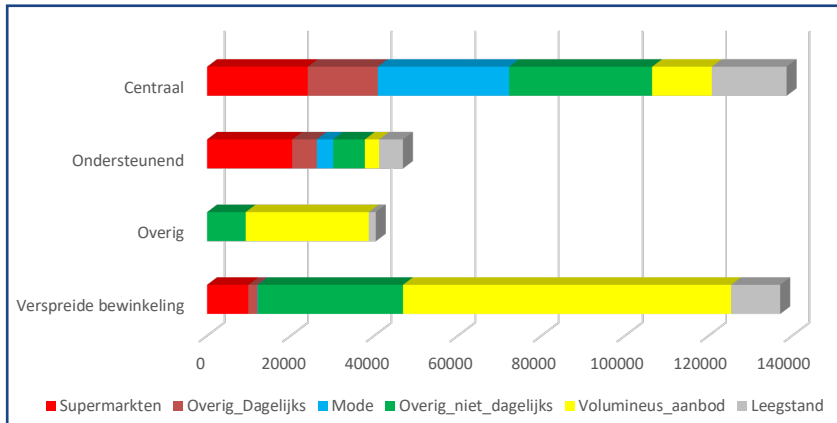
Naast de ontwikkeling van één duidelijk herkenbaar regionaal cluster kennen de gemeenten in Midden-Holland een grote spreiding van bouwmarkten, tuincentra en handelsbedrijven in volumineuze goederen, voornamelijk gericht op de lokale vraag. Een enkele vestiging heeft een bijzondere bovenregionale functie zoals de Hornbach in Nieuwerkerk en de Intratuin in Zevenhuizen.

Verder concentratie in regionaal verband vergt aandacht. Eventuele verplaatsingen van bedrijven van locaties kan consequenties hebben voor ondernemingen en zijn op een afgewogen wijze te beschouwen. Een verplaatsing van het bedrijf naar Gouda is wellicht gewenst, maar dus geen vanzelfsprekendheid.

3.6 Centraal en gespreid

In 2013 is een inventarisatie gemaakt naar centraal georganiseerde winkellocaties, ondersteunde (wijk) centra en verspreid liggende bewinkeling. Hieruit bleek dat – naast een groot aandeel in centra gelegen winkels – er sprake is van een aanzienlijk aandeel verspreide winkels. Naar vloeroppervlak gemeten betreft is het grootste gedeelte daarvan onderdeel van de sector volumineuze goederen. Locaties die in de visie van de gemeenten in Midden-Holland ook goed gespreid over de gemeenten in de regio zouden moeten liggen. Daarnaast zijn er supermarkten met een solitaire ligging, die vaak de enige winkelvoorziening in een dorp op wijk vormen. Er is echter ook nog een aanzienlijk aantal op verspreide plekken gevestigde winkels die niet vallen in de categorie volumineus of supermarkt of winkelvoorziening van een wijk of dorp. Deze verkooplocaties zijn daar om meerdere redenen in het verleden gevestigd, maar komen in deze tijd wellicht beter tot hun recht in een centraal winkelgebied. In een centraal winkelgebied zouden deze verkooppunten in ieder

geval een aanvulling zijn op het daar reeds geconcentreerde aanbod. In 2013 is de ambitie uitgesproken om die locaties te doen verminderen door deze niet opnieuw voort te zetten na vervallen van een winkelformule dan wel te zien of er verplaatsing plaats kan vinden naar een locatie in een geconcentreerd winkelgebied. In de gemeenten is deze ontwikkeling naar mogelijkheden opgepakt.



Figuur 11: Winkelaanbod naar locatietypen (m² WVO). (Locatus oktober 2018)



Perifere distributie Goudse Poort, foto gemeente Gouda

4. Aanpak in de vijf gemeenten

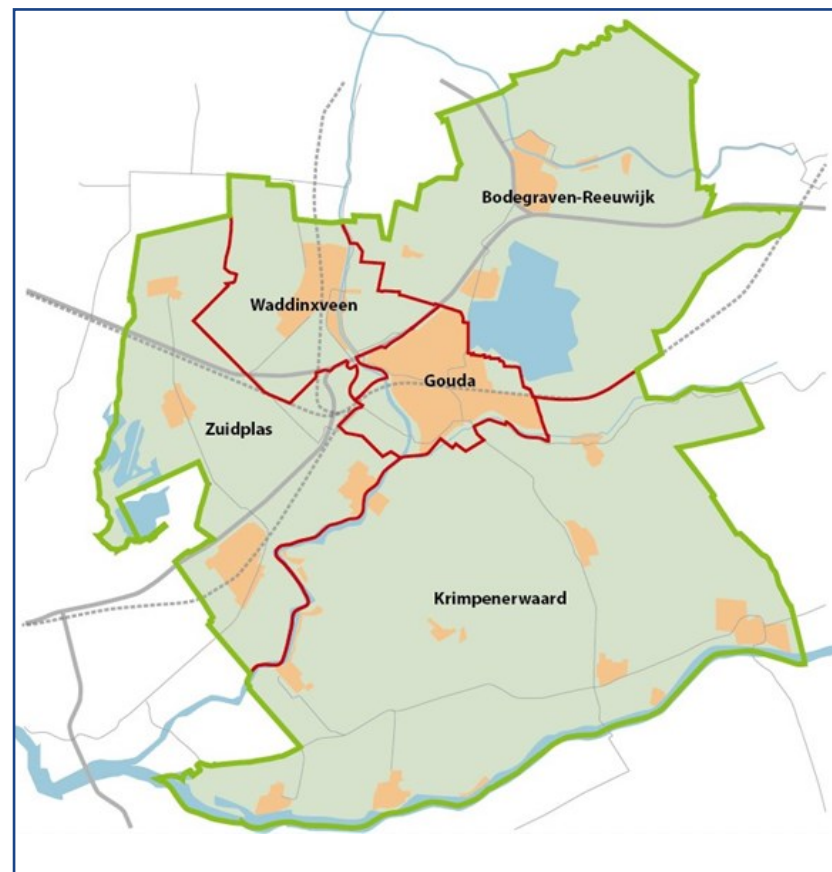
4. Vijf gemeenten, vijf aanpakken in één regio

In de regionale structuurvisie detailhandel Midden-Holland 2013 is een gewenste structuur aangegeven die vooral inzet op een spreiding van een voldoende aanwezigheid van basisfuncties in de gemeenten, dorpen en wijken. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt in grotere winkelcentra waar naast de dagelijkse boodschappen ook een aanbod aan niet dagelijkse goederen beschikbaar is. In deze categorie vallen 12 van de 38 winkelgebieden in de regio. In de visie 2013 is een indeling gemaakt naar in omvang kleinere winkelgebieden. Hier is een groter aandeel dagelijks aanbod aanwezig en ook soms een zeer bijzonder aanbod aan niet dagelijkse aankopen. Een aantal kleinere centra heeft zich een gedegen positie als centraal dorps- of wijkcentrum verworven.

De vijf gemeenten in de regio Midden-Holland hebben in de periode 2013 – 2018 allen een actieve aanpak ontwikkeld om in te spelen op de ontwikkelingen in het winkellandschap. Iedere gemeente kent zijn eigen uitdagingen, waarbij maatwerk is geboden. Die aanpak boekt op verschillende plekken duidelijk resultaten.



Supermarktcluster Sportlaan Gouda



Kaart 3: Regio Midden-Holland



4.1 Gouda

Gouda telt 73.443 inwoners (peildatum 1-1-2020) en is van oudsher de centrumstad van de regio Midden-Holland. Het historisch centrum biedt niet alleen een winkelvoorziening aan de inwoners van de stad, maar is ook een aanvullend centrum voor inkopen en recreatief verblijf in de regio. Daarnaast is er een grote spreiding aan buurt- en wijkcentra met winkels voor de dagelijkse boodschappen dicht bij huis. Op verschillende aankoopplaatsen kan men terecht voor doelgerichte aankopen (bouwmarkten, meubelzaken e.a.) zoals Goudse Poort, Kromme Gouwe en Gouwestroom. Het aanbod richt zich mede op de regio.

Gezellig en gemakkelijk winkelen en boodschappen doen in Gouda

In haar winkelvisie 2017 – 2035 stelt Gouda drie ambities voor het winkellandschap in de gemeente:

- Het bieden van dagelijks gemak aan de inwoners. Inwoners van Gouda moeten voor hun dagelijkse boodschappen terecht kunnen 'in de buurt' in aantrekkelijke wijk- en buurtcentra.
- Doelgerichte aankopen kunnen door inwoners van stad en regio snel en efficiënt worden gedaan op Goudse Poort, dat een compleet cluster perifere detailhandel aanbiedt.
- Vergelijkend. Gouda biedt beleving. De historische binnenstad kenmerkt zich door diversiteit, authenticiteit, de menselijke maat, gezelligheid, verbeelding en cultuur. Kaas, stroopwafels en cultuurhistorie bieden een bijzondere beleving, in toenemende mate voor mensen van buiten de stad.

Gouda richt zich hiervoor op het handhaven van het fijnmazig boodschappenaanbod en het onderbrengen van grootschalige winkels en perifere detailhandel op één locatie, Goudse Poort. Daarnaast is een aantrekkelijk winkelaanbod in de binnenstad te handhaven, de woonfunctie te versterken en kan het horeca aanbod verder worden verruimd. Verder wordt ingezet op versterking van het culturele aanbod en het toerisme alsmede dragende economische pijler.

Dynamiek in de historische binnenstad

De gemeente Gouda is zich bewust dat behoud van de centrumfunctie een bijzondere inspanning vraagt. Alle betrokken partijen die actief zijn in de binnenstad werken sinds 2012 integraal samen aan een betere binnenstad met verschillende projecten en activiteiten met een steeds meer programmatisch karakter.

Na een periode van zorgelijke ontwikkeling van de leegstand kent de binnenstad een positieve dynamiek. Weerspiegeld in een aantal in het oog springende ontwikkelingen. De openbare ruimte bij de noordelijke entree van de binnenstad is ingrijpend vernieuwd en deze ontwikkeling zal worden afgerond met een ingreep van de Korte Vest, Agnietenstraat en Houtmanspad. De functies in dit gebied zijn ook vernieuwd, met het toevoegen van horeca, een binnenstadsupermarkt, een toeristische trekker (Gouda Cheese experience) en wonen. Tevens is een betere oplossing voor het fietsparkeren gerealiseerd. Elders in de stad hebben zich ook positieve ontwikkelingen voorgedaan. De leegstand in de eeuwenoude winkelstraat Lange Groenendaal is gekeerd. Vertrek van traditionele winkels verbonden aan ketens heeft plaats gemaakt voor een serie aan nieuwe zelfstandige winkelondernemingen, die bijdragen aan de veelkleurigheid van het winkellandschap in de Goudse binnenstad. Daaronder een groot aantal winkels met het fairtradelabel, zodat de Lange Groenendaal is uitgeroepen tot de eerste fairtradedstraat in Nederland.

De gemeente Gouda hanteert een actieve pand voor pand benadering in het kader van de leegstands aanpak. Via gesprekken met winkeliers en pandeigenaren wordt gekeken wat de toekomst van een detailhandelsvestiging op een bepaalde locatie is, en of er eventueel met andere functie(s) een beter perspectief kan worden gevonden. Deze aanpak is ingezet o.a. voor de aanloopstraten, waarin een aantal winkels het minder goed deed. Een groot aantal panden in de centraal gelegen pittoreske Zeugstraat heeft mede dankzij de pand voor pand benadering weer een gevuld aanzien gekregen. Wonen boven winkels wordt gestimuleerd. Een voorbeeld daarvan is de ontwikkeling van woningen in het voormalig stadskantoor aan de Agnietenstraat. Dit kantoor is omgebouwd tot gewilde woonruimte. In de binnenstad wordt actief samengewerkt aan een doorlopend aanbod van goed gecoördineerde evenementen, attracties en beleving. De actieve aanpak levert resultaat op. Gouda heeft de titel 'Beste Binnenstad 2015-2017' gewonnen waarbij er vooral waardering was voor de intensieve samenwerkingsverbanden van gemeente en ondernemers en de ontwikkeling van cultuur en leisure.

Breed aanbod en concentratie

Gouda kiest voor versterking van de winkelfunctie in buurten en wijken. Daarom wil de gemeente geen medewerking verlenen aan de vestiging van (solitaire) XL supermarkten. De buurtvoorzieningen zijn in de afgelopen periode op verschillende plaatsen sterk in ontwikkeling geweest. Zo is winkelcentrum Bloemendaal een aantal jaar geleden ingrijpend verbouwd en gemoderniseerd. In Gouda Oost is – als onderdeel van de stadsvernieuwing in die wijk – het verouderde winkelcentrum aan de De Rijkestraat vervangen door een nieuw modern winkelcluster aan de Sportlaan. Eind 2019 is een vernieuwd winkelcentrum Goverwelle geopend. In beide centra is een tweede supermarkt aan het aanbod toegevoegd. Een aantal supermarkten in winkelcentrum Bloemendaal heeft uitbreidingen kunnen realiseren. Voor de nieuwe woonwijk Westergouwe wordt aan de ontwikkeling van kleinschalig winkel- en wijkvoorzieningencentrum gewerkt.

Gouda winkelgebieden

	Karakter	Verkoop-punten
Centrum Gouda	stadscentrum	338
Bloemendaal	stadsdeelcentrum	55
Goverwelle	wijkcentrum	21
Korte Akkeren	wijkcentrum	12
Gouda Oost: Sportlaan	supermarkt-centrum	3
Van Hoogendorpplein	wijkcentrum	7
Willem en Marialaan	buurtcentrum	11
Driewegplein	buurtcentrum	2
Vuurdoornlaan	buurtcentrum	4
Plataanstraat	buurtwinkel	2
Nieuwe Park	buurtwinkel	1

Bron: Locatus maart 2020

Gouda verkoop volumineuze goederen

	Karakter	Verkoop-punten
Go Stores	PDV	18
Kamperingweg	PDV	3
Kromme Gouwe	PDV	6

Bron: Locatus maart 2020

Ingezet wordt op een verdere clustering van grootschalige winkels in perifere detailhandel op één locatie Go Stores Goudse Poort met een uitfasering van het PDV-cluster Kromme Gouwe en solitair gevestigde winkels in het doelgerichte segment. Op Goudse Poort wordt verder ruimte gegeven aan de vestiging van nieuw grootschalig aanbod.

Externe effecten

Volgens het Randstad Koopstromenonderzoek 2016/2018 hebben middelgrote steden zoals Gouda een stevige uitdaging om hun positie bij de consument te behouden. Voor recreatief winkelen wordt in toenemende mate gekozen voor de grote steden ten koste van de middelgrote steden. Zo ondervindt Gouda externe effecten van Rotterdam Alexandrium en Hoog Catherijne in Utrecht. De uitdaging is om Gouda aantrekkelijk te houden voor bezoekers en ondernemers en te investeren in een binnenstad met een compleet en gevarieerd aanbod.

Koers

In de Winkelvise Gouda 2017-2025 worden duidelijke streefdoelen gesteld: Handhaven van het fijnmazige boodschappenaanbod. Een goede positionering van Gouda als centrumstad van de regio. Ambitie is het concentreren van grootschalige winkels in de perifere detailhandel op Goudse Poort. Voor de binnenstad wordt gestreefd naar een compleet en aantrekkelijk winkelaanbod met een mix van kleinschalige zelfstandige ondernemers en grotere winkelketens. Er wordt inzet op functieverbreiding. De woonfunctie en het toeristische en culturele aanbod worden versterkt. Aan de randen van de binnenstad wordt meegewerkt aan de vestiging van bredere functies of herbestemmen van winkelpanden naar wonen.



Gouda binnenstad



4.2 Krimpenerwaard

De gemeente Krimpenerwaard telt 53.319 inwoners (peildatum 1-1-2020), met een gemiddelde bevolkingssamenstelling. De gemeente bestaat uit 11 verschillende kernen met winkelgebieden. Deze richten zich vooral op de eigen inwoners. Dagelijkse boodschappen vormen het hoofdaanbod. In de stad Schoonhoven, en kernen als Bergambacht, Stolwijk, Lekkerkerk en Krimpen aan de Lek is ook een behoorlijk aanbod aan niet dagelijkse goederen te vinden. Schoonhoven is een historische stad, die – door het gevestigde zilverambacht – ook veel toeristische belangstelling heeft.

Brede visie op retail

De detailhandel van Krimpenerwaard heeft in de verschillende dorpen een duidelijke plek en is daar ook stevig geworteld. De leegstand in Krimpenerwaard is met circa 6 tot 7% in de afgelopen jaren lager dan het regionale- en landelijke gemiddelde. Wel vragen de ontwikkelingen in het winkellandschap aandacht om het draagvlak te behouden en de positie te verstevigen. Richting hieraan wordt gegeven door de eind 2019 vastgestelde Retailvisie Krimpenerwaard, tot stand gekomen in nauwe samenwerking met de detailhandel in de verschillende kernen van de gemeente. Met de Retailvisie heeft de gemeente de volgende ambities:

- Behoud van de eigen unieke identiteiten van alle kernen.
- Bieden van vrijheid en ruimte aan ondernemers om kansen te benutten.
- Behoud en waar mogelijk versterken van koopkrachtbinding.
- Behoud van het boodschappenaanbod in de kernen, waarbij draagvlak bepalend is.
- Benutten van de kansen die recreatie en toerisme bieden.

Gekozen is voor een brede oriëntatie vanuit het besef dat samenwerking en benutten van nieuwe kansen versterking voor het draagvlak van de detailhandel kan bieden. De visie is ook businessgericht. Gekeken is naar een breed functioneren van de voorzieningen en succesvolle factoren voor verdienmodellen en nieuwe kansen. Zo kan een verdere ontwikkeling van recreatie en toerisme in Krimpenerwaard een bijdrage leveren aan de versterking van het draagvlak voor de detailhandel.

Gespreide kernen en winkelgebieden Krimpenerwaard winkelgebieden

	Karakter	Verkooppunten
Bergambacht centrum	regionaal centrum	44
Gouderak centrum	kernverzorgend centrum	7
Haastrecht centrum	kernverzorgend centrum	17
Krimpen aan de Lek centrum	kernverzorgend centrum	17
Lekkerkerk centrum	kernverzorgende centrum	39
Lekkerkerk Kerkweg	supermarkt-centrum	2
Ouderkerk aan de IJssel	kernverzorgend centrum	14
Schoonhoven stadscentrum	regionaal centrum	87
Schoonhoven Plesmanstraat	buurtcentrum	9
Stolwijk centrum	kernverzorgend centrum	19

Bron: Locatus maart 2020

Horeca en toerisme zijn nadrukkelijk in de ontwikkelingen van een samenhangend retailbeleid betrokken. Dit evenals een aantal trekkers die traffic kunnen genereren waar meer ondernemers klanten van kunnen betrekken. Dit tegen de achtergrond van nieuwbouwprojecten in verschillende dorpen die moeten zorgen voor een toename van het aantal inwoners en versterking van het draagvlak van de lokale winkelstructuur.

Ontwikkeling retailstructuur

In de Retailvisie Krimpenerwaard is een ontwikkelrichting van de winkelgebieden aangegeven. Daarin is een inschatting gemaakt van het ontwikkelpotentieel. Op basis daarvan is een driedeling gemaakt in:

- Te optimaliseren centra, waarvoor een actieve aanpak wordt gekozen.
- Te versterken centra, waar lopende plannen worden afgerond.
- Te consolideren centra, waar beperkte maatregelen ingezet worden.

Per gebied zijn ontwikkelopgaven geformuleerd. Een gemeentebreed uitvoeringsprogramma en specifieke actieplannen per kern gaan zorgen voor een toegesneden aanpak per winkelgebied. Op een aantal plaatsen zijn ruimtelijke ontwikkelingen voorgenomen in de vorm van afbouw of een verdere versterking van de winkelstructuur. Naar functieverbreiding en verlevendiging met activiteiten wordt nadrukkelijk gekeken. Dit moet de uitkomst zijn van een verdere invulling van de actieplannen samen met de ondernemers.

Ontwikkelrichting centra Krimpenerwaard

	Te optimaliseren	Te versterken	Te consolideren
Regionale functie/ accent op verblijf	Bergambacht		
	Schoonhoven centrum		
Lokale functie/ accent op boodschappen	Lekkerkerk	Haastrecht	Gouderak
		Krimpen a/d Lek	Ouderkerk a/d IJssel
		Albert Plesmanplein	Stolwijk

Bron: Retailvisie Krimpenerwaard

Een aantal ontwikkelingen is reeds in gang gezet of voorgenomen. Zo wordt in Lekkerkerk ingezet op compact maken van het centrum. Een begin is gemaakt om de winkelfunctie in de aanloopstraat te vervangen door woningbouw. Hiermee wordt op een verdere consolidatie van het winkelgebied ingezet met een versterking van de verblijfsfunctie.

In Schoonhoven vindt een verdere vitalisering van de binnenstad plaats met een verdere versterking van de beleving, verblijf, horeca en toeristische attracties. Een verder positionering als zilverstad geeft hier vorm aan. Daarnaast is voorgenomen de winkelstructuur aan het Plesmanplein in Schoonhoven te versterken met een supermarktcluster van twee elkaar aanvullende winkelformules volgens het 'haltermodel'. Daarbij wordt een verblijfsgebied ontwikkeld met horeca, enkele terrassen, speelvoorzieningen en een aantrekkelijk ingedeelde openbare ruimte.

In Bergambacht wordt ingezet op een verder compact maken van het centrum en verhogen van de verblijfskwaliteit. Voor Haastrecht zijn er plannen om de supermarkt en aanvullende winkels te verplaatsen naar een plek naast het krappe centrum. Hiermee kan een moderne winkelfunctie voor het dorp worden behouden en in het centrum mogelijk plaats worden gevonden voor meer recreatieve functies en horeca.

Versterking organisatorisch vermogen

Naast ruimtelijke ontwikkelingen zet Krimpenerwaard ook in op versterking van de ondernemerssamenwerking. Tussen de verschillende ondernemersverenigingen uit de voormalige gemeenten van de fusiegemeente Krimpenerwaard ontstaan samenwerkingsverbanden. Daarnaast is voor de centrumgebieden in Schoonhoven en Bergambacht een Biz ingevoerd waarmee activiteiten financieel kunnen worden gestimuleerd.

Er is niet gekozen voor een breed centrummanagement. Dit is wel een overweging. Onderkend is dat – om weerbaar te zijn in de hedendaagse marktomgeving – van het ondernemerschap veel wordt gevraagd. Om het ondernemerschap te versterken wordt vanuit de ondernemers-samenwerking gedacht aan de ontwikkeling van een Retailacademie.

Externe effecten

Externe effecten ondervindt men in Krimpenerwaard van Rotterdam, Krimpen aan den IJssel en Gouda. In Krimpen aan den IJssel zijn er plannen om winkelcentrum Crimpenhof verder te ontwikkelen, waarmee een concurrentiecirkel kan ontstaan met de ingezette ontwikkelingen in de Krimpenerwaard. Daarnaast is Gouda een optie voor de inwoners van verschillende dorpen in de Krimpenerwaard om de inkoop te doen. Winkels in bijvoorbeeld Haastrecht moeten mede in dit kader positie kiezen. Voor andere dorpen vormen verschillende winkellocaties in- en rond Rotterdam een alternatief. Vernieuwing is nodig om de winkelfunctie in de dorpen in de markt te houden en de functie als basisvoorziening te kunnen behouden.

Koers

De Retailvisie Krimpenerwaard richt zich op het behoud en ontwikkeling van een goed gespreide winkelstructuur in de gemeente en het benutten van kansen voor ondernemers. In te spelen is op consumententrends zoals de behoefte aan een breed gesorteerd dagelijks aanbod in supermarkten. In te spelen is op de trend naar compacte en aantrekkelijke winkelgebieden met verblijfskwaliteit. Daaronder een verder benutten van kansen voor de horeca. Naast behoud van de inwoners als consument worden er ook kansen gezien om het draagvlak voor de retail te vergroten met bestedingen vanuit recreatie en toerisme.



Schoonhoven stadscentrum, gemeente Krimpenerwaard



4.3 Zuidplas

Zuidplas telt 43.894 inwoners (peildatum 1-1-2020), met een gemiddelde bevolkingssamenstelling. Nieuwbouwprojecten zorgen voor bevolkingsaanwas en versterking van het draagvlak van de lokale winkelstructuur. De gemeente Zuidplas heeft vier dorpen met in totaal zes winkelgebieden. Deze richten zich voornamelijk op de eigen inwoners als verzorgingsgebied. Dagelijkse boodschappen vormen het hoofdaanbod. Met Rotterdam in de directe nabijheid is de marktruimte voor een omvangrijk aanbod van niet dagelijkse goederen in de gemeente in principe beperkt.

Het detailhandelsbeleid van Zuidplas concentreert zich op het behoud van sterke lokale winkelcentra als basisvoorziening voor de inwoners van de dorpen en wijken. Om hieraan gericht invulling te geven is een detailhandelsnota opgesteld waarin verder profiel wordt gegeven aan de ontwikkeling van de detailhandelsstructuur in de gemeente Zuidplas. Kern daarin is het streven naar compacte en welomschreven kernwinkelgebieden en afbouw en verder voorkomen van verspreide winkelvestigingen. Dat wordt nu helder vastgelegd. Dit vanuit de visie dat men de bestaande winkelvoorzieningen aantrekkelijk wil houden en bestaande koopstromen wil zien vast te houden.

Winkelgebieden in Zuidplas

	Karakter	Verkooppunten
Centrum Zevenhuizen	Kernverzorgend centrum	21
Centrum Moerkapelle	Kernverzorgend centrum	12
Centrum Moordrecht	Kernverzorgend centrum	22
Reigerhof Nieuwerkerk a/d IJssel	Kernverzorgend centrum	44
Dorrestein	Kernverzorgend centrum	10
Het Oude Dorp Nieuwerkerk a/d IJssel	Kernverzorgend centrum	20

Bron: Locatus maart 2020

Naast de zes kernwinkelgebieden geeft Zuidplas ruimte aan de vestiging van een grote bouwmarkt en is er een groot tuincentrum gevestigd. Zuidplas heeft geen specifieke PDV-locatie aangewezen. Een enkele grotere meubelzaak is gevestigd op een centrumlocatie. Een mogelijke uitplaatsing hiervan kan de vitaliteit van het dorpscentrum Zevenhuizen versterken.

Positie dorpscentra Zuidplas

Uit het KSO 2016 blijkt dat lokale winkelcentra de bestedingen goed weten vast te houden. Dat is ook in de dorpscentra in de gemeente Zuidplas het geval. Daarbij wordt er in alle dorpen van Zuidplas gebouwd en groeit het aantal inwoners en daarmee het draagvlak voor de lokale winkelcentra.

Zuidplas is bezig met de planontwikkeling van het middengebied van de gemeente. Hier is in samenhang met de bestaande dorpen een nieuw vijfde dorp te realiseren. Voor dit dorp wordt een ruimtelijke reservering gemaakt voor detailhandel betreffende de dagelijkse boodschappen en de komst van een supermarkt. Daarmee wordt beoogd – binnen de kaders van het beleid van lokaal gerichte winkelvoorzieningen – een gepaste uitbreiding van het winkelopervlak in de gemeente te realiseren. In totaal staat er in de gemeente Zuidplas in de komende periode veel woningbouw gepland. Een ontwikkeling die ook op lange termijn het draagvlak voor de detailhandel verder zal versterken.

Consolidatie en modernisering

De detailhandelsnota van de gemeente richt zich op consolidatie, actualisering en modernisering van het winkelaanbod voor de inwoners. Naast de ruimtelijke begrenzing van de kernwinkelgebieden richt het beleid zich op versterking van de onderlinge samenwerking tussen gemeente, winkeliers en vastgoedeigenaren, bevordering van de kwaliteit van winkelomgeving en versterking van de kwaliteiten van ondernemers.

Voorgenomen is dat er geen vestiging van winkels meer buiten de aangewezen centra zal plaatsvinden. Dit moet de regelmatige aanvragen voor detailhandelsactiviteiten op diverse locaties gaan kanaliseren. Discussie is er over de inpassing van twee nieuwe supermarkten (Nieuwerkerk centrum en Zevenhuizen) in en aan de bestaande kernwinkelgebieden. Het gaat daarbij primair om de plek en niet over de vraag over de wenselijkheid van de toevoeging aan het aanbod.

In de dorpen van Zuidplas is in de periode 2013-2018 een bijzonder lage winkelleegstand te zien van 3 tot 6%. Dit met een uitschieter van 6% in Zevenhuizen, waar in het bijzonder opvolgingsproblemen van een groot aantal oudere winkeliers een rol speelt. In deze kern wordt gewerkt aan een verder compact maken van het centrum en versterking van het moderne winkelaanbod. De gemeente werkt regelmatig mee aan de omzetting van winkels naar wonen, maar streeft daarbij naar behoud van een levensvatbaar compact centrum met basisvoorzieningen voor de inwoners. De vestiging van een tweede supermarkt is daar een onderdeel van.

In winkelcentrum Reigerhof (centrum Nieuwerkerk) is door een nieuw flexibel huurbeleid van de vastgoedeigenaar een stevige basis voor het lokale ondernemen ontstaan dat dreigende leegstand heeft voorkomen. Een actieve winkeliersvereniging en een actieve aanpak van de vastgoedeigenaar en de gemeente, houden dit centrum aantrekkelijk voor de consument.

Als maatregelen om de winkelfunctie in haar dorpen zo goed mogelijk vitaal te houden ziet de gemeente Zuidplas vooral het beleid van compacte winkelgebieden en het versterken van de ondernemerssamenwerking. De intensieve samenwerking met de verenigingen van winkeliers en de vorming van de ondernemersvereniging Reigerhof zijn hierin belangrijke stappen in. Gestreefd wordt naar een verdere versterking van de ondernemerssamenwerking in Zuidplas.

Externe effecten

Volgens het KSO 2016/2018 weet Zuidplas de koopstromen goed vast te houden. Wel ziet de gemeente aan haar randen zowel positieve en negatieve effecten van buiten de gemeente op haar winkelgebieden optreden. Inwoners van de Rotterdamse wijk Nesselande komen nogal eens in de Reigerhof en de Dorpsstraat van Nieuwerkerk winkelen. Dit vanwege de gezellige uitstraling van beide locaties. De wijk Esse in Nieuwerkerk Zuid heeft een wat minder goede infrastructurele aansluiting met Nieuwerkerk aan den IJssel. Inwoners geven er nogal eens de voorkeur aan de boodschappen te doen in Capelle aan den IJssel waarheen de aansluiting beter is. Er worden effecten verwacht van een verdere ontwikkeling van regionaal en bovenregionaal gerichte locaties zoals Alexandrium en Goudse Poort.

Koers

De gemeente Zuidplas is een groeigemeente. Er is een bovenregionale woningbouwopgave. Gelet op deze opgave en de mogelijke uitplaatsing van bedrijven, wordt ook de komst van een nieuw bedrijventerrein onderzocht. In de economische visie 2020 wordt, vanuit de positionering van de gemeente Zuidplas aangegeven welke kansen de komende jaren benut en uitgebouwd kunnen worden. Dit geldt ook voor de detailhandelsnota die in 2021 wordt geactualiseerd en welke moet leiden tot een duidelijke visie en beleid op de versterking van de ruimtelijke kwaliteit en functioneren van de winkelgebieden in de gemeente Zuidplas. Vanuit het thema "De watertuin van de Zuidelijke Randstad" wordt met verschillende horeca- en recreatieondernemingen verbinding gezocht om met elkaar arrangementen aan te bieden en te promoten via o.a. "<https://www.beleefzuidplas.nl/>" Beleef Zuidplas, met als doel bezoekers langer vast te houden in de dorpen.



Nieuwerkerk Oude Dorp, gemeente Zuidplas



4.4 Bodegraven-Reeuwijk

Bodegraven-Reeuwijk telt 34.869 inwoners (peildatum 1-1-2020). De gemeente telt de volgende grote dorpen: Bodegraven, Reeuwijk-Brug, Nieuwerbrug, Reeuwijk-Dorp, Waarder en Driebruggen. Daarnaast bevinden zich nog kleinere buurtschappen binnen de gemeente.

In Bodegraven is het grootste winkelgebied te vinden dat is in te schalen in de categorie middelgroot dorpscentrum. Daarnaast is er ook nog een kleinschalig winkelcentrum voor de dagelijkse boodschappen in de wijk Broekvelden. Aan de rand bevindt zich winkelgebied Rijnhoek waar o.a. twee bouwmarkten, een tuincentrum en meubelzaak zijn gevestigd.

In Reeuwijk-Brug zijn twee winkelgebieden te vinden. Dit zijn beide kleinschalige winkelcentra die zich richten op de dagelijkse voorzieningen van lokale bewoners: Miereakker en Westplein.

Bodegraven-Reeuwijk winkelgebieden

	Karakter	Verkooppunten
Centrum Bodegraven	Kernverzorgend centrum	96
Broekvelden	Buurtcentrum	8
Rijnhoek Plaza	PVD locatie	5
Centrum Driebruggen	Dorpscentrum	4
Westplein	Buurtcentrum	6
Miereakker	Kernverzorgend centrum	14
Reeuwijk Dorp	Dorpssupermarkt	1
Waarder	Dorpssupermarkt	1

Bron: Locatus, maart 2020

In de overige dorpen is er sprake van (kleinschalige) supermarkten of buurtwinkels die worden aangevuld met standplaatsen. Hierdoor wordt het lokale voorzieningenniveau voor de inwoners op peil gehouden.

Gedifferentieerde ontwikkeling

Het centrum van Bodegraven heeft sinds de vorige collegeperiode de volle aandacht van de politiek. Dit winkelgebied heeft het meest te lijden gehad onder de economische crisis en de ontwikkelingen van internetverkoop. Dit past in het landelijke patroon waarin je terugziet dat winkelcentra van deze omvang het erg moeilijk hebben. Er is sprake van veel leegstand in een uitgestrekt gebied.

Winkelgebied Broekvelden (Bodegraven) is gedateerd en is de afgelopen jaren achteruit gehold. Het college onderzoekt momenteel welke kwaliteitsimpulsen nodig zijn om het winkelcentrum levensvatbaar te houden voor de toekomst.

De winkelgebieden in Reeuwijk-Brug floreren juist. Deze winkelgebieden kennen dan ook nauwelijks leegstand. De Miereakker is in 2015 volledig nieuw opgeleverd, nadat het oude winkelgebied eerder is gesloopt. Het plein rondom Westplein is recentelijk opnieuw ingericht. In 2016 is bungalowpark Landal Reeuwijk geopend. De winkelgebieden profiteren ook van deze gasten. Toerisme biedt hier een verbreding van de basis voor de detailhandel. De belangstelling van de gasten voor de lokale winkelgebieden zou nog verder kunnen worden vergroot.

Voor de kleine supermarkten in de overige dorpen geldt dat deze nu goed functioneren, maar dat hier goed moet worden gekeken naar de toekomst. In Reeuwijk-Dorp en Waarder bevinden zich grote supermarktketens. Binnen deze ketens is schaalvergroting de norm. Iets wat niet passend en mogelijk is op de huidige locaties. Dit vraagt aandacht voor de toekomst.

In Driebruggen en Nieuwerbrug bevinden zich buurtwinkels. Met name in Nieuwerbrug is het noodzakelijk om een duurzame oplossing te vinden die garandeert dat de buurtwinkel behouden blijft voor de toekomst.

Voor de perifere winkels op Rijnhoek is de inzet om het bestaande aanbod te behouden. Het winkelgebied functioneert goed, maar kan tegelijkertijd een bedreiging vormen voor het centrum. Het is daarom van belang dat beide winkelgebieden hun eigen profiel en branchering behouden. De perifere winkels op Reeuwijkse Poort functioneren in de basis ook prima. Alhoewel hier wel wordt aangemerkt dat het terrein niet goed herkenbaar is als winkelgebied.

Koers

De gemeente heeft geen lokale detailhandelsvisie, maar legt in bestemmingsplannen vast dat detailhandel zich in beginsel niet mag vestigen buiten de winkelgebieden. Daarnaast is er in 2016 een visie vastgesteld voor het centrum van Bodegraven. In samenwerking met vele belanghebbenden wordt uitvoering gegeven aan deze visie. Hierbij wordt ingezet om de leegstand terug te dringen, het winkelgebied compacter te maken en de verblijfskwaliteit te verhogen.

De gemeente en lokale ondernemersvereniging zetten gezamenlijk centrummanagement in om de centrumaanpak in Bodegraven kracht bij te zetten. Het centrummanagement pakt praktische zaken op, maar is ook op strategisch niveau bezig om de leegstand in te vullen. Daarnaast heeft de ondernemersvereniging budget tot haar beschikking via het lokale Ondernemersfonds. Dit wordt voornamelijk ingezet voor sfeerverbetering in de straten (verlichting en bloemen).

De gemeenteraad heeft voor de periode 2019 e.v. veel budget vrijgemaakt voor de aanpak van het centrum. Er is € 2,8 miljoen beschikbaar voor diverse projecten, waaronder herinrichting van de openbare ruimte. Daarnaast is er éénmalig € 1,0 miljoen beschikbaar gesteld voor diverse stimuleringsubsidies. Hiermee wordt beoogd om verhuisbewegingen naar het centrum te stimuleren en de leegstand in te vullen. Ook moet dit bijdragen om gewenste transformaties te realiseren net buiten het winkelgebied. Tot slot wordt een kwaliteitsimpuls beoogd met de inzet van gevelsubsidie.

Externe effecten

Volgens het KSO 2016 weet de gemeente Bodegraven-Reeuwijk de koopstromen voor de dagelijkse boodschappen goed vast te houden. Voor de niet dagelijkse goederen is er wel sprake van een toenemende afvloeiing. De centrale ligging van de gemeente maakt dit niet vreemd. Grote winkelcentra in Gouda, Woerden en Alphen a/d Rijn zijn vlakbij gevestigd. Daarnaast zijn ook de grote centra als Rotterdam, Utrecht, Den Haag, Leiden en Amsterdam binnen een half uur bereikbaar.



Centrum Bodegraven, gemeente Bodegraven-Reeuwijk



4.5 Waddinxveen

Waddinxveen telt 29.293 inwoners (peildatum 1-1-2020). Waddinxveen heeft geen duidelijk historisch gegroeid centrum waar van oudsher alle winkels en dorpsvoorzieningen zijn geconcentreerd. In de jaren zestig is de Passage gerealiseerd. Dit gebied werd echter te klein en raakte verouderd. Daarom is in 2014 gekozen voor een nieuw centrum op een nieuwe locatie: Gouweplein. Het Gouweplein richt zich op dagelijkse boodschappen en doelgerichte aankoopplaatsen. Het Gouweplein heeft een goede bereikbaarheid en voldoende en moderne parkeergelegenheid. Sinds de vestiging is het centrum echter nog niet volledig ingevuld.

Naast het Gouweplein kent Waddinxveen nog zes door de gemeente verspreide winkellocaties. Een aantal van deze locaties functioneert goed als wijk en buurtvoorziening. Enkele van deze locaties heeft een onvoldoende winkelbezetting. In totaal heeft Waddinxveen een relatief omvangrijk winkelbestand voor het aantal inwoners.

Aanpak

De daling in de leegstand is mede resultaat van een systematische aanpak van het winkelbestand. Het idee om alle winkelvoorzieningen zoveel mogelijk systematisch te concentreren op het Gouweplein bleek niet haalbaar. Een aanpak per gebied wel, waarbij een verdere positionering van het Gouweplein ook een toenemende bezetting te zien gaf. Vastgesteld is dat de winkelstructuur verder is te optimaliseren en het winkelbestand geleidelijk is terug te brengen.

Naar een dorpscentrum met goed geprofileerde ondersteunende centra

In de detailhandelsstructuurvisie Waddinxveen 2019-2030 (augustus 2019) wordt de route geschetst naar een optimale winkelstructuur voor de gemeente. Die structuur is in samenwerking met winkeliers, inwoners en vastgoedeigenaren geschetst in een creatief proces. De belangrijkste uitdaging daarin was om met elkaar een structuur te formuleren, waarin 'oud' en 'nieuw' winkelaanbod zich goed tot elkaar zouden verhouden en waarin de betrokkenen zich ook goed zouden kunnen vinden. Met dit uitgangspunt is gekeken naar het perspectief van de winkelgebieden in Waddinxveen.

Winkelgebieden in Waddinxveen

	Karakter	Verkooppunten
Centrum Waddinxveen	Regionaal verzorgend centrum	49
Dorpsstraat Waddinxveen	Kernverzorgend centrum	12
Groenvoorde	Buurtcentrum	7
Kon Wilhelminaplein	Wijkcentrum	10
Luifelbaan Waddinxveen	Buurtcentrum	7
't Oude Centrum	Wijkcentrum	17
Zuidplas	Wijkcentrum	5

Bron: Locatus, maart 2020

De winkelgebieden met perspectief moeten elkaar aanvullen. Winkelgebieden zonder perspectief zijn in een zorgvuldig proces uiteindelijk te transformeren naar andersoortige functies.

Naar een optimale winkelstructuur

Uit enquêtes bleek dat voor een meerderheid van de Waddinxveners het Gouweplein inmiddels voelt als het centrum van de gemeente. Echter een centrum dat nog niet volledig functioneert als hét centrum van Waddinxveen. Hoewel de leegstand tussen 2016 en 2018 afnam van 17 naar 14 verkooppunten kan het centrum nog wel wat meer levendigheid gebruiken. Gedachte is dat het Gouweplein verder moet uitgroeien naar een breder toekomstbestendige centrale plek. Om een echt dorpscentrum te worden zijn de verblijf- en ontmoetingsfuncties verder te versterken: van een 'place to buy' naar een 'place to be'. Aanvullend op de winkels is meer horeca en dienstverlening te huisvesten. De vestiging van het goedgebruikte cultuurcentrum De Kroon levert al een opvallende bijdrage aan de functieverbreding.

De dagelijkse boodschappen betrekken de inwoners van Waddinxveen voor een aanzienlijk deel in de buurtwinkelcentra, die een relatief groot dagelijks aanbod kennen, maar niet een geheel compleet aanbod. Deze goed functionerende centra kennen weinig of geen leegstand. In enkele winkelgebieden aan de randen van Waddinxveen loopt de ontwikkeling van winkels in het dagelijks aanbod terug en zijn de vrijkomende plekken opgevuld met winkels met een speciaal niet dagelijks assortiment, soms met een regionale functie.

In de detailhandelsstructuurvisie Waddinxveen wordt onderkend dat de gemeente een te ruim areaal aan winkelvoorzieningen heeft. Uitgangspunt is de ontwikkeling van een toekomstbestendige en voor de consument begrijpelijke winkelstructuur, waarin elk winkelgebied een herkenbare functie vervult, met daarin een duidelijk hoofdcentrum. De keuze is gemaakt Gouweplein deze rol te laten vervullen

en de andere centra een plaats te geven als ondersteunend winkelgebied. Een tweeslagstelsel met twee neventra, één in Noord en één in Zuid. Voor de invulling wordt gekeken naar behoud van goed functionerende detailhandel en het perspectief, waarbij is geconstateerd dat een aantal gespecialiseerde winkels in de centra kunnen spreken van een goed toekomst perspectief.

Perifere detailhandel

In Waddinxveen is veel perifere detailhandel (PDV) verspreid over de kern gelegen. Er is een klein cluster, Kouwe Hoek (gelegen tegen Gouda aan) waar een aantal handelsbedrijven in volumineuze goederen is gevestigd. Vastgesteld is dat het niet gewenst is het aanbod hier verder uit te breiden. Regionaal voorziet de nabijgelegen locatie Goudse Poort in Gouda in die behoefte. Kouwe hoek is aangewezen als (beperkte) concentratielocatie voor PDV in Waddinxveen.

Zorgvuldig proces

Voor de ontwikkeling van de beoogde toekomstbestendige structuur wordt ingezet op een geleidelijke ontwikkeling, waarbij zorgvuldig wordt omgegaan met de belangen van de desbetreffende winkeliers. Door verplaatsingen op maat en per bedrijf kan op Gouweplein verder worden geconcentreerd. Voor centra met een beperkt perspectief wordt via monitoring gevolgd of transformatie moet worden ingezet. Een mooi voorbeeld van transformatie naar een nieuwe functie is dat van een winkelpand in het oude centrum naar een bedrijfsverzamelgebouw voor ZZp-ers, co-workingspace en start ups.

Positie Waddinxveen

Waddinxveen is vooral gericht op de dagelijkse boodschappen. Bewoners doen hun dagelijkse boodschappen vooral in de buurtwinkelcentra- en strips. Voor grotere aankopen is er het Gouweplein. Het aantal inwoners en huishoudens neemt in Waddinxveen de komende jaren naar verwachting toe. Het nieuwbouwproject Park Triangel biedt kansen voor versterking van draagvlak voor winkelcentrum Zuidplas en het Gouweplein. Aanvullende woningbouw rond Gouweplein moet draagvlak van het dorpscentrum verder gaan versterken.

Externe effecten

Het winkelaanbod in Waddinxveen is vooral lokaal gericht. Het Gouweplein vervult een bescheiden regionale rol. Het aanbod voor de inwoners is breed, maar keuzen zijn soms beperkt. Voor meer keuze gaan inwoners bijvoorbeeld naar Gouda, Zoetermeer of Alphen a/d Rijn.

Koers

In de detailhandelsstructuurvisie heeft Waddinxveen keuzen gemaakt voor de ontwikkeling van de winkelfunctie met Gouweplein als duidelijk dorpscentrum met ondersteunende wijkwinkel gebieden. Verblijfsfuncties op en rond Gouweplein zijn in dat verband verder te versterken. De winkelbezetting verder in te vullen. In de perspectiefrijke ondersteunende centra is het winkelaanbod verder te

consolideren en bij nadere overwegingen te transformeren. Daarbij is de aanpak die van de geleidelijkheid, waarbij zorgvuldig met de belangen van de bestaande ondernemers wordt omgesprongen. Naast uit de markt nemen van winkelpanden door herbestemmingen op plekken die hiertoe aanleiding geven zal de toename van het inwoneraantal door de lopende woningbouwprojecten voor een toename van het draagvlak voor het winkelbestand gaan zorgen.

De ambitie is dat het centrum van Waddinxveen in 2030 een hoogwaardig, aantrekkelijk en dynamisch gebied is dat goed verbonden is met de dorpen. De gemeente werkt samen met inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties aan de levendigheid, aantrekkelijkheid en verblijfswaarde van het centrum.



Winkelcentrum Groensvoorde, Waddinxveen.

In de overzichten van de detailhandelscentra in de gemeenten is de omvang weergegeven naar het aantal geregistreerde verkooppunten detailhandel inclusief leegstand en exclusief horeca en dienstverlening. Verkooppunten betreft het aantal verkooppunten detailhandel per locatie.

5. Covid-19

5.1 Effecten coronacrisis op functioneren winkelgebieden

Gedurende de uitwerking van onderliggende Visie regionale detailhandel Midden-Holland is de wereld, en dus ook de regio Midden-Holland, geconfronteerd met de komst van het Covid-19 virus. Dit virus heeft ook zijn weerslag op de detailhandel en het functioneren van winkelgebieden. Zonder afbreuk te doen aan de wellicht forse effecten die dit kan hebben op de detailhandel wordt opgemerkt dat in dit stadium (maart 2021) deze effecten onvoldoende inzichtelijk en voorspelbaar zijn. Daarom beperken wij binnen deze visie ons tot slechts een globale eerste indruk van het verloop van de periode maart t/m augustus 2020 binnen Midden-Holland.

Een eerste landelijk onderzoek van de Retailagenda over de gevolgen van Covid-19 geeft alarmerende signalen af met o.a. een geschetste verwachte leegstand die oploopt van 7 naar 19% en een lagere traffic in winkelgebieden. Hierbij wordt echter opgemerkt dat het sentiment onder consumenten, waarop men zich mede baseert, is gepeild in de periode dat de intelligente lockdown van kracht was in Nederland. In september 2020 ligt de intelligente lockdown alweer even achter ons en zijn de eerste globale indrukken dat de consument er weer 'gewoon' op uit trekt.

Alle gemeenten hebben te maken met de tijdelijk beperkende maatregelen voor horeca. Waarbij de nachthoreca en uitgaansgelegenheden al maanden gesloten zijn. De gevolgen hiervan zijn nog niet te overzien, maar het is aannemelijk dat diverse horecazaken noodgedwongen zullen sluiten. In veel gemeenten zijn diverse 'koop lokaal' acties opgericht en is ruimte geboden voor tijdelijke afhaal- en bezorgmogelijkheden.

5.2 Effecten in gemeenten Midden-Holland

Alle gemeenten in Midden-Holland hebben de effecten ondervonden van de uitgebroken crisis en de beperkende maatregelen. In het bijzonder de horeca heeft het zwaar met de beperkende maatregelen en voorzichtigheid van bezoekers. Daarbij is echter ook nieuwe creativiteit aan de dag gelegd, waarmee de horeca en de detailhandel zich weerbaar hebben getoond in de nieuwe situatie.

Gouda

De leegstand in Gouda kent een fluctuerend verloop. Het is nog niet precies aan te geven in hoeverre corona of andere oorzaken zoals aflopende huurcontracten hierop invloed hebben. De horecaondernemers in Goudse binnenstad maken van de nood zo goed mogelijk een deugd met soms in het oog springende initiatieven en thuisbezorgd arrangementen. Met name mode- en accessoire winkels lijken het zwaar te hebben, terwijl winkels voor woninginrichting en bouwmarkten het beter hebben gedaan. Een wisselend beeld dat landelijk ook terug te zien is.

Bodegraven-Reeuwijk

De verschillende winkelgebieden lijken de zware maanden gedurende de lockdown goed te hebben doorstaan. Inwoners bleken zeer loyaal naar de lokale retail en ook de wijkcentra werden goed bezocht. Er zijn op het eerste oog geen winkels verloren gegaan.

Waddinxveen

In Waddinxveen liet de eerste lockdown een relatief gunstig effect zien op met de detailhandel. De omzetten van de winkels kwamen weer op het normale verwachting of hebben het boven niveau gedaan. Dit komt, omdat veel mensen in de zomervakantie van 2020 thuis zijn gebleven of in Nederland op vakantie zijn geweest.

Zuidplas

De meeste winkelgebieden hebben het relatief goed gedaan, mede doordat minder mensen op vakantie zijn gegaan. Winkelcentrum de Reigerhof heeft de 1,5 meter maatregelen goed kunnen doorvoeren. Ook hier is het relatief goed gegaan, alhoewel de modezaken het zwaar hebben. Zevenhuizen geeft aan dat het echt goed gaat, dit kan ook komen door het feit dat er door het opleveren van nieuwbouwwoningen meer inwoners zijn bij gekomen. De tuincentra, bouwmarkten en supermarkten hebben in 2020 een hele goede zomer gedraaid.

Krimpenerwaard

De eerste berichten over een toenemende ontwikkeling van de leegstand bleken alleszins mee te vallen en de signalen zijn relatief positief te noemen. In diverse dorpen zien we zelfs dat nieuwe winkels zijn geopend op vrijgekomen locaties. Dit zijn gunstige berichten en laat zien dat ondernemers durven in te stappen in deze tijd.

Al met al zien we dat binnen onze regio de eerste periode waarin de intelligente lockdown van kracht is geweest, relatief goed is doorgelopen. De komende periode blijft uiterst onzeker, omdat de 'tweede golf' wederom beperkende maatregelen heeft meegebracht en de horeca - na een periode van voorzichtige heropening - weer de deuren heeft moeten sluiten. Welke blijvende gevolgen dat zal hebben is eerst na langere tijd vast te stellen.

6. Regionale detailhandelsvisie Midden-Holland

6.1 Goed onderweg

De gemeenten in de regio Midden-Holland hebben de afgelopen jaren actief ingezet om in te spelen op het veranderende winkellandschap. Hierbij is een duidelijke voortgang geboekt ten aanzien van de eerder geformuleerde doelen.

- De versterking van het recreatieve winkelhart van de regio: Gouda-centrum, heeft in de afgelopen jaren op een duidelijke manier vorm gekregen. Nieuwe creatieve concepten hebben een plaats gekregen. De leegstandsontwikkeling is goeddeels gekeerd in een meer en beter geconcentreerd centrum dat in levendigheid verder is toegenomen. De ontwikkeling van de toeristische functie heeft daaraan mede bijgedragen.
- De gemeenten en ondernemers slagen er in een zo gevarieerd mogelijk dagelijks- en niet dagelijks aanbod in de grotere dorpscentra beschikbaar te houden. De functie van de centra wordt daarbij verbreed en het lukt op veel plekken om de detailhandelsfuncties beter geconcentreerd bij elkaar te krijgen. Een gerichte aanpak van concentratie en versterking van functies leidt tot nieuwe investeringen en aantrekkelijke winkels waarvoor de consument het centrum wil blijven bezoeken.
- Behoud van de dagelijkse winkelvoorzieningen in de kleinere wijk- en dorpscentra blijkt goed mogelijk en in de periode na het uitbreken van de coronacrisis zelfs essentieel. Winkelvoorzieningen in de wijken en de dorpen blijken in een blijvende behoefte voor de inwoners te voorzien. Een enkele detailhandelsvoorziening in een buurt of dorp is doorgaans een supermarkt. Supermarkten hebben de behoefte om zich te blijven ontwikkelen in omvang en te bieden kwaliteit. Daarop wordt met aandacht ingespeeld.
- Het is gelukt om een concentratie van grootschalige winkels in woninginrichting gevestigd te krijgen op locatie Goudse Poort. Een nieuw concept van geschakelde winkels biedt de regio een aanbod, waarvoor men eerder buiten de regio moest zijn.
- Ondanks de tendens naar schaalvergroting in de branche in en om het huis is een goede spreiding van bouwmarkten en tuincentra over de gemeenten en dorpen in de regio in stand gebleven. Op verschillende plaatsen heeft vernieuwing van de verkoopformule plaatsgevonden. In Zuidplas heeft vestiging van een aantal bovenregionale marktformules een plaats gekregen.
- In de gemeenten in de regio is nog sprake van een aanzienlijk aantal verspreide solitaire winkels. Ambitie is de vestiging van winkels op de verspreide locaties geleidelijk te verminderen. Dit met uitzondering van solitaire supermarkten die in een wijk of dorp soms de enige detailhandelsvoorziening vormen. Voor de overige winkels blijft het de wens deze zoveel mogelijk te verplaatsen naar centra of geclusterde winkelvoorzieningen.

6.2 Punten van aandacht

Hoewel de gemeenten actief onderweg zijn met actualiseren, positioneren en concentreren van de centrumgebieden zijn er zeker ook punten van aandacht. Aandachtspunten die mede door de coronacrisis in bepaalde opzichten sterker naar voren zullen komen. Dit betreft:

- Verkopen via internet zetten door. Het winkelaanbod van stenen winkels moet zich nog meer gaan onderscheiden en wellicht meer onderdeel worden van het verblijf in een centrum waar ook andere zaken kunnen worden gedaan, beleefd en ervaren.
- Concentratie van publiek- en belevingsfuncties naast winkels is echter met in achtname van de coronamaatregelen lastiger te organiseren. Hier is met weloverwogen beleid en naar mogelijkheden op in te zetten.
- Vitaliteit van kernen is niet alleen een belang van de betreffende gemeente zelf. De hele regio heeft belang bij goed geconcentreerde winkelgebieden met een aantrekkelijke uitstraling en een zo beperkt mogelijke leegstand. Leegstand is in die zin niet alleen een lokaal probleem. Het is een regionaal belang te streven naar actuele, geconcentreerde en goed bezette winkelgebieden.
- Tot het uitbreken van de coronacrisis nam de horeca een enthousiast groeiend aandeel in, in bijna alle centra van Midden-Holland. Dat sloot ook aan bij de nieuwe levensstijl van veel inwoners, waarbij eten buiten de deur een regelmatig bezigheid werd. Met de coronarichtlijnen is het functioneren van de horeca lastiger geworden en is de ontwikkeling van de sector nauwelijktend te volgen.
- Op verschillende locaties is sprake van concurrentiecircels zowel binnen als buiten de regio gelegen winkellocaties naar elkaar. Ontwikkelingen zijn hier bij voorkeur binnen verhoudingen te houden. Binnen de regio gaat het om een goede inpassing van de ontwikkeling van centrum Go Stores op Goudse Poort. Buiten de regio in het bijzonder om de verdere ontwikkeling van winkelcentrum Alexandrium te Rotterdam. In de regio is rekening met elkaar te houden: Ontwikkelingen met overlap zijn af te stemmen. Waar zich buiten de regio ontwikkelingen aftekenen waarvan onevenwichtige concurrentie effecten op de regio worden verwacht, is gezamenlijk daar tegen op te trekken.
- Bij de vormgeving van eventuele verdere regionale concentratie van grootschalig winkelaanbod is rekening te houden met effecten op de bestaande ondernemingen. Niet alle ondernemingsconcepten kunnen zonder gevolgen voor het ondernemen (bijvoorbeeld lokaal gebonden licenties) worden verplaatst naar een locatie buiten de gemeente van vestiging.
- In de ambitie regionaal samen te werken is het zoeken wat centra van elkaar doet onderscheiden en met elkaar verbindt. Een oplossing als specialisatie, waardoor de bezoekers van de ene naar het andere centrum trekken voor onderscheidend aanbod of diensten ligt minder voor de hand. De winkelstructuur van de gemeenten in Midden-Holland richt zich voornamelijk op lokale verzorgingsgebieden, waarbij het in eerste instantie de kunst is om de bestedingen van de eigen inwoners vast te houden.

- Om een goed en zo gevarieerd mogelijk winkelaanbod te behouden is het in deze tijd temeer zaak dat 'stenen winkels' zich onderscheiden en zich ook mogen onderscheiden. Van 'stenen winkels' wordt verwacht zich te onderscheiden en meer aandacht te hebben voor beleving. Om te zorgen dat 'stenen winkels' kunnen winnen dient - binnen de wettelijke kaders - zo goed mogelijk ruimte geboden te worden voor innovatie en het inspelen op consumenten- en markttrends.
- Er kan inmiddels gesproken worden van een uitgebreide 'gereedschapskist', die door de gemeenten in de regio Midden-Holland worden ingezet om de ontwikkelingen in goede banen te leiden en centrale kernen, dorps- en wijkcentra aantrekkelijk, levendig en vitaal te houden.

In de afgelopen zeven jaar is er in Midden-Holland een aanzienlijke dynamiek geweest in de ontwikkeling van detailhandelsruimten. Er heeft een toename plaatsgevonden van het winkelvloeroppervlak en een consolidatie van het aantal verkooppunten. De dynamiek in de centra vraagt een voortdurende aandacht en ook het nauwlettend volgen van ontwikkelingen. Daarnaast is er een ontwikkeling van een aanzienlijk groter vloeroppervlak voor het aanbod van de moderne supermarkt aan haar klanten. Tenslotte is er de ontwikkeling van grotere perifere winkelformules. De bezetting van dit aanbod en verdere ontwikkeling daarvan is in een goede balans te houden met de bestaande centra. Periodieke monitoring kan hiervoor het nodige inzicht verschaffen.

6.3 Regionale detailhandelsstructuurvisie Midden-Holland

De regio Midden-Holland kent een heldere detailhandelsstructuur, waarin verzorging van het eigen gebied de hoofdzakelijke doelstelling is. Naast een zo volwaardig mogelijke detailhandelsvoorzieningen in de hoofdkernen van de gemeenten is er een wijd vertakt netwerkwerk aanwezig van wijk- en dorpsvoorzieningen voor – hoofdzakelijk – de dagelijkse boodschappen.

Regionaal recreatief winkelhart:

In de regionale detailhandelsstructuur is Gouda het centrale regionale recreatieve winkelhart. Daarnaast is hier een belangrijke concentratie van perifere distributiepunten gevestigd. Streven is zo veel mogelijk van dit aanbod te concentreren op één duidelijke plek: Goudse Poort.

Vitale kernen:

Om de centrale dorps- en stadscentra vitaal te houden gaan we uit van de visie op vitale kernen. Dit betekent dat door de gemeenten en winkeliers actief wordt gestuurd op het aantrekkelijk houden van deze centra en ingezet wordt op

voorkomen en verminderen van de leegstand. Dit door zo mogelijk panden her te bestemmen of met stimulering weer actief bezet te krijgen. Daarnaast wordt er naar gestreefd zoveel mogelijk bezoekfuncties in het centrale gebied gevestigd te krijgen.

Buurt- en wijkvoorzieningen:

Bijzonder belangrijk voor de vele dorpen, kernen en wijken in de regio is dat winkels – in ieder geval voor de dagelijkse boodschappen – dichtbij gevestigd blijven. Concentratie van voorzieningen in het centrum van een gemeente is hiermee in balans te houden. Voor veel wijk- en dorpsgerichte detailhandel blijkt een goede economische basis te bestaan.

Supermarkten:

Supermarkten vormen een essentieel onderdeel van de wijk- en dorpsvoorzieningen. Om de klanten op het gewenste niveau te kunnen blijven bedienen is er onmiskenbaar een trend naar schaalvergroting in de sector gaande. Voldoende ruimte voor de ontwikkeling van supermarkten in wijken en de dorpen is daarom van groot belang. Nieuwe supermarkten worden daarom bij voorkeur gevestigd in of aan de rand van bestaande winkelgebieden. Voor de vestiging van regionale XL supermarkten zien wij in de regio in principe geen ruimte.

Pick up points:

Door het ophalen van een online bestelling onderdeel te maken van het gewone winkelen zorgen we voor een nieuwe vorm van combinatiebezoek. Afhalen van een online bestelling in een 'stenen winkel' brengt de consument in contact met het aanwezige relevante aanbod. Daarbij is er ook een duurzaamheidswinst. Wanneer het ophalen van online bestellingen onderdeel wordt van het verdere boodschappen doen, dan bespaart dit de CO2-belasting van een bezorgingsrit. Pick up points willen we daarom zoveel mogelijk vestigen op en binnen de bestaande winkelgebieden.

Tuincentra en bouwmarkten:

In de regio houden we vast aan zo goed mogelijk gespreide tuincentra en bouwmarkten over het gebied, maar zien ook de ontwikkeling van schaalvergroting in deze branche en de behoefte hieraan bij consumenten. In dat verband is er met een gepaste afweging te bezien of ruimte kan worden geboden aan nieuwe ontwikkelingen. Dit vraagt per casus een zorgvuldige regionale afstemming in een zo vroeg mogelijk stadium van eventuele planontwikkeling.

Perifere distributie:

Perifere distributielocaties (PDV) zijn te reserveren voor de echte handel in grootschalige goederen. De reguliere detailhandel hoort thuis in de stad- en dorpscentra en winkelgebieden in wijken en dorpen. De regio streeft naar een verdere clustering van PDV.

Winkelgebieden, branchering en innovatie:

De gemeenten streven er naar de detailhandel zoveel mogelijk binnen aangesloten winkelgebieden en goed geconcentreerd te laten plaatsvinden. Branchering is daarbij te respecteren, maar er is - binnen de wettelijke kaders - ook voldoende ruimte te geven aan innovatieve concepten die op een verrassende manier consumenten- en markttrends weten te volgen.

Uitbreiding:

Gemeenten beogen de winkelmeters per saldo niet uit te breiden, maar tegelijkertijd willen we nieuwe ontwikkelingen niet op voorhand tegenhouden. In lijn met het beleid van de provincie Zuid-Holland zijn toevoegingen uitzonderingen, waarvoor een goede motivatie moet bestaan. Die motivatie wordt ten minste in een vroeg stadium afgestemd in de regio en eventueel gerelateerd aan de beperking van winkelmeters die elders – door aanhoudende leegstand – voor bestemming naar andere functies in aanmerking zouden kunnen komen.

6.4 Gezamenlijk bewaken regionale structuur

De vijf gemeenten zetten zich in om te regionale detailhandelsstructuur te bewaken door de volgende afspraken:

Monitoring:

De ontwikkelingen in de detailhandel in de regio Midden-Holland worden door de gemeenten nauwlettend gevolgd op basis van een tweejaarlijkse monitoring. Dit om gezamenlijk de vinger aan de pols te houden en in te zetten op de ontwikkeling van vitale stads- en dorpscentra en een actieve beperking van leegstand.

Elimineren verborgen planvoorraad:

Bij de bewaking van de structuurafspraken is een te onderkennen risico de mogelijkheid dat in vigerende bestemmingsplannen nog aanspraak kan worden gemaakt op de ontwikkeling van detailhandel op plekken buiten de gewenste concentratiegebieden. Om ongewenste ontwikkelingen tegen te gaan onderzoeken de gemeenten bestemmingsplannen op eventueel verborgen planvoorraad.

Regionale afstemming:

Met de komst van de Provinciale adviescommissie detailhandel is de verplichte gemeentelijke regionale advisering voor de grotere winkeluitbreidingen komen te vervallen. Wel wordt door de adviescommissie naar afstemming met de omliggende gemeenten gevraagd. Voor de zorgvuldige bewaking van de regionale detailhandelsstructuur spreken de gemeenten een aanvullende regionale afstemmingsprocedure af. Ruimte voor eventuele grote detailhandels ontwikkelingen en uitbreidingen kunnen een grote impact hebben op de gevestigde detailhandel in de regio. Ontwikkelingen van enige omvang zijn in dit verband in een vroeg stadium

in de regio te bespreken en van een regionaal advies te voorzien. Dit advies is dan te voegen bij de adviesaanvraag aan de Provinciale adviescommissie detailhandel. Regionale afstemming en advisering vindt in ieder geval plaats in de volgende situaties:

- Ruimte voor detailhandels ontwikkelingen, nieuwe locaties voor PDV-vestiging of XL-formules in nieuwe bestemmingsplannen.
- Bij uitbreidingsplannen van detailhandel groter dan 2000m2 buiten de bestaande centra en groter dan 1000m2 binnen de bestaande centra.

6.5 Samenwerking en stimulering

Om de detailhandel verder te ondersteunen en te ontwikkelen onderzoeken gemeenten en ondernemersverenigingen de volgende mogelijkheden voor samenwerking.

Retailacademie:

Een goed voorzieningenniveau aan detailhandel in de dorpen- wijken- en stadscentra is gebaat bij een goed ondernemerschap. Ondernemers in de detailhandel staan voor veel uitdagingen om zo goed mogelijk in te spelen op veranderend gedrag van consumenten en op conjuncturele- en technische ontwikkelingen. Daar kan wellicht wat inspiratie en ondersteuning bij geboden worden. In dit verband is door ondernemers in de Krimpenerwaard de gedachte geopperd voor de ontwikkeling van een retailacademie. Een vorm waarbij ondernemers, elkaar helpen met de uitwisseling van nieuwe en inspirerende ideeën. De behoefte en mogelijkheden zijn - in relatie met het bestaande aanbod - te onderzoeken.

Gezamenlijke profilering:

De ambitie is de consumenten uit de woongemeente en de directe regio zoveel mogelijk aantrekkelijke winkelvoorzieningen te bieden. Daarbij is het wellicht behulpzaam wanneer de regio zich wat meer weet te profileren ten opzichte van de grootstedelijke omgeving. Midden-Holland is echter niet één aaneengesloten winkelgebied, maar heeft wel een aantal onderscheidende kenmerken waarmee je iets zou kunnen zetten tegenover de aantrekkingskracht van de grote steden:

- Er is onmiskenbaar een aantal erg gezellige historische plekken te vinden om te winkelen en te verblijven.
- Er is ruimte en gelegenheid voor ontspanning en recreatie.
- Het concept Cheese Valley kan voor een deel van het gebied zorgen voor een onderscheidend karakter.
- Er zijn overal wel evenementen die mensen van binnen en buiten de regio kunnen aantrekken.

Nagegaan wordt of de ontwikkeling van een regionale evenementenkalender een bijdrage kan leveren aan de verdere profilering van het gebied en de versterking van de basis voor horeca en detailhandel. Bestaande initiatieven zijn hier te benutten.

Detailhandelsstructuurvisie Midden-Holland 2020

Bestuurlijk trekker mw. I.C.J. Nieuwenhuizen, wethouder economische zaken gemeente Bodegraven-Reeuwijk

Ambtelijk projectleider A.A. van Alten gemeente Bodegraven-Reeuwijk

De detailhandelsstructuurvisie is een document opgesteld door en voor de gemeenten in de Regio Midden-Holland.

Daarbij is gebruik gemaakt van de cijfermateriaal van bureau Locatus en geciteerde onderzoeken. Tekst en interpretatie zijn voor rekening van Regio Midden-Holland.

Regio Midden-Holland 4 maart 2021