

#### Marktpllein 10

Marktpllein 10 is het oudste huis van 's-Gravenzande. Het pand werd in 1639 gebouwd. Dat is te zien aan de muurankers in de gevel. Het huis heeft een trapgevel en gemetselde bogen boven de ramen. Het pand lag vroeger, voordat er tegenover bebouwing kwam, aan het Marktpllein. Het gebouw staat bij oude 's-Gravenzanders bekend als het pandje van Van Baarzel, een huisschilder die hier vroeger zijn bedrijf had.

ANWB

**Centrumvisie 's-Gravenzande**  
**Compact en herkenbaar**

**dtnp.**





Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109  
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)

W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)

Opdrachtgevers:

Contactpersoon:

Projectteam DTNP:

Projectnummer:

Datum:

BIZ 's-Gravenzande, stad aan zee

De heer P. van der Helm

De heer T. Wissink

De heer R. Eijkelkamp

De heer F. Simons

1956.0418

27 mei 2019



**Centrumvisie 's-Gravenzande**  
**Compact en herkenbaar**

**dtnp.**





# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding en opgave</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>Visie en uitvoering</b>	<b>24</b>
1.1	Inleiding	2	5.1	Gebiedsprofielen	25
1.2	Opgave centrum	3	5.2	Uitvoering	28
<b>2</b>	<b>Context</b>	<b>4</b>		<b>Bijlagen</b>	<b>34</b>
2.1	Verzorgingsgebied	5		Bijlage 1 - Dagelijkse marktruimte 2025	35
2.2	Koopgedrag consument	7		Bijlage 2 - Marktruimte mode & luxe sector 2025	37
2.3	Vestigingsstrategie winkels	8		Bijlage 3 - Leefstijlen	39
2.4	Vigerend vestigingsbeleid	9		Bijlage 4 - Aanbodontwikkeling Westland	40
<b>3</b>	<b>Analyse centrum</b>	<b>11</b>		Bijlage 5 - Combinatiebezoek supermarkten	41
3.1	Retailaanbod	12		Bijlage 6 - Ontwikkeling omvang supermarkten	42
3.2	Centrumstructuur	15			
3.3	Bezoekgemak	16			
<b>4</b>	<b>Programma</b>	<b>18</b>			
4.1	Retailbehoefte centrum	19			
4.2	Potenties verplaatsing retail	21			
4.3	Niet-retailfuncties	22			
4.4	Wonen	23			
4.5	Conclusie programma	23			







# 1 Inleiding en opgave



## 1.1 Inleiding

Ondernemers, eigenaren en overheid maken zich zorgen over de hoeveelheid nog in te vullen winkelruimte in het centrum van 's-Gravzande.

### Ontwikkeling Hart van 's-Gravzande

Door de realisatie van het project Hart van 's-Gravzande is er centraal in het centrumgebied een hele nieuwe winkelstraat toegevoegd. De laatste fase daarvan is tijdens het opstellen van dit rapport opgeleverd. Door deze ontwikkeling is er in het centrum van 's-Gravzande significant meer winkelruimte ontstaan. De landelijke winkelmarkt is een lastige markt. Het winkelvastgoed is dan ook niet allemaal zomaar gevuld.

### Doel: compact en vitaal

Het doel is om een compact en vitaal centrum te realiseren dat in omvang en profiel past bij de toekomstige behoefte van ondernemers en bezoekers. De nieuwe winkelstraat ligt op een centrale plek en biedt goede aanknopingspunten om een compacte centrumstructuur te realiseren.



Hart van 's-Gravzande 2016



Hart van 's-Gravzande 2019



Marktplein 2016



Marktplein 2019



Langestraat 2016



Langestraat 2019



## 1.2 Opgave centrum

De komende jaren moet in 's-Gravenzande de reeds op gang komende 'verplaatsingscarousel' naar een goed eindresultaat worden begeleid. De kansen om daarbij een betere functie-mix te realiseren moeten worden benut.

### Zwaartepunt en verplaatsing

Supermarkten zijn de belangrijkste publieks-trekkers voor dorpscentra zoals dat van 's-Gravenzande. Er zijn twee moderne supermarkten in de nieuwe centrumstraat gevestigd. Eén daarvan is een verplaatsing van een locatie aan de Langestraat. Hierdoor zijn de passantenstromen door het centrumgebied veranderd. Veel andere publieksfuncties zijn afhankelijk van deze passantenstromen. De nieuwe situatie is voor ondernemers aanleiding kritisch over de huidige locatie na te denken: waar heb ik de beste omzet? Weegt die omzet op tegen het huurniveau en de verplaatsingsinvestering? Zo komt de 'verplaatsingscarousel' op gang.

### Versnippering

De versnippering van functies en bezoekersstromen ligt op de loer. Wat op de lange termijn de beste plek is kan niet met zekerheid worden gesteld (wat gebeurt er met pand X, waar gaat winkel Y naartoe, waar mag worden gefietst?).

Iedereen maakt een afweging met de eigen, gelimiteerde kennis en verwachtingen.

### Positie Langestraat aandachtspunt

Het middenstuk van de Langestraat heeft door de nieuwe ontwikkeling positie ingeleverd: er is een supermarkt vertrokken en een drukkere concurrent-winkelstraat bijgekomen. Het huidige profiel van de Langestraat is onduidelijk.

Door het opgebroken publieksfront in de straat (o.a. raadhuis, kerk, domineeswoning, avondhoreca) en de relatief beperkte dagelijkse trekkracht van het winkelaanbod is het aantal redenen om doordeweeks de straat door te lopen beperkt. De oostkant van het centrum heeft het sterkste bronpunt en kan in de nieuwe winkelstraat bijna een compleet boodschappenbezoek faciliteren. De uitvoering en invulling van geplande (her-)ontwikkelingen, zoals het oude raadhuis en fase 3 van het centrumplan, zijn deels bepalend voor de positie van de Langestraat in het circuit.

### Stads-/dorpscentrum van de toekomst

Hoewel 's-Gravenzande al 750 jaar stadsrechten heeft, is er in het centrum een 'dorpse kwaliteit'. De lokale gunfactor hangt daarmee samen. Naast het begeleiden van de 'verdikking van het winkelgebied' door verplaatsing van

bestaande winkels is het belangrijk de transitie naar het 'dorpscentrum van de toekomst' te begeleiden. Het centrum is de belangrijkste plek in het sociale leven; het publiekshart van 's-Gravenzande. Dat betekent dat het centrum dé vestigingslocatie voor alle typen lokale publieksfuncties is en dat het belangrijk is te blijven aanhaken bij de 'dorpse' kwaliteiten, zoals persoonlijke service.



Fase 3 in aanbouw



Verplaatsingscarousel op gang





## 2 Context



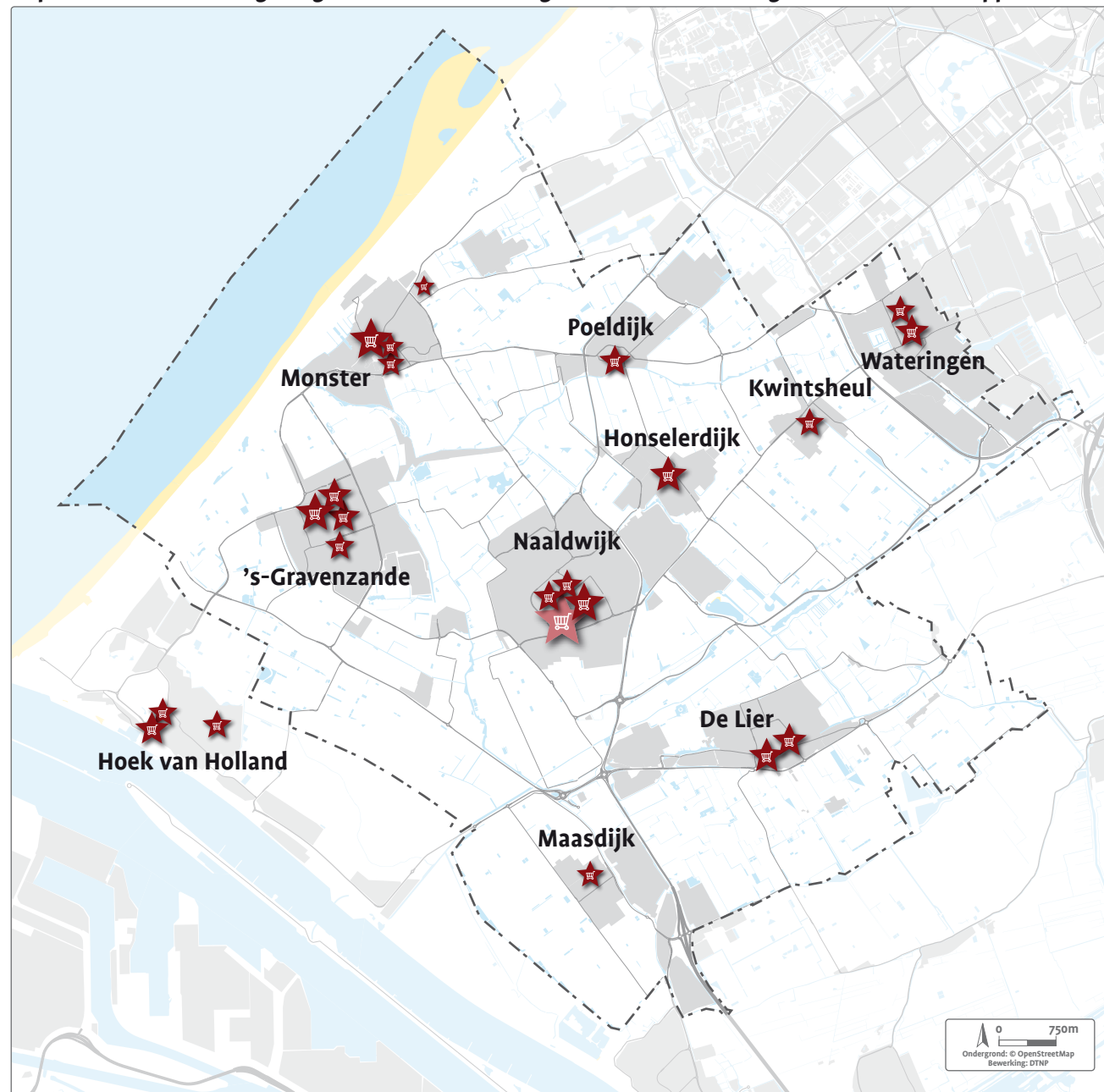
In dit hoofdstuk worden de externe factoren behandeld die bepalen waar winkels wel en niet aanwezig zijn. Deze externe factoren zijn het verzorgingsgebied, het consumentengedrag, het vestigingsgedrag van winkels en het vestigingsplaatsbeleid van de overheid. Daarna wordt in hoofdstuk 3 onderzocht in hoeverre interne factoren, ofwel de functioneel-ruimtelijke structuur van 's-Gravenzande-Centrum, bepalend zijn.

## 2.1 Verzorgingsgebied

Het centrum van 's-Gravenzande heeft als winkelgebied voornamelijk een lokale functie, waarbij de boodschappenfunctie leidend is (70% omzet wordt verdiend in de dagelijkse sector)\*. Het primaire verzorgingsgebied van het centrum is 's-Gravenzande zelf. Daarnaast heeft het onder andere door de aanwezigheid van vier supermarkten een functie als alternatief boodschappencentrum voor inwoners van Hoek van Holland, Naaldwijk en Monster. Ter illustratie: circa 81% van de dagelijkse bestedingen komt uit het eigen dorp en circa 6% uit Hoek van Holland\*.

\* I&O en DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018, bewerking DTNP.

Supermarkten in de omgeving van 's-Gravenzande geschaald naar omvang in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak



In de niet-dagelijkse sector komen bestedingen zoals gebruikelijk wat meer van buitenaf.

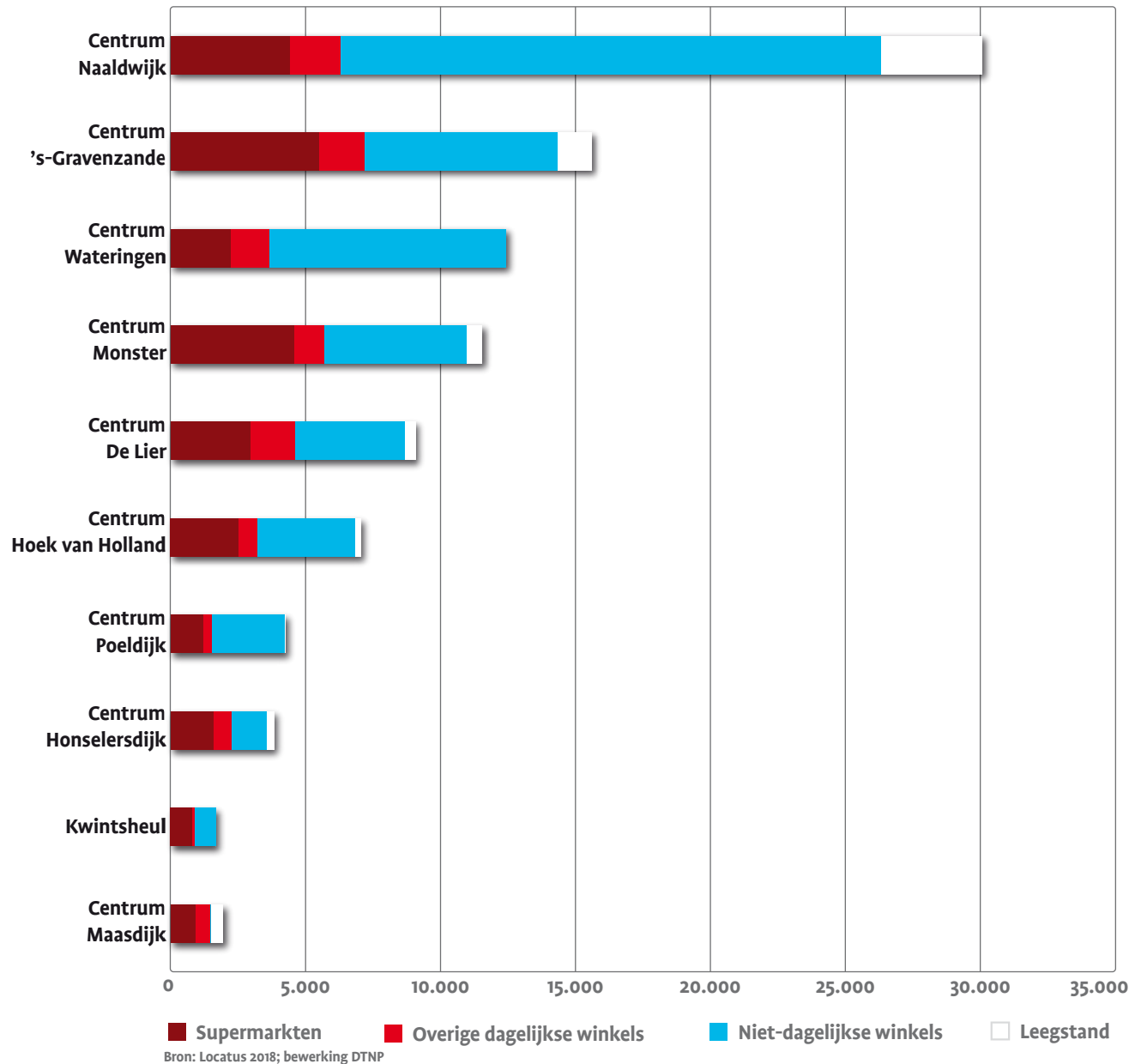
### Aantal en type inwoners

's-Gravzande heeft circa 21.600 inwoners. De verwachting is dat het dorp doorgroeit naar circa 22.700 inwoners in 2025. De huishoudentypen die het meest voorkomen in 's-Gravzande zijn 'Kind en Carrière' met 25% (relatief welvarende families) en 'Welverdiend Genieten' met 19% (relatief welvarende oudere stellen), zie voor een toelichting bijlage 3. De demografische opbouw van 's-Gravzande is verder relatief gemiddeld; circa 19% is ouder dan 65 jaar (zelfde als landelijk) en het inkomen per hoofd is € 24.500 (2% boven landelijk).

### Toerist

In het seizoen is de strandtoerist in het gebied aanwezig. Zo zijn er ook enkele campings in de omgeving. Het centrum kan in het seizoen van deze extra consumenten profiteren.

Winkelaanbod in centrumgebieden in gemeente Westland in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak







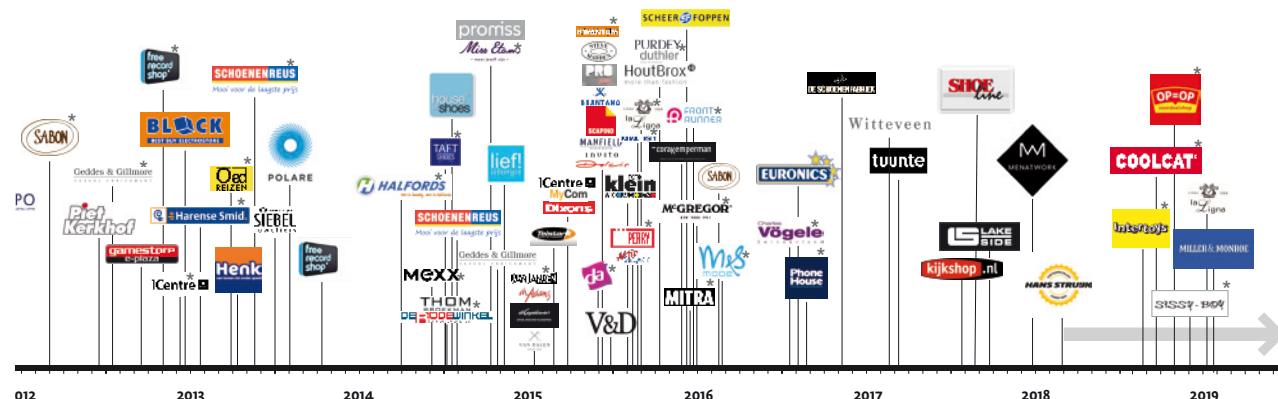
## 2.3 Vestigingsstrategie winkels

De snelheid van veranderingen in centrumgebieden (aantal starters, stoppers en verplaatsingen) is groter dan ooit. Onder andere winkelketens worden steeds kritischer in hun keuze voor een locatie. In het nieuwe centrumplan zijn toch (voor 's-Gravenzande) nieuwe ketens gevestigd (o.a. Big Bazaar, Shoeby). Waar kijkt de winkelier naar?

### Eigen trekkracht

De eigen trekkracht van winkelformules is vaak niet meer voldoende. De 'buurman' (het centrum als geheel) doet er steeds meer toe. Het aantal passanten dat elke dag door de straat loopt, is afhankelijk van de aantrekkelijkheid van het geheel.

Om nog trekkracht per winkel overeind te houden, letten ketens meer op de aanwezigheid van (steeds specifiekere) doelgroepen en de exclusiviteit van hun formule, branche en segment in een verzorgingsgebied. Zo concurreren centra in elkaars omgeving (niet per se bewust) om de vestiging van winkelformules. In het geval van 's-Gravenzande is de nabijheid van het grotere centrum van Naaldwijk een beperkende factor voor nieuwvestiging.



Selectie faillissementen winkelketens (2012 - 2019), mede als gevolg van veranderend aankoopgedrag

### Tijd van expansie voorbij

De periode van expansie, waarbij winkelketens steeds kleinere centra aandedden om marktaandeel te claimen, is (grotendeels) voorbij. Vooral in de niet-dagelijkse sector is een terugtrekkende strategie zichtbaar, waarbij alleen winkels in de grotere centra openblijven (o.a. bij doorstart na faillissement). Bij de keuze tussen investeren of vertrekken kiezen ketens steeds vaker voor vertrek.

### Bepalende factoren locatiekeuze

Passantenaantallen zijn belangrijke randvoorwaarden in de keuze voor een centrum of centrumstraat. De locatie kenmerken die er verder toe doen, zijn het vloeroppervlak, de huurprijs, het bezoekgemak en de zichtbaarheid (o.a. frontbreedte).

### Rol eigenaren en bezoekgemak in verplaatsingen

Verplaatsen is een investering, iets wat in deze tijden niet direct aantrekkelijk is voor winkeliers. Eigenaren bieden daarom naast een lagere (ingroei)huur ook steeds vaker investeringsbijdragen om winkeliers in hun pand te krijgen. De beschikbaarheid van panden op centrale locaties samen met de actieve houding van winkelier én eigenaar creëert de snelle doorloop.

Locaties (net) buiten het centrumcircuit zijn vaak beter bereikbaar én goedkoper. Voor sommige winkeliers (met name met een doelgericht concept) is dat genoeg reden om voor die locaties te kiezen. De beschikbaarheid van betaalbare panden op centrale locaties komt op gang maar de bereikbaarheid is daar over het algemeen minder goed. De waarde van een groot voetgangersgebied staat ter discussie.

## 2.4 Vigerend vestigingsbeleid

Winkels mogen zich niet overal vestigen. Het vestigingsbeleid van de gemeente bepaalt in bestemmingsplannen en structuurvisies de mogelijkheden voor vestiging op locaties binnen hun grondgebied. Provincies zijn, gezien de grote leegstandsopgave en gezien het feit dat koopstromen zich niet aan gemeentegrenzen houden, steeds actiever in het sturen en controleren van het gemeentelijke beleid.

### Provincie Zuid-Holland

In 2017 is door de Provincie Zuid-Holland de nota Detailhandel vastgesteld. Belangrijkste doel is een vitale winkelstructuur, door onder andere de reductie van winkelvloeroppervlak en planvoorraad en een sterkere concentratie van aanbod in de bestaande hoofdcentra. Solitaire en perifere ontwikkelingen worden niet gestimuleerd, omdat deze ten koste kunnen gaan van (investeringsbereidheid in) bestaande winkellocaties. Wel is er ruimte voor lokaal maatwerk, bijvoorbeeld wanneer een initiatief het economisch functioneren van het centrum bevordert, of voor moeilijk in centra in te passen detailhandelsactiviteiten, zoals bouwmarkten en tuincentra.

Het centrum van 's-Gravenzande is in deze nota aangewezen als te optimaliseren centrum, waar wordt gestreefd naar kwalitatieve versterking, maar geen kwantitatieve uitbreiding.

### Gemeente Westland

De in 2008 vastgestelde detailhandelsstructuurvisie is het vigerende detailhandelsbeleid van de gemeente Westland. Ook de Structuurvisie Westland 2025, vastgesteld in 2013, bevat kaders voor de ruimtelijke voorzieningenstructuur. In deze stukken wordt ingezet op de concentratie van winkels binnen de centrumgebieden. De recreatieve winkelfunctie voor de streek is aan Naaldwijk toegewezen. Toename van dit aanbod op andere locaties (zoals 's-Gravenzande-Centrum) is onwenselijk. Hier wil de gemeente Westland basisdetailhandel (dagelijks aanbod) behouden, met een omvang die past bij de omvang van de plaats. Het centrumplan van 's-Gravenzande was wel in het detailhandelsbeleid opgenomen.

### Beleidsdoelstelling niet gehaald

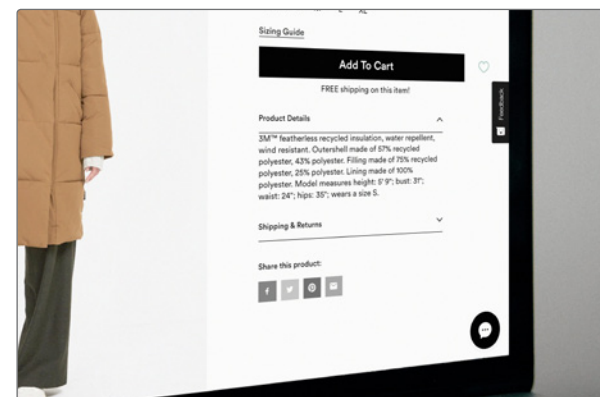
De beleidsdoelstelling om nieuw winkelaanbod alleen in de centra te laten vestigen, is niet gehaald. Het winkelaanbod (en overig publieksgericht aanbod) buiten de centrumgebieden is de afgelopen jaren behoorlijk toegenomen (bijlage 4).



Veel en grote supermarkten in 's-Gravenzande



Nieuwvestiging van ketens tegen de trend in



Ook in 's-Gravenzande steeds meer online aankopen

## Recente publicaties Westland

In 2016 heeft MKB-Westland de Visie Retailstructuur Westland opgesteld. 's-Gravenzande-Centrum is in deze structuurvisie samen met Wateringen aangewezen als 'Lokaal Compleet' centrumgebied. Bovenop een compleet boodschappenaanbod (met o.a. 2 à 3 grote supermarkten) kan hier een bij het draagvlak passend (beperkt) retailaanbod bestaan in een compact verblijfsgebied.

Begin 2019 is door de gemeente Westland het voorstel 'Leegstands-aanpak winkelgebieden Westland' vastgesteld. Hiermee onderkent de gemeente het leegstandsprobleem in onder andere 's-Gravenzande. Deze aanpak zet in op acties in drie fasen:

1. Vastgoeddeskundige aanstellen
2. Kernwinkelgebieden vaststellen
3. Bestemmingsplanwijzigingen

Hiermee geeft de gemeente aan de urgentie te zien om het concentratiebeleid nieuw leven in te blazen. Dit rapport geeft invulling aan de leegstands-aanpak voor 's-Gravenzande-Centrum.

## Bestemmingsplan

In het bestemmingsplan Centrum 's-Gravenzande (2013) wordt ruim omgegaan met gemengde bestemmingen. Zowel detailhandelsactiviteiten als een brede groep andere publieke voorzieningen zijn zo op veel plekken mogelijk, ook waar dit in de toekomst niet wenselijk is (zie hoofdstuk 5).







### 3 Analyse centrum



In dit hoofdstuk wordt beschreven in hoeverre de functioneel-ruimtelijke structuur van het centrum bepalend is voor de invulling van winkelruimte. Er wordt gekeken naar de ontwikkeling, omvang, vorm en invulling van het centrumcircuit en naar het bezoekgemak waarmee het centrum te bereiken is.

### 3.1 Retailaanbod

In totaal zijn er circa 120 retailfuncties, van samen circa 18.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo)\*, aanwezig in het centrum.

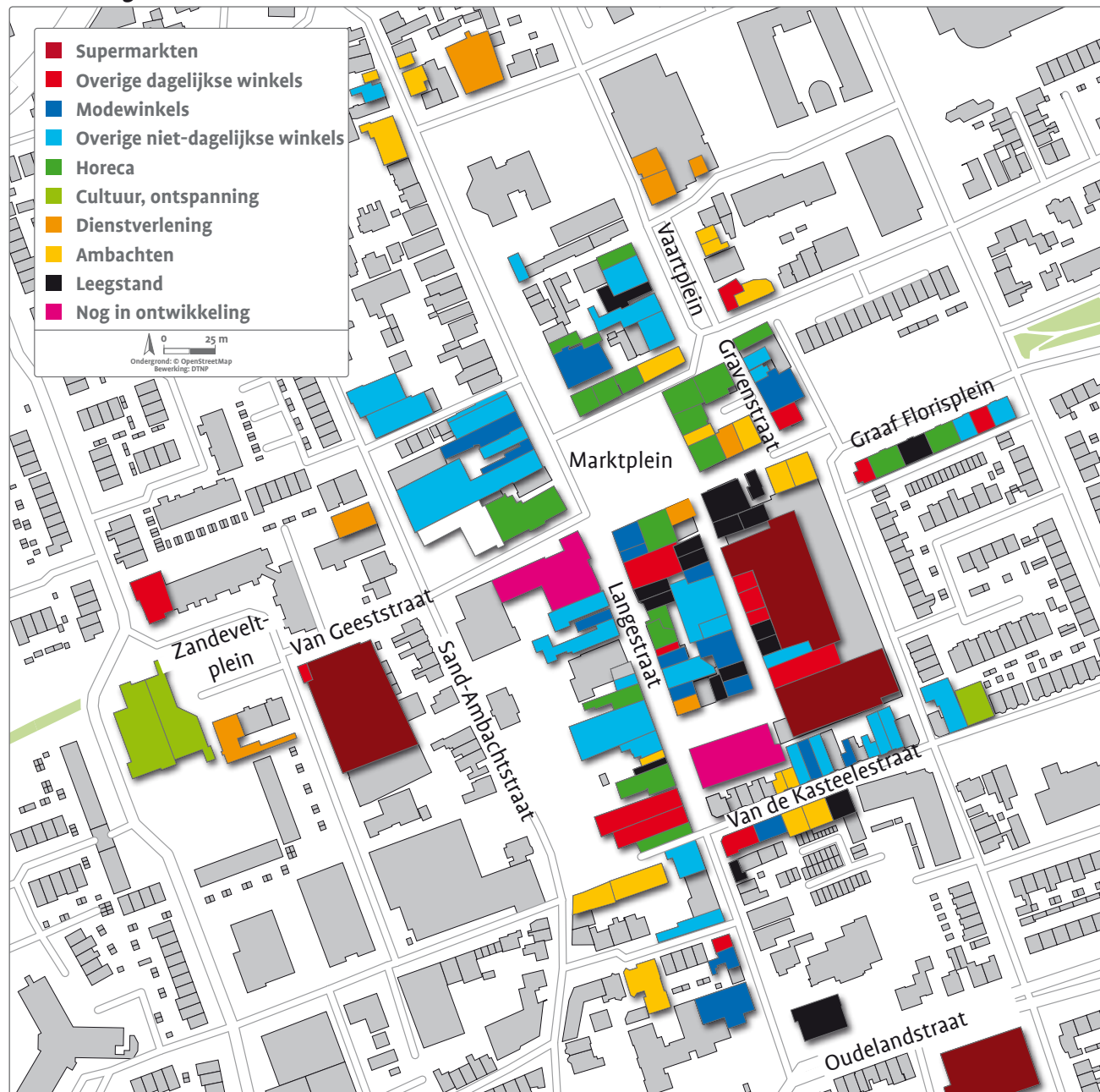
#### Winkelaanbod compleet in boodschappen

Van de 120 publieksfuncties is meer dan de helft een winkel (circa 70). In vloeroppervlak zijn de winkels zelfs goed voor circa 80% van de retail-invulling. In 's-Gravenzande-Centrum zijn veel zelfstandige winkeliers (circa 60%).

's-Gravenzande-Centrum heeft een zeer compleet winkelaanbod rond het thema 'boodschappencentrum'. Die functie is vooral te herkennen in het winkelaanbod in de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse winkels gericht op frequente

\* Locatus (2019), Verkooppuntenbestand centrum van 's-Gravenzande met checkdatum 27-11-2018. Het door Locatus opgenomen winkelvloeroppervlak is exclusief de branches financiële- en zakelijke dienstverlening, cultuur en ontspanning.

#### Branchering 's-Gravenzande-Centrum





benodigdheden (Blokker, Hema, Big Bazaar, Primera, bloemist, dierenwinkel, etc.). Dit boodschappenaanbod bestaat uit circa 30 winkels, met samen ruim 10.000 m<sup>2</sup> wvo. De vier volwaardige (>1.000 m<sup>2</sup> wvo) supermarkten zijn goed voor meer dan de helft van dat winkelvloeroppervlak.

Het overige winkelaanbod bestaat uit een diverse groep aanvullende branches in zowel het meer recreatieve aanbod, zoals mode, speelgoed, sport en een juwelier, als de meer doelgerichte functies, zoals elektronica en woninginrichting. Behalve bij mode zijn er van deze branches vaak niet meer dan een of twee winkels in 's-Gravenzande-Centrum te vinden.

### Horeca

Er zijn circa 20 horecagelegenheden in het centrum aanwezig. Restaurants/café-restaurants zijn goed voor de helft van de horecagelegenheden en driekwart van het vloeroppervlak. Andere branches (fastfood, grillroom, ijssalon, etc.) zijn voornamelijk met een enkele onderneming vertegenwoordigd. De landelijke horeca-ketens zijn amper aanwezig (alleen bezorgpizzeria's).

### Commerciële dienstverlening

Het dienstenaanbod in het centrum is ruim (circa 30). De grootste subgroep zijn de ambachten, met o.a. kappers (8) en schoonheids-

salons (4). Andere subgroepen zijn bijvoorbeeld makelaars (3) en financiële dienstverlening (4).

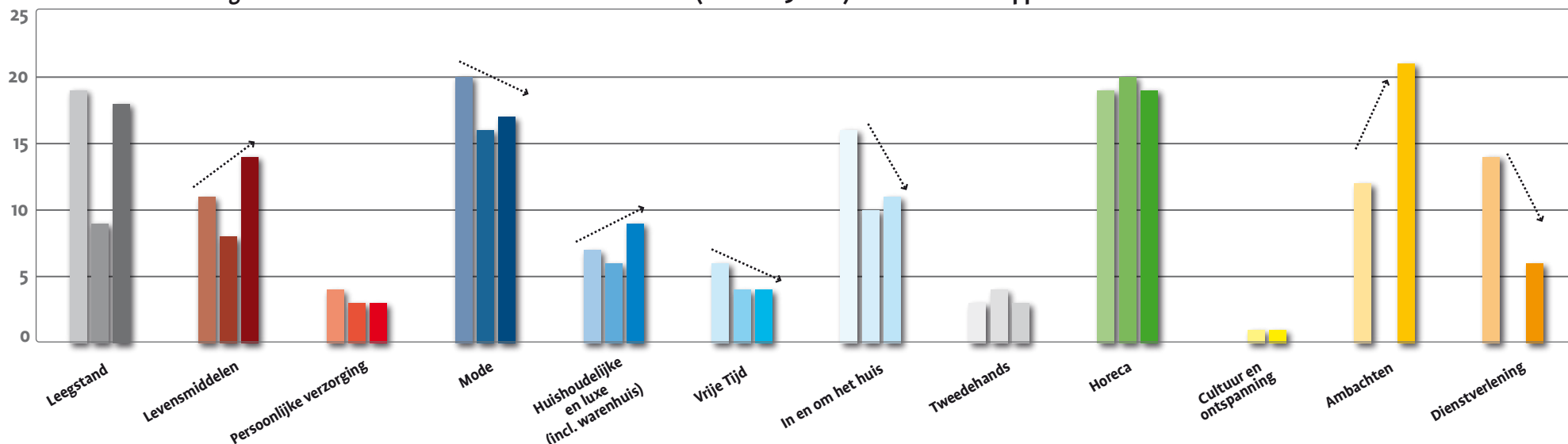
### Leegstand

In het centrum staan circa 18 panden van samen 1.250 m<sup>2</sup> wvo leeg (situatie 27-11-2018). De leegstaande panden zijn voornamelijk in de Langestraat en Graaf Willem II-straat terug te vinden. De kant van de Graaf Willem II-straat aan het Marktplaatsplein is de plek met momenteel de meest zichtbare leegstand.

### Ontwikkeling retailaanbod

De ontwikkeling van het retailaanbod is de afgelopen jaren door de ontwikkeling van het centrumplan erg grillig. Wel zijn enkele

Aanbodontwikkeling in 's-Gravenzande-Centrum naar subbranches (2010-2018) in aantal verkooppunten



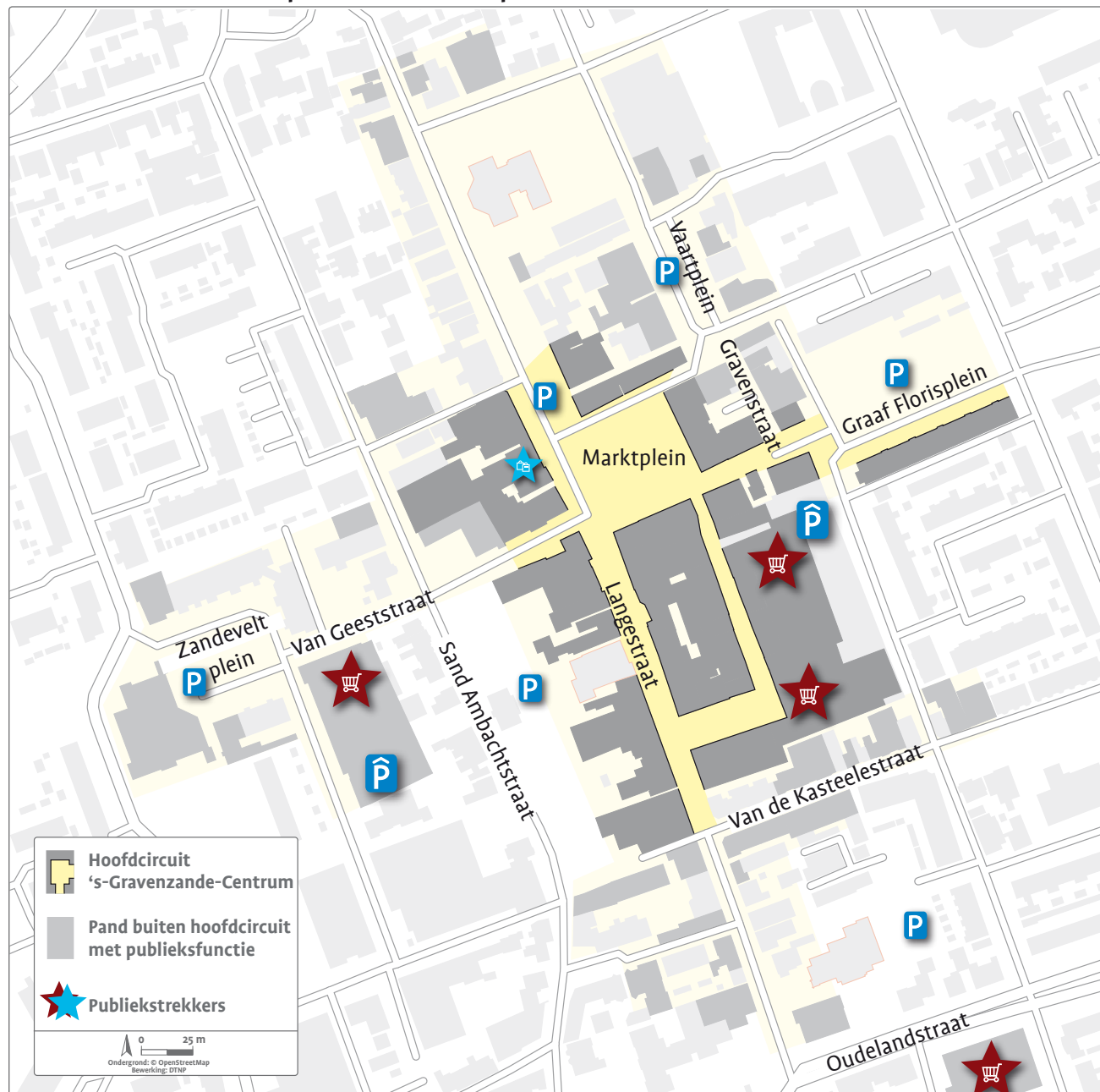
landelijke trends herkenbaar, zoals minder niet-dagelijkse winkels (o.a. mode), meer ambachten, zoals kappers, en minder balie-functies/zakelijke dienstverleners. De landelijke trend van groei in de horeca-sector is niet in het aantal vestigingen in het centrum van 's-Gravenzande terug te zien. Dat wil niet zeggen dat er niets is gebeurd (o.a. komt Het Galjoen).

Fase 3 van het Hart van 's-Gravenzande en het oude raadhuis moeten tijdens het schrijven van dit rapport nog op de markt komen als commerciële ruimte. Hierdoor komt, naast de leegstand, nog eens circa 1.350 m<sup>2</sup> wvo beschikbaar. In welke vorm dit wordt ingevuld is nog grotendeels onbekend. Voor het raadhuis zijn er eerste ideeën voor de bibliotheek en een horeca-gelegenheid (plan New Lake 19).



Plan Lake View 19 (hethelwestland.nl)

### Hoofdcircuit centrum met publiekstrekkers en parkeerlocaties





## 3.2 Centrumstructuur

De historische structuur van 's-Gravenzande is de Sand-Ambachtstraat en de Langestraat. De Langestraat van Noorderkerk naar Dorpskerk met het Marktplein is de centrale spil. Over de jaren zijn op deze structuur aansluitende gebieden zoals de Van de Kasteelestraat, Gravenstraat, Geeststraat en Graaf Florisplein ontwikkeld. Ondanks ontwikkelingen, zoals het verplaatsen van de Hoogvliet, is de Langestraat met het marktplein tot voor kort altijd de hoofdstraat van het centrum gebleven.

De Graaf Willem II-straat vormt sinds kort echter een parallel circuit naar het marktplein en biedt winkelruimte tussen twee grote supermarkten. De structuur die door de ontwikkeling van het Hart van 's-Gravenzande is ontstaan, is een compact 'rondje' inclusief het marktplein. De verbinding naar het parkeren aan het Graaf Florisplein, langs het oude schoenmakerspandje, hoort als belangrijk bronpunt en entreegebied bij dit hoofdcircuit van het centrum (kaart p. 15).

### Aanbod binnen en buiten hoofdcircuit

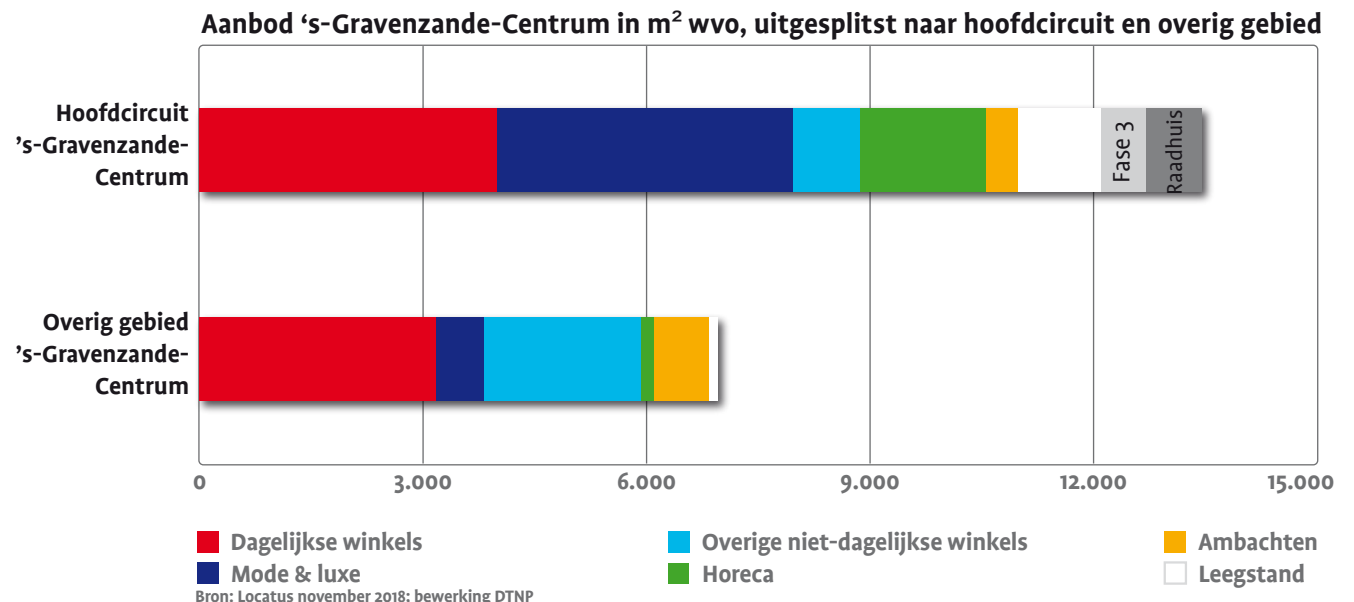
In het hoofdcircuit vullen winkels circa 80% van het vloeroppervlak. Van de circa 9.000 m<sup>2</sup> vvo winkels zijn de dagelijkse sector en de mode &

luxe-sector, met subbranches mode, huishoudelijk (o.a. Blokker, Hema) en luxe (juwelier, optiek, etc.) het belangrijkste (beide circa 4.000 m<sup>2</sup> vvo).

De overige niet-dagelijkse branches zijn veel meer buiten het hoofdcircuit gevestigd. Naast deze winkels liggen er momenteel twee supermarkten buiten het hoofdcircuit van het centrum (AH en Hoogvliet). Het retailaanbod in het hoofdcircuit bestaat naast winkels voornamelijk uit horeca. Het dienstenaanbod is in 's-Gravenzande-Centrum duidelijk meer in de randgebieden gevestigd. Het leegstaande dan wel nog in te vullen oppervlak is bijna uitsluitend in het hoofdcircuit te vinden.

### Beoordeling hoofdcircuit

Er is een simpel 'rondje' ontstaan van Marktplein, Graaf Willem II-straat en Langestraat. In dit gebied is een sterke combinatie van horeca en boodschappenwinkels te vinden. De horeca concentreert zich aan het recent mooi heringerichte Marktplein. Tussen het Marktplein en het Graaf Florisplein ('entree') zijn passende diensten als kapper, reisbureau en kledingreparatie gevestigd. De Graaf Willem II-straat en de Langestraat zijn de straten met winkels als belangrijkste functie. Toch zijn er duidelijke verschillen tussen de straten, zowel in aanbod als in verschijningsvorm.



**Aanbod:** Het meest duidelijke verschil is de ongelijke verdeling van dagelijks aanbod, en dan met name de supermarkten. Waar het centrum als geheel sterker is geworden, heeft de Langestraat zelf ingeleverd aan dagelijkse trekkracht (vertrek Lidl). Door de functie-menging in de Langestraat is momenteel het publieksfront bovendien onderbroken (o.a. avondhoreca, kerk, oude raadhuis). Er is hier nu een weinig samenhangend aanbodprofiel, wel zijn veel ondernemers in de Langestraat er al sinds jaar en dag (lokaal bekend). De Graaf Willem II-straat is een monofunctionele winkelstraat, waardoor de functies grotendeels gelijktijdig open zijn. De Graaf Willem II-straat is nu interessanter als vestigingslocatie voor de meeste winkels dan de Langestraat (A-locatie).



Weinig samenhang tussen functies Langestraat

**Verschijningsvorm:** In de Langestraat hebben veel panden voor de huidige invulling andere functies (waaronder wonen) gehad. Kwaliteit in de vorm van historisch vastgoed is versnipperd. De uitstraling van de panden is weinig samenhangend. De straat is breed en heeft een bomerrij aan beide kanten van de weg. Ter hoogte van de Markt en verder noordelijk is de historische kwaliteit nadrukkelijker aanwezig. Vanuit de hele straat is het karakteristieke torentje van de Dorpskerk te zien. De Langestraat is een belangrijke bron van ruimtelijke kwaliteit in het centrum, maar komt niet helemaal tot zijn recht. De Graaf Willem II-straat is een relatief smalle straat, met aan beide kanten een doorlopend publieksfront. Het is onderdeel van een planmatig project, met een uniforme uitstraling, ontwikkeld als functionele winkelstraat ('koopgoot'). De straat is ingericht als voetgangersgebied.



Graaf Willem II-straat smallere winkelstraat

### **Buiten het hoofdcircuit**

Gebieden met publieksfuncties buiten het hoofdcircuit zijn deels functionele gebieden met weinig verblijfskwaliteit (o.a. Zandveeltplein) en deels vroegere woongebieden (o.a. Van de Kasteelstraat, Gravenstraat, Sand-Ambachtsstraat).

## **3.3 Bezoekgemak**

De lokale boodschappen- en doelgerichte aankoopfunctie vragen om bezoekgemak. De bereikbaarheid moet geen reden zijn om niet te komen en bijvoorbeeld iets online te bestellen.

### **Doelgericht bezoek en modaliteiten**

De uitkomsten van het koopstromenonderzoek over het bezoekgedrag bevestigen dat



Graaf Florisplein toegang naar P-dek van het Hart



's-Gravenzande-Centrum vooral een functie heeft voor de snelle aankoop. Van de bezoekers die voor een dagelijkse aankoop komen, verblijft circa 95% korter dan een uur in het centrum\*. Van de bezoekers die voor een mode & luxe-aankoop komen is dat 81%. Vanwege de hoofdzakelijk lokale doelgroep is langzaam verkeer even belangrijk als autoverkeer. Circa de helft van de boodschappenbezoekers komt met de auto, circa 30% met de fiets en circa 20% lopend\*. De auto blijft een factor; de weekboodschappen passen niet allemaal in de fietstas.

### **Ontsluiting centrum**

Het centrum heeft een naar binnen gekeerde opzet en ligt niet direct aan de grote straten. Vanaf ontsluitingswegen als de N211 (Hoek van Holland), Zandeweltweg en Oudelandstraat komen autobezoekers bij het centrum op een structuur van smallere eenrichtingswegen. Het Graaf Florisplein is een uitzondering. Vanaf de Van Lennepstraat komen bezoekers direct op een parkeerplaats met voorzieningenplint, dicht bij het Marktpllein. In circa 500 meter loopt een bezoeker vanaf deze parkeerplaats het hele compacte 'rondje' en weer terug.

\* I&O en DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018, bewerking DTNP.

### **Spreiding parkeercapaciteit**

Bezoekers kunnen vanaf de oostzijde parkeren op het Graaf Florisplein of in de gebouwde parkeervoorziening boven Hart van 's-Gravenzande. Deze twee parkeergelegenheden hebben samen circa 490 parkeerplaatsen. Dat is veel in vergelijking met bijvoorbeeld de parkeergelegenheid aan de Sand-Ambachtstraat of Zandeweltplein (respectievelijk 211 en 77 plaatsen). Vanaf die parkeerplaatsen is de toegang tot het centrum ook veel minder aantrekkelijk (o.a. steegjes, achterkanten).

In de Langestraat staan de beschikbare parkeerplaatsen relatief vaak vol, onder andere bij het Marktpllein, waar soms fout wordt geparkeerd. Er zijn echter altijd genoeg alternatieven. Een capaciteitsprobleem is er niet in het centrum.



Verbindingen vanaf P Sand-Ambachtstraat

### **Fietsen en stallingen**

In de Graaf Willem II-straat en in de Langestraat (vanaf de Van de Kasteelstraat tot het Marktpllein) mag niet worden gefietst. Fietsers moeten met de fiets lopen of om het centrum heenfietsen. Verspreid zijn er fietsenstallingen recht voor de voorzieningen (o.a. Langestraat, Van de Kasteelstraat). Tussen Marktpllein en Graaf Florisplein is er meer stallingscapaciteit.

### **Conclusie**

De oostkant van het centrum is het belangrijkste autobronpunt. De supermarkten zitten ook aan deze kant van het circuit. Het gevaar is dat de Langestraat door een deel van de bezoekers wordt overgeslagen. In de bereikbaarheid is een impuls wenselijk voor het parkeerbronpunt aan de Sand-Ambachtstraat en voor de fietsbereikbaarheid in de Langestraat.



Fietsen niet toegestaan in middendeel Langestraat





## 4 Programma



In dit hoofdstuk wordt onderzocht wat een haalbaar programma is in het toekomstige centrum. Hierbij wordt naar winkels, horeca, ambachten, diensten en woonprogramma gekeken. Hoe verhoudt de toekomstige behoefte aan publieksfuncties zich tot het beschikbare commerciële vastgoed in het hoofdcircuit? Er is immers nog circa 2.500 m<sup>2</sup> in te vullen.

## 4.1 Retailbehoefte centrum

De marktbehoefte aan retailaanbod kan in beeld worden gebracht door vraag en aanbod tegenover elkaar te zetten. Vooral voor de winkelsector zijn veel actuele gegevens beschikbaar, waardoor indicatieve uitspraken kunnen worden gedaan over de marktruimte in de toekomst (zie bijlage 1 en 2).

De huidige koopstromen naar het centrum zijn het uitgangspunt voor de toekomst. Een sterk groeiende oriëntatie op het centrum van buiten 's-Gravenszande ligt niet in de verwachting en is vanuit het beleid ongewenst (bovenlokale functie). De belangrijkste factoren die veranderen zijn het inwonertal, de oriëntatie op internet en de toekomstige kwalitatieve marktvraag (type aanbod).

### Dagelijks winkelaanbod

Huidige situatie: Het dagelijkse winkelaanbod in het centrum is circa 7.200 m<sup>2</sup> wvo groot\*. De markt voor dagelijkse winkels in het centrum is in balans (vraag en aanbod staan tot elkaar in verhouding). Bijna 85% van de bestedingen van bewoners in deze sector komt momenteel in het centrum terecht\*\*. Dat is relatief hoog. Binnen het dagelijkse aanbod is het supermarktaanbod met vier grote aanbieders ruim. De maat van Jumbo, Lidl en Hoogvliet is marktconform.

Toekomst: De prognoses voor groeiende bestedingen door de bevolkingsgroei en afnemende bestedingen door grotere afvloeiing naar internet houden elkaar in balans. Daarmee is er op termijn geen krimp- of groeiverwachting.

Verder kan 's-Gravenszande een groeiende concurrentie verwachten, door bijvoorbeeld de ontwikkeling van een grote supermarkt in Naaldwijk (Rentmeesterlocatie). Dat zou de bestaande koopstromen enigszins (voor 's-Gravenszande negatief) kunnen beïnvloeden. Het op de lange termijn behouden van de bestaande omvang aan dagelijks winkelaanbod is dan ook voldoende ambitie.

\* Locatus (2018), Verkooppuntenbestand 11-2018

\*\* I&O en DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018, bewerking DTNP.

De supermarktensector is een vechtmart. Mochten er ontwikkelingen zijn die resulteren in het wegvallen van een aanbieder in 's-Gravenszande dan heeft de aanwezigheid van grote supermarkten in het hoofdcircuit prioriteit (bijlage 5 en 6).

### Winkelaanbod mode & luxe

Huidige situatie: Het mode & luxe-aanbod in het centrum is nu circa 4.600 m<sup>2</sup> wvo groot. Circa eenderde van de fysieke winkelbestedingen van dorpsbewoners in deze branche komt momenteel in het centrum terecht. De overige bestedingen gaan voornamelijk naar de centra van Naaldwijk, Den Haag en Rotterdam (centra met een veel groter aanbod). De winkels in 's-Gravenszande-Centrum in deze sector functioneren daarmee redelijk (-4% t.o.v. landelijk gemiddelde).

Toekomst: Met de mate van bevolkingsgroei en de groeioprognose van online bestedingen loopt het functioneren van het huidige mode & luxe-aanbod steeds verder terug (bijlage 2). Op de lange termijn wordt minder aanbod mogelijk. Een aantrekkelijk centrumcircuit waar dagelijks veel passanten lopen is van groot belang om het aanbod in deze sector te kunnen behouden.

## **Overig niet-dagelijks winkelaanbod**

Huidige situatie: Het overige niet-dagelijkse aanbod in het centrum is nu circa 3.000 m<sup>2</sup> wvo groot. Dit aanbod bestaat uit veel verschillende subbranches, met elk maar een beperkte hoeveelheid winkels/winkelvloeroppervlak, waardoor een berekening weinig waarde heeft. De kwaliteiten van de één of twee lokale ondernemers zijn eerder bepalend.

### Toekomst:

Branches als speelgoed, sport, boeken, elektronica, etc. zijn steeds minder vanzelfsprekend in dit type centrum. Goed aansluiten op de dagelijkse passantenstroom in het centrum geeft ook voor de meer doelgericht bezochte functies de beste kansen voor de toekomst.

## **Horeca**

Huidige situatie: Gezien de bevolkingsgroei en de toenemende vraag naar horeca is de groei in horeca-aanbod in 's-Gravenzande tot nu toe beperkt. Er zijn slechts enkele nieuwe bedrijven, zoals bijvoorbeeld Het Galjoen.

Toekomst: Met name in de daghoreca is enige groei aan horeca-aanbod in het centrum realistisch. Het gaat dan met name om lunchroom-concepten. Een tweede ijszaak is echter niet

gelijk logisch. Er zijn al enkele horeca-ontwikkelingen voorzien/te verwachten:

- Er komt een nieuw restaurant en hotel in De Spaansche Vloot. Met de verbouwing wordt het restaurant vernieuwd maar wordt het vloeroppervlak vooral in zaalruimte flink kleiner (schatting -200 m<sup>2</sup> wvo).
- Er is ruimte voor horeca in het raadhuis (plan New Lake 19).
- Brownies & Downies vestigt zich in het centrum.

Bovenstaande betekent een toename van circa 200 m<sup>2</sup> wvo horeca in het centrum (schatting). Na deze ontwikkelingen is de nu beschikbare marktruimte grotendeels vergeven en heeft het centrum een stap gemaakt richting een horeca-aanbod dat aansluit bij de boodschappenfunctie en de rol als dé sociale ontmoetingsplek.

## **Commerciële dienstverlening**

In de commerciële dienstverlening hebben vooral de ambachten een positief perspectief. Deze diensten, zoals kappers, kledingreparatie, schoonheidssalons en zonnebanken, waar fysieke aanwezigheid noodzakelijk is, zijn kansrijk en groeien vaak mee met het inwonertal. In het centrum van 's-Gravenzande is het aanbod met o.a. acht kapsalons al best ruim. Met de verwachte bevolkingsgroei de komende

jaren (circa +1.000 inwoners) is een extra salon niet echt te verwachten.

Balie/kantoorfuncties zijn alleen bestendig als deze van een lokale partij zijn. Bij landelijke organisaties is niet te verwachten dat deze veel lokale vestigingen houden (recente sluiting Rabobank Zandeveeltplein). Er zit momenteel ook maar één baliefunctie in het hoofdcircuit (makelaar).

## **Conclusie Retailprogramma 2025:**

Er is enige groei te verwachten in de horeca. In de niet-dagelijkse winkelsector zal het op de langere termijn juist moeilijk worden het huidige aanbod vast te houden. Invulling van het gehele hoofdcircuit in 2025 door nieuwe vestigers is geen reëel scenario, gelet op de ontwikkelingen in de landelijke retailmarkt.



## 4.2 Potenties verplaatsing retail

Het gevuld krijgen van het hoofdcircuit kan ook deels worden gerealiseerd door reeds bestaand aanbod te concentreren. Hoe meer functies bij elkaar zijn gevestigd, hoe groter het totale voorzieningenniveau wordt door de grotere gezamenlijke aantrekkingskracht. Elke verplaatsing van een winkel of andere publieksfunctie naar het hoofdcircuit biedt het centrum een extra bezoekmotief. Om dit te faciliteren zijn in delen van het hoofdcircuit brede bestemmingen wenselijk (detailhandel, horeca, diensten, maatschappelijk, zorg, sport, recreatie), terwijl buiten het hoofdcircuit juist terughoudendheid is geboden. Verplaatsing is overigens niet zomaar gedaan. Het vraagt om acties vanuit eigenaren, ondernemers en gemeente.

### Verplaatsing binnen centrum

Het commerciële vastgoed in het hoofdcircuit is ruim 13.000 m<sup>2</sup> vwo groot (zie grafiek p. 15). Buiten het hoofdcircuit zijn er in het centrum vooral winkels en diensten te vinden. De uitdaging is een deel van dit aanbod te verleiden naar het hoofdcircuit te verplaatsen.

Winkels: Buiten het hoofdcircuit is er in het centrum circa 5.900 m<sup>2</sup> vwo winkelaanbod. De supermarkten maken daar een flink deel van uit,

verplaatsing van deze winkels is niet reëel. Deze functioneren op zichzelf en zijn niet in te passen in de huidige structuur. Meer kansen zijn er voor de bijna 2.700 m<sup>2</sup> vwo aan niet-dagelijkse winkelbranches. Een deel van die branches is momenteel helemaal niet in het hoofdcircuit aanwezig en zou daar meer perspectief hebben en een goede toevoeging zijn.

Diensten: Er is nu circa 700 m<sup>2</sup> vwo aan ambachten, zoals salons, buiten het hoofdcircuit gelegen. Daarnaast zijn er nog functies zoals drukwerk, een fotograaf en stoffeerderij buiten het hoofdcircuit.



Ligging publieksgerichte functies buiten hoofdcircuit

## Verplaatsing? Ik zit in eigen vastgoed

Een grote belemmering voor verplaatsing is dat functies in eigen vastgoed zitten (beperkte kosten) en ondernemers er soms zelfs boven wonen. Het 'plan' van winkeliers in eigen vastgoed is meestal dat het vastgoed nadat de winkelier met pensioen gaat, wordt verhuurd en zo (extra) pensioengeld oplevert. Die toekomstige verhuur is echter verre van zeker geworden, laat staan voor de gedroomde huurprijzen. Het resultaat is soms dat winkeliers tot hun zeventigste in de winkel staan of in een zwakke positie verkeren als ze moeten onderhandelen over huurprijzen of verkoop.

Met de huidige druk op de woningmarkt is er wel een kans om financiële zekerheid te creëren met het eigen vastgoed door woontransformatie. De onderneming kan dan eventueel als huurder in het hoofdcircuit verder tot de ondernemer wil/kan stoppen. De grotere omzet daar weegt (als het goed is) op tegen de huurkosten. Dit is een overweging waard, al is het niet voor iedereen de beste optie (bijvoorbeeld als er opvolging is of het vastgoed zich niet leent voor wonen).

## Verspreid aanbod

Er liggen circa 40 retailfuncties verspreid over 's-Gravensande buiten het centrumgebied. Het grootste deel daarvan is horeca, waaronder strandpaviljoens, pannenkoekenrestaurants en cafetaria's. Maar er zijn ook winkels, zoals de Welkoop, de bakker of het tuincentrum, en vrijetijdsfunctie, zoals Balorig en de sportschool op het industrieterrein. Een concentratie van retail zit bijvoorbeeld in een voorzieningenstrip aan de Koningin Julianaweg.

De verplaatsingsbereidheid van ondernemers buiten het circuit naar een plek erbinnen wordt onderzocht door de vastgoeddeskundige.

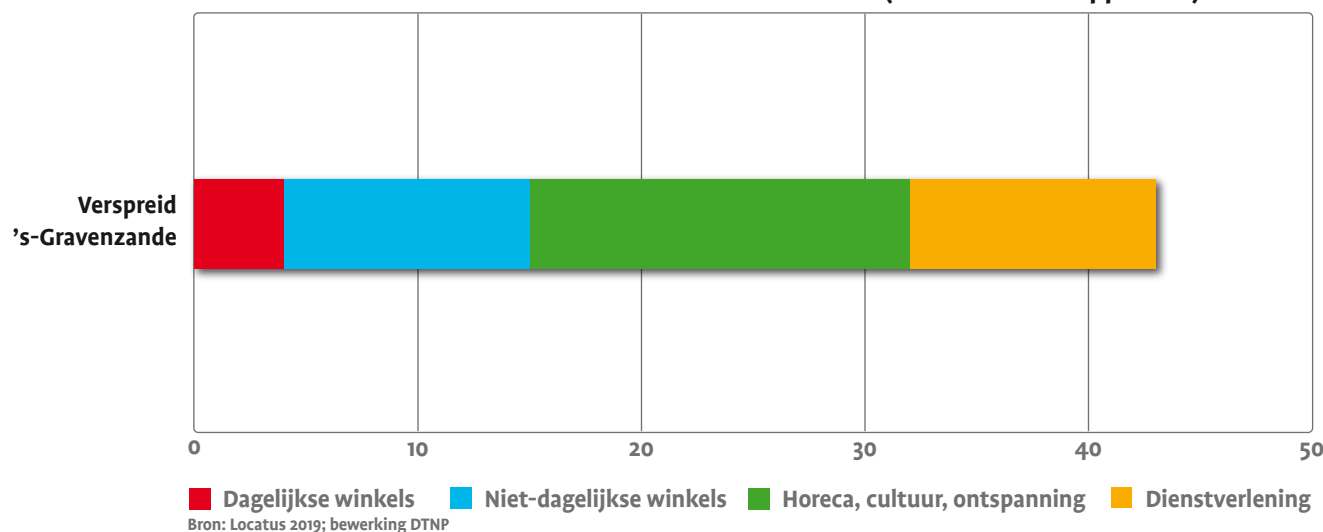
## 4.3 Niet-retailfuncties

Gezien de analyse in 4.1 en 4.2 is het lang niet zeker of het lukt om de commerciële ruimte in het hoofdcircuit met retail te vullen. Maar behalve aan retail kan er ook aan maatschappelijke functies, zoals gezondheid (zorg, sport, etc.) en educatie, gedacht worden bij invulling van het hoofdcircuit.

- Een relevant dorpscentrum van de toekomst is dé spil in het sociale leven: het dorpshart. Dat betekent levendigheid en inclusiviteit: ouderenzorg, evenementen, aankopen, werkplekken, tandartsbezoek, een glijbaan en een kopje koffie horen daar allemaal bij.

- Vestiging van maatschappelijke functies bij of met retailfuncties is een kans om de maatschappelijke relevantie te vergroten en voorzieningen financieel haalbaar te maken, door bijvoorbeeld gezamenlijke huisvesting (zichtbaarheid, delen faciliteiten en kosten). Voor de retail is de gezamenlijke aantrekkingskracht op publiek van toegevoegde waarde. Hoe meer inwoners in het centrum, hoe logischer het is daar de aankopen te doen.
- Het concentreren van functies maakt optimaal gebruik van de openbare ruimte. Denk aan investeringen in parkeren, verkeersontsluiting en bestrating die in het centrum op een hoog niveau moeten zijn. Hoe meer functies hier (op verschillende momenten) gebruik van maken hoe beter.

Publieksfuncties in 's-Gravensande buiten het centrum (in aantal verkooppunten)



### Voorbeelden niet-retailfuncties

**Bibliotheek:** De bibliotheek is een sterke aanvulling op de functiemix van een centrum en komt dan ook steeds vaker voor in gezamenlijke huisvesting met horeca en winkels. De bibliotheek is vaker op een centrale locatie in wijk of dorp te vinden en vervult daar een rol als huiskamer. Door gezamenlijke huisvesting worden bijvoorbeeld ruimere openingstijden mogelijk. Het plan voor verplaatsing van de bibliotheek en nevenfuncties van het



Zandeveldplein naar een plek met uitstraling en identiteit in het oude raadhuis, centraal bij het Marktplaatsplein past helemaal bij een toekomstbestendig centrum.

**Zorgfuncties:** Een gezondheidscentrum heeft de hele dag toeloop. Er zitten al meerdere praktijken in de schil rond het centrum. Hiervoor is op termijn zeker ook ruimte in het hoofdcircuit. Combinaties, zoals fysiotherapie met fitness of wellness zijn daarbij kansrijk. De apotheek op het Zandeveldplein past een op een in het centrumprofiel.

**Kinderopvang/speelgelegenheid:** Kinderopvang of kinderspeelparadijzen brengen levendigheid en ouders naar het centrum. Die kunnen elkaar treffen en een kopje koffie drinken of een snelle boodschap doen.



Referentie: functieverbreiding in dorpscentrum

## 4.4 Wonen

Wonen in centrumgebieden is populair onder bepaalde doelgroepen. Gezien de afnemende behoefte aan winkelvastgoed en de daarmee samenhangende afname in huurprijzen wordt transformatie naar woningen ook financieel interessant. Transformatie naar wonen zorgt landelijk ondertussen voor de grootste daling van het aantal leegstaande panden, meer dan invulling door horeca of andere publieke functies\*.

Zowel vanuit de jongere (double income no kids) als de oudere doelgroep (empty nesters) is er groeiende vraag naar woonruimte in centrumgebieden. Een toename van bewoners in het centrum betekent ook meer sociale controle, levendigheid en een groter lokaal draagvlak voor retailfuncties.

### Buiten het hoofdcircuit

Waar verplaatsing van functies naar het hoofdcircuit wordt gerealiseerd, komt vastgoed leeg te staan. Buiten het hoofdcircuit zijn de meeste panden geschikt (te maken) voor bewoning. Straten/straatdelen met veel vastgoed dat ooit een woonfunctie had of waar al veel wordt

\* Vastgoedmarkt (2019), Locatus: Winkelleegstand daalt (online)

gewoond zijn perspectiefrijk (o.a. Langestraat-noord en -zuid, Vaartplein, Gravenstraat, Sand-Ambachtstraat, Van de Kasteellestraat, etc.). In vergelijking met bijvoorbeeld de publieksstrip van het Graaf-Florispark is vastgoed in deze gebieden veel makkelijker te transformeren. Toch is ook herontwikkeling mogelijk, de woonontwikkeling op de voormalige Multimate-locatie is een goed voorbeeld.

## 4.5 Conclusie programma

Het gevuld krijgen van het compacte hoofdcircuit is een flinke maar realiseerbare uitdaging. Er is een aantrekkelijke functiemix te realiseren, die grotendeels op het eigen draagvlak van 's-Gravenzande kan bestaan. Hiermee ontstaat een compleet dorpscentrum, rekening houdend met de eigen functie en positie in het omliggende gebied. Een indicatie voor de wenselijke en haalbare programmatische opbouw van het hoofdcircuit in 2025 is:

- 9.500 m<sup>2</sup> wvo winkels;
- 2.000 m<sup>2</sup> wvo horeca;
- 600 m<sup>2</sup> wvo ambachten en diensten;
- 1.500 m<sup>2</sup> wvo maatschappelijke functies.





## 5 Visie en uitvoering



Dit hoofdstuk beschrijft de toekomstvisie op de ruimtelijke centrumstructuur en de maatregelen die nodig zijn om dit te realiseren. Het streven is een compact en vitaal centrum van 's-Gravenzande, dat in omvang en profiel past bij het lokale draagvlak ('Compleet Lokaal'). In 's-Gravenzande ligt er, door de veranderende winkelmarkt en de grote toevoeging van commercieel vastgoed, de opgave om de 'verdikking' van het centrum te begeleiden naar een wenselijk resultaat.

Aandachtspunten die uit voorgaande hoofdstukken naar voren komen zijn:

- Concentratie: verplaatsing van retailaanbod van buiten naar een plek binnen het hoofdcircuit;
- Balans tussen dagelijkse trekkracht oost- en westzijde van het centrum (positie Langestraat);
- Het centrum als dé vestigingslocatie voor alle typen publieksgerichte functies (ook meer doelgericht, ook niet-retail);
- Versterken van het dorpse karakter.

## 5.1 Gebiedsprofielen

In deze paragraaf wordt de toekomstige centrumstructuur beschreven: een samenhangend gebied waar elke inwoner graag en vaak komt. Deze structuur is opgebouwd uit deelgebieden, met hun complementaire functieprofielen.

### Het winkelgebied

Visie: De 'U' van Langestraat en Graaf Willem II-straat is na afronding van Fase 3 een compact (kort en overzichtelijk) circuit waar de nadruk op de winkelfunctie ligt. Elke bezoeker ziet een groot deel van het aanbod. Op die manier hebben winkels alle kansen de passant te verleiden. Naast de supermarkten in de Graaf Willem II-straat is er in de Langestraat ook een sterk aanbod aan boodschappenformules. In de Langestraat is de fiets welkom,



Graaf Willem II-straat voetgangersgebied

wat bijdraagt aan doelgericht bezoek en zorgt voor meer traffic door de Langestraat. Fietsbezoekers krijgen zo ook aan de zuidkant een aantrekkelijke entree. Meerdere winkels die eerder buiten het hoofdcircuit gevestigd waren, krijgen een plek in de groene, goed bereikbare Langestraat.

Aandachtspunten: Andere functies dan winkels zijn zeer welkom, zolang ze (ook) overdag open zijn. Een publieksfront zonder onderbrekingen is belangrijk om de bezoeker te prikkelen verder te lopen.



Fietsen versterkt de potenties van de Langestraat

## Verblijfsplein Marktpllein

Visie: Het Marktpllein is het aantrekkelijke verblijfsplein voor ontmoeten en genieten. In het seizoen komt de recreant hier ook niets te kort. Horeca-ontwikkelingen in het oude raadhuis en de nieuwe Spaanse Vloot maken het plein verder af. Gelegenheden die nu buiten het hoofdcircuit gevestigd zijn, komen het horecaprofiel versterken.

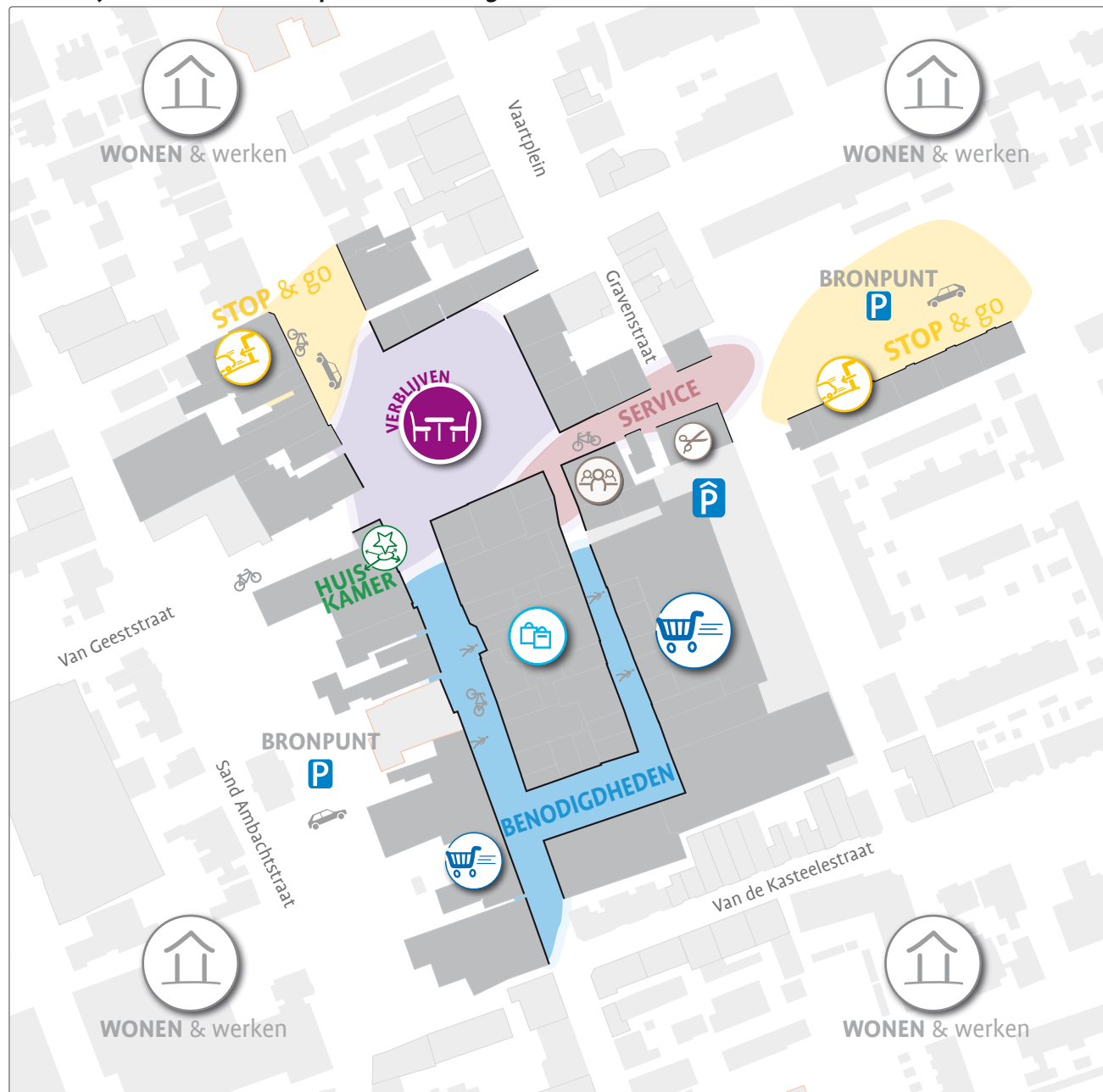
## Stop & go noordwestzijde Marktpllein

Visie: Aan de noordwestzijde van het Marktpllein kan kort voor de deur worden geparkeerd. Functies die naast bereikbaarheid zichtbaarheid en uitstraling belangrijk vinden, zoals een fiet-senwinkel, woninginrichtingszaak, beautysalon, makelaar etc. zijn in dit stop & go-vestigingsmilieu kansrijk. Veel van de huidige winkelfuncties in dit gebied passen op hun beurt beter in het profiel van het winkelgebied.



Stop & Go-gebied aan Marktpllein

## Ruimtelijk-functionele visie op het toekomstige centrum van 's-Gravenzande

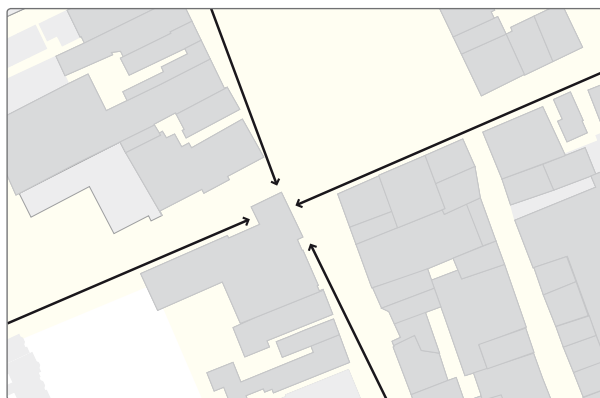




## Huiskamer van 's-Gravenzande

Visie: Op de plek van het oude raadhuis vindt functieverbreiding in het hoofdcircuit plaats. De herontwikkeling van het raadhuis is een belangrijk puzzelstuk in het toekomstbestendige centrum. Hier ontstaat de 'huiskamer' van het dorp. Het raadhuis is van alle kanten een goed zichtbaar en herkenbaar element, dat de identiteit en historie van 's-Gravenzande uitstraalt. Hier ontstaat de functionele en ruimtelijke verbinding tussen Marktplein en Langestraat en tussen Van Geeststraat (Hoogvliet) en het hoofdcircuit.

Aandachtspunt: De horecagelegenheid in het raadhuis kan de levendigheid op het Marktplein en in de Langestraat versterken.



Raadhuis van alle kanten zichtbaar

## Service en stop & go Graaf Florisplein

Visie: De strip langs het Graaf Florisplein geeft ruimte aan de functionele, verkeersintensieve stop&go-functies, bijvoorbeeld bezorg/afhaal-horeca of fitness, zoals New York Pizza en Smart2Move, die hier reeds gevestigd zijn. Andere kansrijke functies zijn bijvoorbeeld een dierspecialzaak, elektronica-winkel en zorgfuncties, zoals fysiotherapie.

Visie: De brede fietsstraat naar het Marktplein is dé plek voor commerciële dienstverlening. Functies in het verlengde van de ambachten en diensten die er al zitten (podothérapie, kapper, reisbureau) zijn hier welkom.



Entreegebied met stop & go-milieu



Alle functies dicht bij elkaar in een prettig gebied



Dienstverlening in aanloop naar 'rondje'



Meer uitstraling aan Langestraat door nieuwe invulling

## 5.2 Uitvoering



Het ruimtelijke en programmatische maatregelenpakket dat nodig is voor de hiervoor beschreven visie wordt in deze paragraaf uiteengezet.

### Concentratie van publieksfuncties:

1. Vestigingsbeleid retail actualiseren
2. Transformatiecoach
3. Uitvoering project oude Raadhuis
4. Vastgoedbehoefte non-retailfuncties
5. Succesverhalen vertellen



### Bezoekgemak

6. Fiets in de Langestraat
7. Verkeersstructuur westelijke entree
8. Vindbaarheid parkeercapaciteit

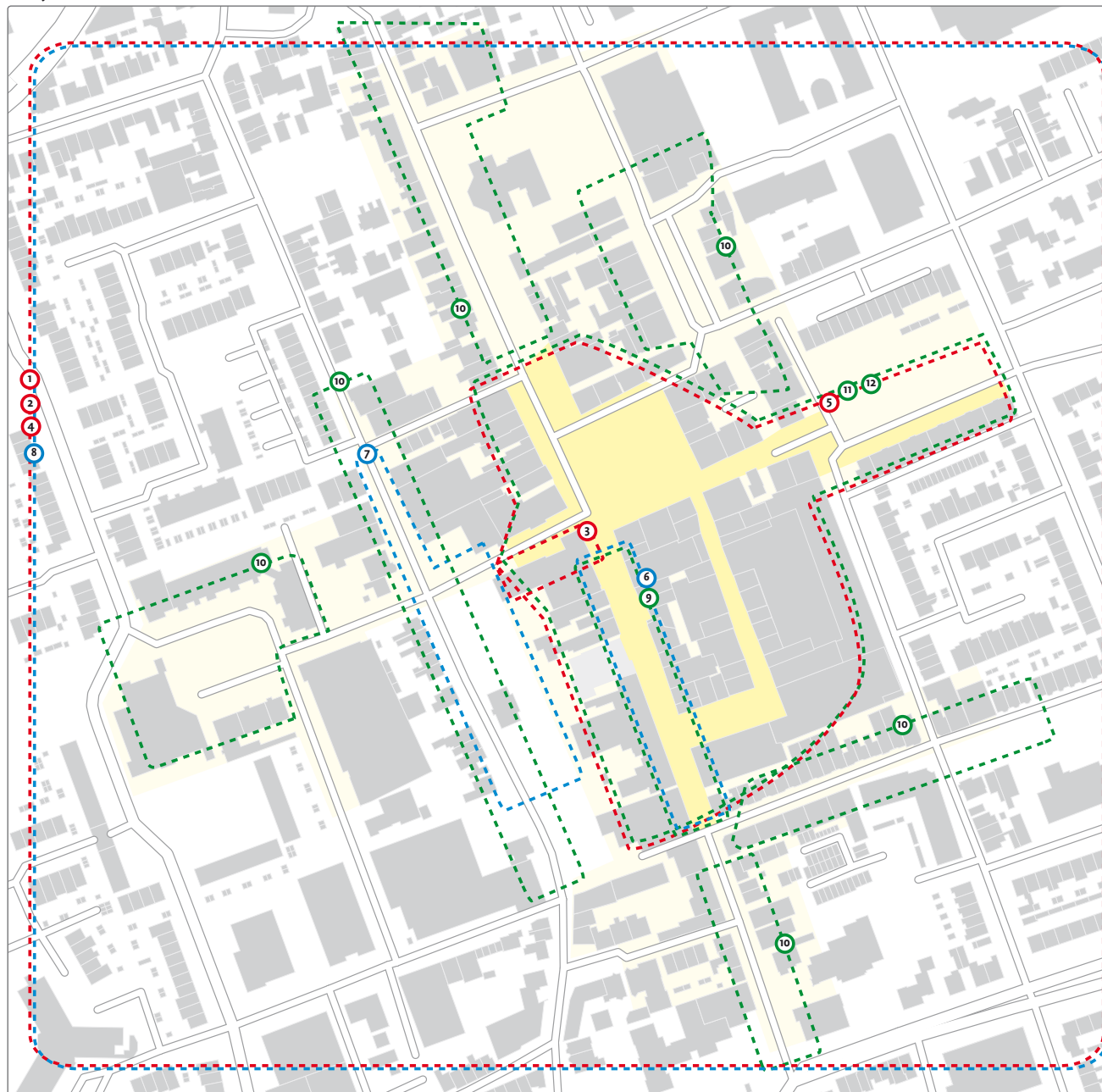


### Uitstraling:

9. Herbestrating Langestraat
10. Inrichting openbare ruimte buiten hoofdcircuit
11. Team Beeldkwaliteit
12. Groenelementen toevoegen



Projectenkaart visie 's-Gravenzande-Centrum





## Project 1

### Vestigingsbeleid retail actualiseren

Doel	Concentratie van retail in centrumgebieden. Zekerheid creëren voor marktpartijen.
Aanpak	Opstellen van vestigingsbeleid voor detailhandel en horeca in lijn met nieuwe juridische en provinciale kaders. Creëren van voorzienbaarheid voor het vervallen van bestemmingen. Vertalen van dit beleid in bestemmingsplannen.
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte)
Planning	2019 vestigingsbeleid 2020 bestemmingsplanprocedure



Huidig 'winkelgebied' bestemmingsplan

## Project 2

### Transformatiecoach

Doel	Verplaatsing van ondernemers naar het hoofdcircuit. Transformatie van commercieel vastgoed buiten het hoofdcircuit.
Aanpak	Aanstellen transformatiecoach om potentiële verplaatsers en eigenaren buiten het hoofdcircuit inzicht te bieden in de mogelijkheden. Desgewenst pilot-project verplaatsings- of transformatiefonds.
Trekker(s)	Gemeente, BIZ en MKB
Planning	2020-2023



Gesprek over mogelijkheden en belemmeringen

## Project 3

### Uitvoering project Oude Raadhuis

Doel	Centrum afmaken. Ontwikkeling leegstaand schakelpunt. Sociale relevantie centrum vergroten.
Aanpak	Ontwikkeling incl. bibliotheek financieel haalbaar maken. Bijvoorbeeld door gezamenlijke huisvesting met andere functies. Invulling ruimte aan Langestraat naast historische pand door bijvoorbeeld apotheek (project 4). Geen detailhandel op vrijkomende ruimte Zandeveldplein.
Trekker(s)	Gemeente, ontwikkelaar, BIZ, maatschappelijke functies
Planning	2020-2022



Plan Lake View 19 (hethelwestland.nl)

## Project 4

### Vastgoedbehoefte non-retailfuncties

Doel	Functieverbreding en bredere relevantie centrum realiseren.
Aanpak	Inventarisatie lange-termijn-vastgoedbehoeften non-retail-publieksfuncties (cultuur, zorg, sport, recreatie, etc.). Onderzoek naar potentiële vestigingslocaties binnen hoofdcircuit.
Trekker(s)	Gemeente en vastgoedeigenaren
Planning	2019-2020



Vastgoedbehoeften publieksfuncties onderzoeken

## Project 5

### Succesverhalen vertellen

Doel	Verplaatsing van ondernemers naar het hoofdcircuit.
Aanpak	Team samenstellen dat succesverhalen naar buiten brengt over het ondernemen in het hoofdcircuit van 's-Gravenzande.
Trekker(s)	BIZ
Planning	2019



Positieve ervaringen ondernemers hoofdcircuit

## Project 6

### Fietser in de Langestraat

Doel	Beter vestigingsklimaat voor doelgericht bezochte functies in hoofdcircuit (bezoekgemak). Fietsbezoeker vaker in de straat.
Aanpak	De vaste elementen (groen, fiets-nietjes, lantaarnpalen, etc.) en reclame-uitstallingen in de Langestraat worden opnieuw bekeken voor de situatie inclusief fietsers. Hiervoor wordt een sessie met de ondernemers en eigenaren in de Langestraat georganiseerd. Hier komt een afsprakenkader uit voort over: straatinrichting (project 9), terrassen, uitstallingen en bebording.
Trekker(s)	Gemeente, BIZ, ondernemers en eigenaren Langestraat
Planning	2019-2020





Afsprakenkader straatindeling incl. fiets



Twee fiets-assen door het centrum



'Even snel' fietsbezoek faciliteren in Langestraat

## Project 7

### Verkeersstructuur westelijke entree

Doel	Gebruik bronpunt Sand-Ambachtstraat stimuleren.
Aanpak	<p>Overzichtelijk en aantrekkelijk maken voor alle modaliteiten van (nu rommelig) westelijk entreegebied.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstoppe parkeerplaats achter oude gemeentekantoor zichtbaar maken vanaf aanrijroute.</li> <li>• Straatprofiel passend maken voor 30 km/u (geen asfalt)</li> <li>• Overzichtelijke voetgangersoversteek Geeststraat (connectie Hoogvliet - Centrum)</li> </ul>
Trekker(s)	Gemeente
Planning	2020-2022



Betere 'aankomst' bronpunt Sand-Ambachtstraat

## Project 8

### Vindbaarheid parkeercapaciteit

Doel	Het welkom van het centrum verbeteren door heldere sturing auto- en fietsbezoeker naar 'verstop' centrumgebied.
Aanpak	<p>Communicatie via bebording rond het centrum verbeteren. Gezien de naar binnen gekeerde structuur van het centrum, het ontbreken van van verre zichtbare elementen en de smalle eenrichtingswegen is vooral de autobezoeker compleet aangewezen op borden. De afstand tot de parkeerplaatsen op borden vermelden kan verhelderend zijn.</p>
Trekker(s)	Gemeente, BIZ
Planning	2020



Goede communicatie op kleinschalige wegstructuur

## Project 9

### Herbestrating Langestraat

Doel	Uitstraling gehele centrum op zelfde niveau brengen. Uitkomst project 6 realiseren.
Aanpak	Herbestraten Langestraat in samenhang met uitstraling Marktplein en Graaf Willem II Straat. Aandachtspunten zijn gladheid, groen en de balans fietser/voetganger.
Trekker(s)	Gemeente
Planning	2020-2021 zo mogelijk aantakken op rioleringswerkzaamheden (kostenbesparing)



Uitstraling hele centrum op zelfde niveau brengen



Zandeveldplein nu helemaal functioneel ingericht



Funciemix en straatprofiel kloppen niet

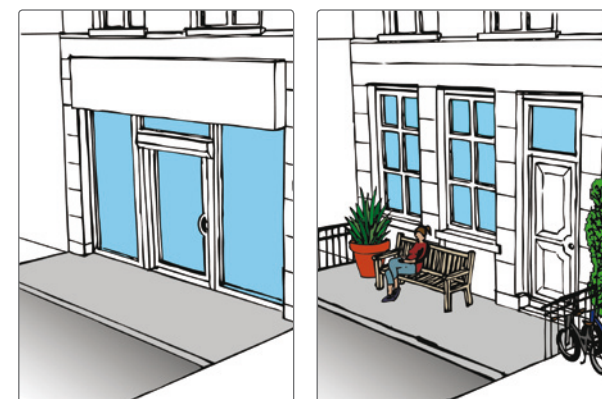


Wonen en publieksfuncties buiten hoofdcircuit

## Project 10

### Inrichting openbare ruimte buiten hoofdcircuit

Doel	Stimuleren woontransformatie. Heldere afbakening centrumgebied.
Aanpak	Veel van de straten buiten het hoofdcircuit zijn momenteel nog ingericht naar de randvoorwaarden van publieksfuncties. Gezien de wenselijke transformatie naar wonen wordt dit steeds minder passend. De huidige inrichting kan woontransformatie zelfs tegenhouden. Bij herinrichting is een profiel met minder stallingen en parkeerplaatsen en meer private en groenruimte wenselijk.
Trekker(s)	Gemeente
Planning	2020-2025



Van winkel naar woning vraagt aanpassingen



## Project 11

### Team Beeldkwaliteit

Doel	Aantrekkelijk ogend hoofdcircuit.
Aanpak	Samenstellen groep ondernemers en eigenaren. Opstellen richtlijnen beeldkwaliteit over uitstallingen en gevelbeeld. Gezamenlijk uitdragen en naleven van richtlijnen. Het team Beeldkwaliteit spreekt ondernemers en eigenaren die niet voldoen aan de richtlijn aan.
Trekker(s)	BIZ
Planning	2019



Stenige Graaf Willem II Straat



Groene uitstraling door hele hoofdcircuit.



Richtlijnen beeldkwaliteit hoofdcircuit



Vergroeningsprogramma binnenstad Arnhem

## Project 12

### Groenelementen

Doel	Meer groen in straatbeeld. Hittebestendig centrum.
Aanpak	Toevoegen van geveltuintjes, klimpalen met gevelgroen en plantenbakken. Vergroeningsprogramma waarbij kosten van aanschaf, onderhoud en verplaatsing (bijv. bij evenementen) door verschillende partijen worden gedragen.
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte), ondernemers, eigenaren, bewoners
Planning	2020-2022



Groen belangrijk voor uitstraling en hittebestrijding





's-Gravenzande  
STAD AAN ZEE



**TE HUUR**  
REACTIE 070 318 00 33  
www.reactie.nl  
LOCAL JOE  
065 30 33 495  
www.localjoe.nl  
01480 74 40 40



Bijlagen



## Bijlage 1 - Dagelijkse marktruimte 2025

In deze indicatieve marktruimteberekening voor de toekomst (2025) wordt de verhouding tussen vraag en aanbod inzichtelijk gemaakt. De variabelen aan de vraagzijde zijn de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners) en de omzet per hoofd. Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) en de benodigde omzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit) een rol. Marktruimteberekeningen zijn geen waarheidsvinding maar kunnen wel nuttig inzicht bieden bij het duiden van toekomstige kansen en bedreigingen.

### Omvang verzorgingsgebied

Voor de situatie in 2025 wordt uitgegaan van de gemeentelijke bevolkingsprognose:

- circa 22.650 inwoners in de woonplaats 's-Gravenzande.
- circa 88.150 inwoners in de overige gemeente Westland.

### Omzet per hoofd

In distributieve berekeningen als deze wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde omzet in de dagelijkse sector per hoofd van de bevolking per jaar (incl. bestedingen van bedrijven). De gemiddelde omzet per hoofd in de dagelijkse sector is € 2.525\* (excl. btw). Het inkomen per hoofd ligt iets boven het landelijk gemiddelde. Hiervoor wordt een correctie uitgevoerd met een elasticiteit van 0,4, zoals gangbaar voor de dagelijkse sector\*\*.

Door de ontwikkeling van internet als aankooplocatie landen er in 2025 naar verwachting minder bestedingen in fysieke dagelijkse winkels. Dit heeft een lagere omzet per hoofd als gevolg. Momenteel is het online aandeel in 's-Gravenzande erg beperkt met circa 0,5% (Randstad 3,1%). Voor 2025

\* Panteia/Detailhandel.info (2018), Omzetkengetallen 2017.

\*\* Retail Insiders, Memo december 2018.

wordt uitgegaan van een online marktaandeel van 7,5% in lijn met de Randstedelijke ontwikkeling. Dat resulteert in een omzet per hoofd per jaar van € 2.363 (excl. btw). Het mogelijke effect van het beschikbaar worden van nieuwe aanbieders zoals Picnic (al actief in Rotterdam en Den Haag) is daarmee ondervangen.

### Omvang winkelvloeroppervlak

Het huidige dagelijkse winkelaanbod is volgens cijfers van Locatus circa 7.170 m<sup>2</sup> wvo (inclusief Hoogvliet en Albert Heijn).\*\*\*

### Vloerproductiviteit

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in de dagelijkse sector € 7.634,- per jaar (excl. btw).\*\*\* De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is de resultante van vraag (omzet) en aanbod (m<sup>2</sup>). Omzetten staan landelijk gemiddeld onder druk. Het aanbod groeit (o.a. door de concurrentiestrijd onder supermarkten) sneller dan de vraag. Ook in 's-Gravenzande moet deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit daarom als ondergrens worden beschouwd voor goed functioneren.

### Binding en toevloeiing

Het aantal inwoners in het verzorgingsgebied en de omzet per hoofd geven de omvang van het omzetpotentieel. De mate waarin het omzetpotentieel terecht komt bij dagelijkse winkels in het centrum (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevloeiing) is uiteindelijk bepalend voor het functioneren. Het centrum bindt volgens het actuele

\*\*\* In de factsheet voor het centrum van het koopstromenonderzoek Randstad 2018 is o.a. de Hoogvliet supermarkt niet meegeteld bij het aanbod (door complexe gebiedsdefinities). De bestedingen in deze supermarkt zijn wel toegerekend aan het centrum. Zo ontstaat in deze factsheet een incorrect (erg positief) beeld van het functioneren van de winkels in de dagelijkse sector.

koopstromenonderzoek Randstad 2018 83% van de dagelijkse bestedingen uit de woonplaats 's-Gravanzande en nog 2% van de bestedingen uit de overige gemeente Westland. Van buiten de gemeente komt nog circa 10% van de omzet (o.a. Hoek van Holland)\*. Een binding van 83% van de bestedingen vanuit de eigen woonplaats is relatief hoog.

## Conclusie

In 2025 is de kwantitatieve marktbehoefte voor winkelaanbod in de dagelijkse sector circa 7.150 m<sup>2</sup> wvo. Dat is om en nabij gelijk aan het huidige aanbod.

\* I&O en DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018, bewerking DTNP.

## Indicatieve berekening van marktruimte voor winkelaanbod in de dagelijkse sector in het centrum van 's-Gravanzande

	<b>2025</b>
Dagelijkse omzet per hoofd 's-Gravanzande (excl. BTW en internet)	€ 2.363
Inwoners 's-Gravanzande	22.650
Koopkrachtbinding 's-Gravanzande aan het centrum	83%
Omzet uit 's-Gravanzande (excl. BTW en internet)	€ 44,4 mln.
Dagelijkse omzet per hoofd overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 2.405
Inwoners overige gemeente	88.150
Koopkrachtbinding overige gemeente aan het centrum	2%
Omzet uit overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 4,7 mln.
Toevloeiing van buiten gemeente Westland naar het centrum	10%
Omzet uit toevloeiing (excl. BTW en internet)	€ 5,5 mln.
Totale winkelomzet (excl. BTW en internet)	€ 54,5 mln.
Gemiddelde winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo in NL	€ 7.634
Potentieel winkelaanbod in m <sup>2</sup> wvo in 's-Gravanzande-Centrum	7.150 m <sup>2</sup>
Aanwezig winkelaanbod in m <sup>2</sup> wvo in 's-Gravanzande-Centrum	7.170 m <sup>2</sup>
Winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo in 's-Gravanzande-Centrum	€ 7.605



## Bijlage 2 - Marktruimte mode & luxe sector 2025

In deze indicatieve marktruimteberekening voor de toekomst (2025) wordt de verhouding tussen vraag en aanbod inzichtelijk gemaakt. De variabelen aan de vraagzijde zijn de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners) en de omzet per hoofd. Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) en de benodigde omzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit) een rol. Marktruimteberekeningen zijn geen waarheidsvinding maar kunnen wel nuttig inzicht bieden bij het duiden van toekomstige kansen en bedreigingen.

### Marktruimteberekeningen voor niet-dagelijkse winkels

Voor de niet-dagelijkse winkelsector zijn marktruimteberekeningen minder gangbaar dan voor de dagelijkse sector. De niet-dagelijkse sector is erg divers met grote verschillen in omvang, verdienmodel en type locaties. Voor een berekening is (zo mogelijk) een specificatie van het type aanbod wenselijk. In dit geval is een som voor de mode & luxe-sector van meeste waarde:

- Onder de subgroepen van de niet-dagelijkse sector is de mode & luxe-sector het grootst (m<sup>2</sup> wvo) in het centrum van 's-Gravenzande.
- Het mode & luxe-aanbod is voornamelijk in het hoofdcircuit van 's-Gravenzande-Centrum gevestigd. Inzicht in de te verwachten ontwikkelingen in het hoofdcircuit is van groot belang.

Vanuit de bronbestanden van het Koopstromenonderzoek Randstad 2018 en het Locatus verkooppuntenbestand van 27-11-2018 heeft DTNP specifiek voor deze subsector beschikking over actuele informatie.

### Omvang verzorgingsgebied

Voor de situatie in 2025 wordt uitgegaan van de gemeentelijke bevolkingsprognose:

- circa 22.650 inwoners in de woonplaats 's-Gravenzande.
- circa 88.150 inwoners in de overige gemeente Westland.

### Omzet per hoofd

In distributieve berekeningen als deze wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde omzet in de mode & luxe-sector per hoofd van de bevolking per jaar (incl. bestedingen van bedrijven). De gemiddelde omzet per hoofd in de mode & luxe-sector is € 861\* (excl. btw). Het inkomen per hoofd ligt iets boven het landelijk gemiddelde. Hiervoor wordt een correctie uitgevoerd met een elasticiteit van 0,7, zoals gangbaar voor de niet-dagelijkse sector\*\*.

Door de ontwikkeling van internet als aankooplocatie landen er in 2025 naar verwachting minder bestedingen in fysieke winkels. Dit heeft een lagere omzet per hoofd als gevolg. Momenteel is het online aandeel in de mode & luxe-sector in 's-Gravenzande circa 25% (Randstad circa 28%). Voor 2025 wordt uitgegaan van een online marktaandeel van 35% in lijn met de Randstedelijke ontwikkeling.

### Omvang winkelvloeroppervlak

Het winkelaanbod in de mode & luxe-sector is volgens cijfers van Locatus circa 4.600 m<sup>2</sup> wvo (17-11-2018).

### Vloerproductiviteit

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in de mode & luxe-sector € 2.662,- per jaar (excl.

\* Panteia/Detailhandel.info (2018), Omzetkengetallen 2017.

\*\* Retail Insiders, Memo december 2018.

btw).\*\*\* De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is de resultante van vraag (omzet) en aanbod (m<sup>2</sup>). Omzetten staan landelijk gemiddeld onder druk. Ook in 's-Gravenzande moet deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit daarom als ondergrens worden beschouwd voor goed functioneren.

### Binding en toevloeiing

Het aantal inwoners in het verzorgingsgebied en de omzet per hoofd geven de omvang van het omzetpotentieel. De mate waarin het omzetpotentieel terechtkomt bij dagelijkse winkels in het centrum (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevloeiing) is uiteindelijk bepalend voor het functioneren. Het centrum bindt volgens het actuele koopstromenonderzoek Randstad 2018 32% van de bestedingen in de mode & luxe-sector uit de woonplaats 's-Gravenzande en nog 2% van de

bestedingen uit de overige gemeente Westland. Van buiten de gemeente komt nog circa 39% van de mode & luxe-omzet\*.

### Conclusie

In 2025 is de indicatieve kwantitatieve marktbehoefte voor winkelaanbod in de mode & luxe-sector circa 4.000 m<sup>2</sup> vwo. Dat is minder dan er nu in totaal in het centrum aanwezig is en ongeveer evenveel als het mode & luxe-aanbod dat nu in het hoofdcircuit gevestigd is.

\* I&O en DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018, bewerking DTNP.

### Indicatieve berekening van marktruimte voor winkelaanbod in de mode & luxe-sector in het centrum van 's-Gravenzande

	2025
Mode & luxe-omzet per hoofd 's-Gravenzande (excl. BTW en internet)	€ 752
Inwoners 's-Gravenzande	22.650
Koopkrachtbinding 's-Gravenzande aan het centrum	32%
Omzet uit 's-Gravenzande (excl. BTW en internet)	€ 5,4 mln.
Mode & luxe-omzet per hoofd overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 763
Inwoners overige gemeente	88.150
Koopkrachtbinding overige gemeente aan het centrum	2%
Omzet uit overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 1,2
Toevloeiing van buiten gemeente Westland naar het centrum	39%
Omzet uit toevloeiing (excl. BTW en internet)	€ 4,1
Totale winkelomzet (excl. BTW en internet)	€ 10,7
Gemiddelde winkelomzet per m <sup>2</sup> vwo in NL	€ 2.662
Potentieel winkelaanbod in m <sup>2</sup> vwo in 's-Gravenzande-Centrum	4.000
Aanwezig winkelaanbod in m <sup>2</sup> vwo in 's-Gravenzande-Centrum	4.600
Winkelomzet per m <sup>2</sup> vwo in 's-Gravenzande-Centrum	€ 2.325



## Bijlage 3 - Leefstijlen

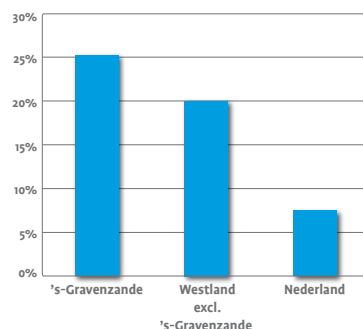
De leefstijlen die in 's-Gravenzande ver bovengemiddeld voorkomen zijn Kind en Carrière en Welverdiend Genieten.



### Kind en Carrière

De mensen van Kind en Carrière zijn getrouwd of wonen samen en hebben meerdere kinderen. De leeftijd van die kinderen verschilt sterk, sommigen hebben zelfs al een 20-plusser. De ouders zelf zijn meestal tussen de 30 en 60 jaar. Ze zijn hoog- tot universitair opgeleid en vervullen een leidinggevende functie in bijvoorbeeld de ICT of financiële dienstverlening. Ze hebben een koopwoning, meestal een rijtjeshuis dat na 1990 is gebouwd, en een of meer auto's voor de deur. Het inkomen is goed en van een kredietrisico is geen sprake.

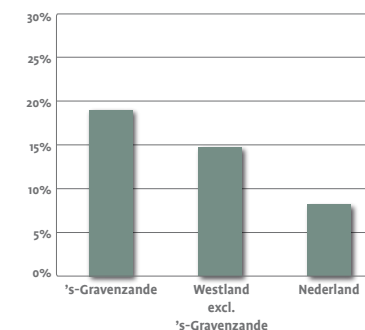
*“Het is altijd gezellig thuis, maar ik ben er zelf meestal niet voor zes uur.”*



### Welverdiend Genieten

De groep Welverdiend Genieten is 55 jaar of ouder en in de meeste gevallen gepensioneerd. Ze zijn getrouwd en hebben geen kinderen meer thuis, maar genieten wel volop van hun kleinkinderen. Ze hebben vaak een hoge opleiding genoten en waren werkzaam als manager of bijvoorbeeld ingenieur. Inmiddels krijgen ze een prima pensioen, er zit overwaarde op hun huis, een naoorlogse twee-onder-één-kapwoning of een appartement in een middelgrote gemeente, en ze hebben een of meer auto's en soms een caravan of camper voor de deur staan.

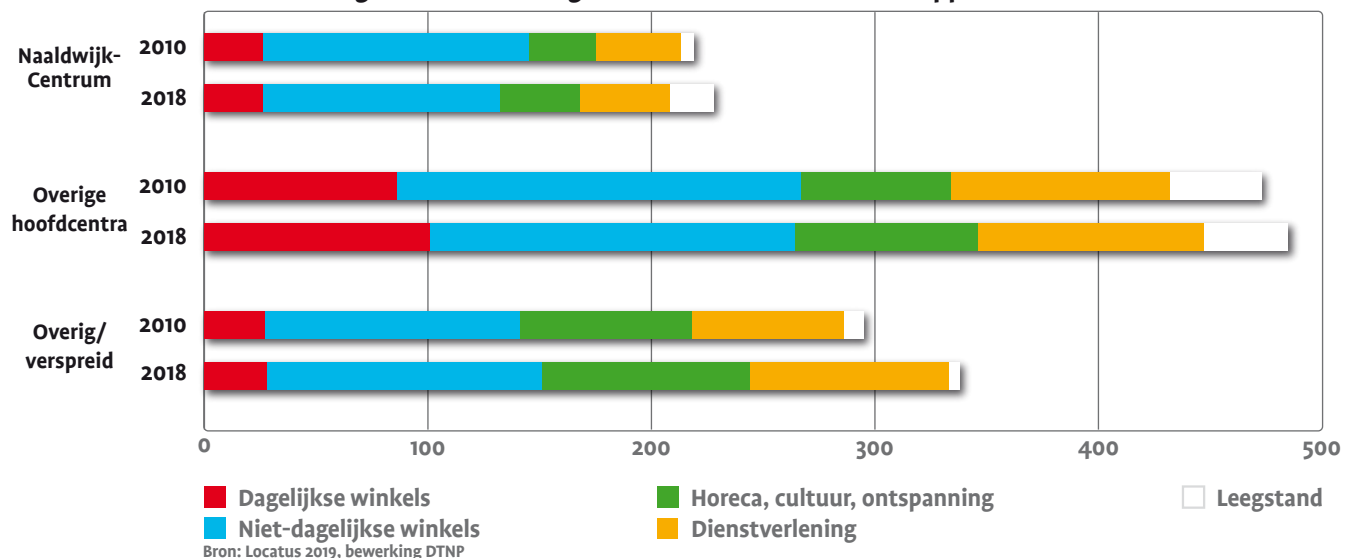
*“Ons hele leven hebben we hard gewerkt. Nu is het tijd om te genieten, dat beseffen we goed.”*



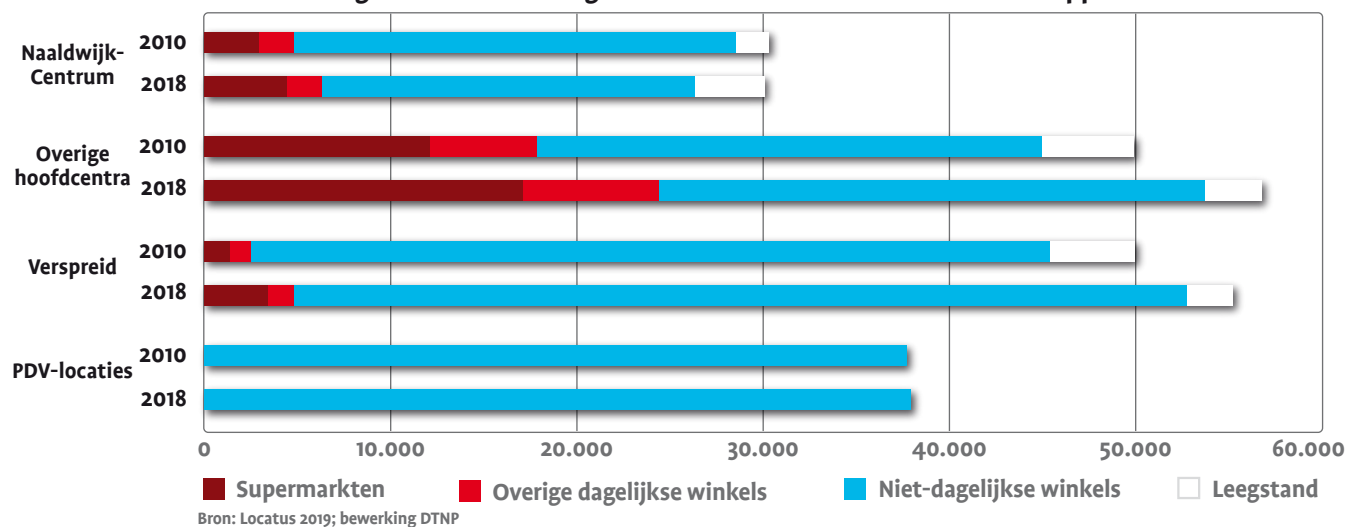
## Bijlage 4 - Aanbodontwikkeling Westland

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Westland en Provincie Zuid-Holland zet in op concentratie van winkelaanbod in de hoofdcentrumgebieden. Naaldwijk-Centrum heeft daarbij beleidsmatig de streekfunctie voor recreatief niet-dagelijks winkelaanbod. In de aanbodontwikkeling van 2010 naar (eind) 2018 is te zien dat het niet-dagelijkse winkelaanbod buiten de hoofdcentra (overig/verspreid) is toegenomen en in Naaldwijk-Centrum is afgenomen.

### Ontwikkeling retailaanbod in gemeente Westland in verkooppunten



### Ontwikkeling winkelaanbod in gemeente Westland in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak





## Bijlage 5 - Combinatiebezoek supermarkten

Overige winkels kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van supermarkten mits de supermarkt goed is gelegen. Onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren.

Uit recent door DTNP uitgevoerd onderzoek onder circa 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra blijkt dat circa 44% van de consumenten het supermarktbezoek combineert met één of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor servicesupermarkten als voor discounters.

Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen.

Wanneer de eerste (vijf) winkels niet binnen 80 meter van de supermarkt liggen neemt het aandeel combinatiebezoek al snel af. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen. De ligging van een supermarkt met de in-/uitgang in het hoofdcircuit is optimaal voor combinatiebezoek.

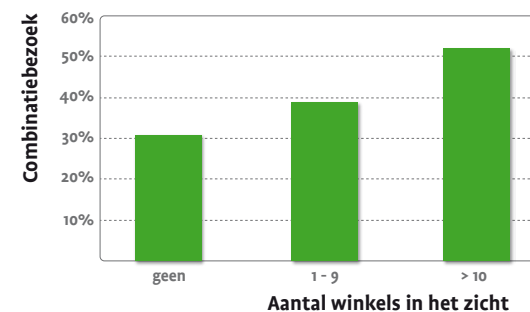
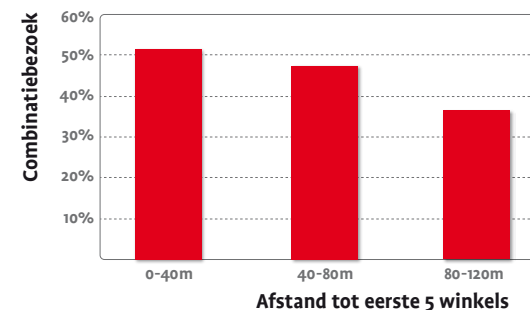
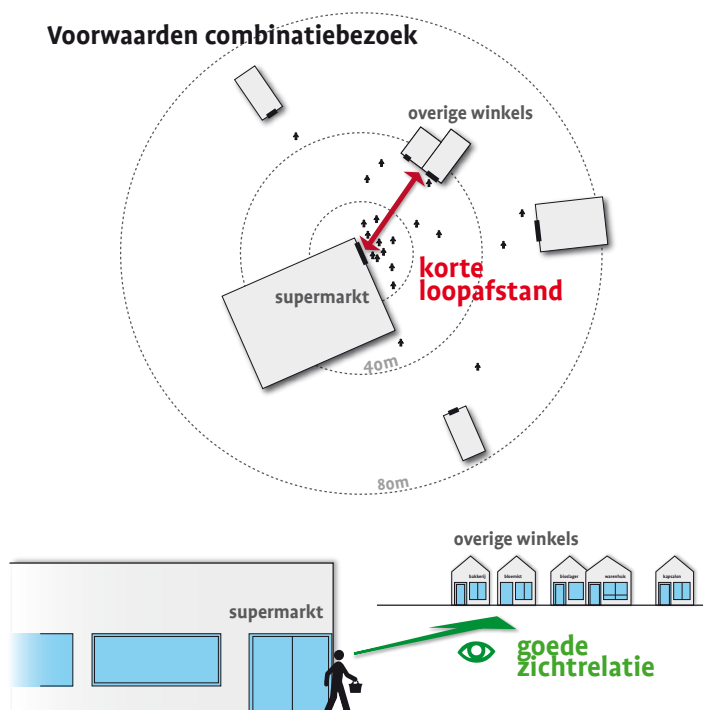
### Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland



- 3x per week
- € 22,- per bezoek
- 56% met de fiets of te voet
- 75% uit eigen dorp of wijk
- 44% bezoekt ook andere winkels in het centrum

Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

### Voorwaarden combinatiebezoek



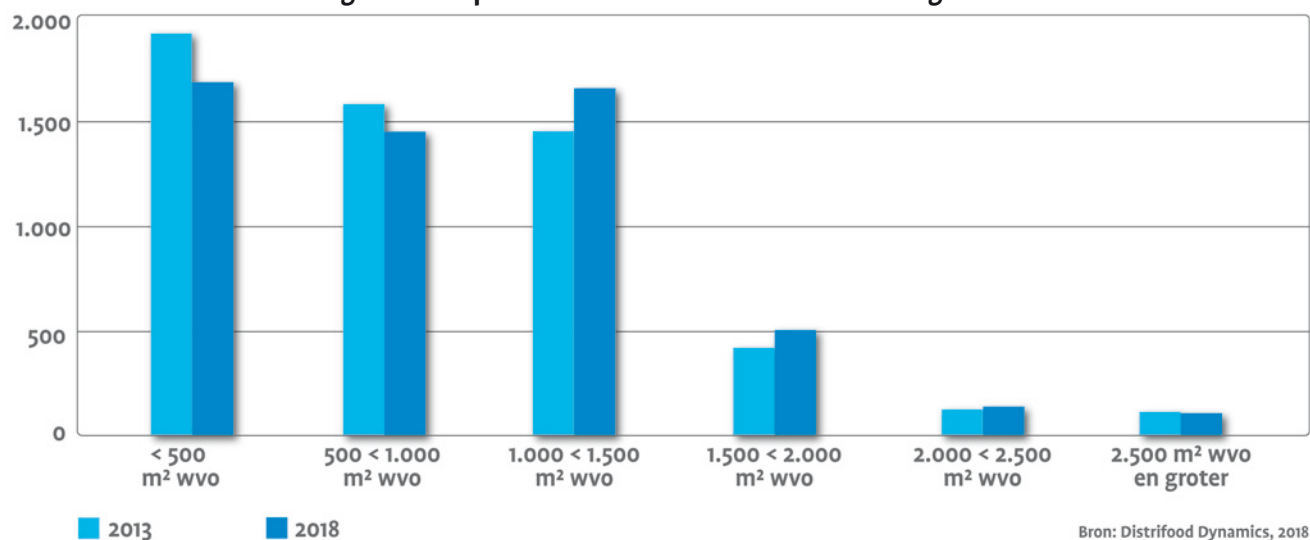
## Bijlage 6 - Ontwikkeling omvang supermarkten

Supermarkten zijn de belangrijkste publiekstrekkers voor kleine tot middelgrote centra en zijn bepalend voor consumenten in hun keuze voor een centrumgebied. Een eigentijdse supermarkt van 1.200 tot 1.500 m<sup>2</sup> wvo trekt minimaal 10.000 bezoekers per week.

- Vooral het aantal supermarkten van 1.200 tot 2.000 m<sup>2</sup> wvo groeit. Hierdoor wordt het benodigde verzorgingsgebied per supermarkt groter. De concurrentiestrijd onder supermarkten wordt onder andere door middel van deze schaalvergroting (verdrukking) uitgevochten.
- Kleinschalige supermarkten verdwijnen uit de boodschappenstructuur. Doelgroepconcepten zoals Ekoplaza, stations- en stadssupers daargelaten.

- Niet alleen andere supermarkten worden beconcurrerd. Al jaren neemt het aantal versspecialzaken (bakkers, slager, groente/fruit) af door het steeds groter wordende versaanbod van supermarkten.
- Het onderscheid tussen service- en discountformules bestaat nog steeds (hoog en laag marktsegment, veel en weinig keuze), maar wordt wel kleiner. Servicesupermarkten verkopen in toenemende mate discountproducten en ook de omvang en het assortiment van discountsupermarkten wordt groter (o.a. meer bake-off en vers).
- Consumenten hechten steeds meer waarde aan de herkomst van producten en of deze duurzaam tot stand zijn gekomen. Dit is onder meer terug te zien in ketens met specifieke doelgroepen (o.a. Marqt of Ekoplaza) en concepten met meer aandacht voor het productverhaal (o.a. Jumbo Foodmarkt). Dit zijn in feite supermarkten met een bijzonder assortiment, die een groot verzorgingsgebied nodig hebben.

Ontwikkeling aantal supermarkten van verschillende omvang



Bron: Distrifood Dynamics, 2018







Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie  
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl) | W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)