



Centrumvisie Naaldwijk

Waar het Westland samenkomt

•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

W www.dtnp.nl

Opdrachtgevers: BIZ Naaldwijk Winkelrijk

Contactpersoon: De heer R. Wiendels

**Projectteam DTNP: De heer T. Wissink
De heer R. Eijkelkamp
De heer F. Simons**

Projectnummer: 1955.0418

Datum: 27 mei 2019

**Centrumvisie Naaldwijk
Waar het Westland samenkomt**

.dtnp.

Inhoudsopgave

1	Inleiding en opgave	1	5	Visie en uitvoering	26
1.1	Inleiding	2	5.1	Ruimtelijke visie Naaldwijk-Centrum	27
1.2	Opgave Naaldwijk-Centrum	3	5.2	Uitvoering	30
2	Context	5	Bijlagen	38	
2.1	Verzorgingsgebied	6	Bijlage 1 - Bezoekgedrag middelgrote centra	39	
2.2	Koopgedrag consument	8	Bijlage 2 - Leefstijlen	41	
2.3	Vestigingsstrategie winkels	10	Bijlage 3 - Aanbodontwikkeling Westland	44	
2.4	Vigerend vestigingsbeleid	11	Bijlage 4 - Marktruimte dagelijks winkelaanbod 2025	45	
3	Analyse Naaldwijk-Centrum	12	Bijlage 5 - Marktruimte mode & luxe-sector 2025	47	
3.1	Het centrumcircuit	13	Bijlage 6 - Benchmark horeca-aanbod	49	
3.3	Bezoekgemak	17	Bijlage 7 - Combinatiebezoek trekkers	51	
3.4	Huurprijzen	18	Bijlage 8 - Ontwikkeling omvang supermarkten	52	
4	Programma	19	Bijlage 9 - Te optimaliseren centra	53	
4.1	Ambitie	20			
4.2	Winkelprogramma	20			
4.3	Horeca- en dienstenprogramma	22			
4.4	Maatschappelijke en vrijetijdsfuncties	23			
4.5	Woonprogramma	24			
4.6	Concentratie	25			



1 Inleiding en opgave

1.1 Inleiding

Ondernemers, eigenaren en overheid maken zich zorgen over de toename van het aantal leegstaande panden in Naaldwijk-Centrum.

Snelle ontwikkelingen in Naaldwijk

De ontwikkelingen in de winkelmarkt gaan erg snel. In Naaldwijk zijn de afgelopen jaren weliswaar grote units ingevuld (oude panden C&A en V&D), maar over het geheel genomen zijn er meer units leeg komen te staan. Ook de komende jaren staat nog veel te gebeuren. Zo wordt er uitgegaan van de komst van een grote supermarkt op de Rentmeesterlocatie.

Doel: compact en vitaal

Het streven is een compact en vitaal Naaldwijk-Centrum dat in omvang en profiel past bij de toekomstige behoefte van consument en ondernemer.

Proces

De Centrumvisie Naaldwijk is tot stand gekomen met input van een werkgroep met vertegenwoordiging van BIZ Naaldwijk Winkelrijk, MKB-Westland en gemeente Westland.



De Tuinen 2016



De Tuinen 2019



Molenstraat 2016



Molenstraat 2019



Rentmeesterlocatie 2016



Rentmeesterlocatie 2019

1.2 Opgave Naaldwijk-Centrum

De komende jaren is de opgave voor Naaldwijk-Centrum om compacter te worden en een meer gemengd functieprofiel te realiseren. Naaldwijk-Centrum is momenteel vooral een winkelgebied. Met het oog op het snel veranderende consumentengedrag is een transitie naar een meer multifunctioneel profiel gewenst: meer redenen om het centrum te bezoeken dan winkels.

Oorzaak en gevolg

Naaldwijk-Centrum heeft een functie die landelijk steeds meer onder druk staat: de 'recreatieve-winkelfunctie' voor de streek. In het koopgedrag van consumenten wordt dit type centrum steeds meer overgeslagen. Ook in Naaldwijk-Centrum is er sinds 2011 sprake van afnemende winkelbestedingen in de recreatieve winkelbranches*.

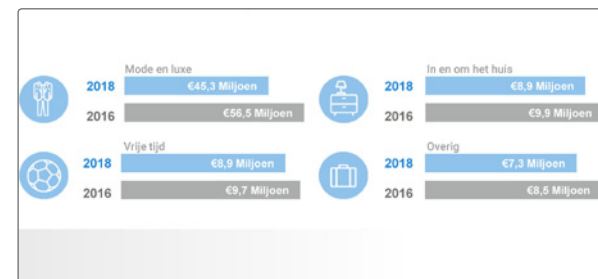
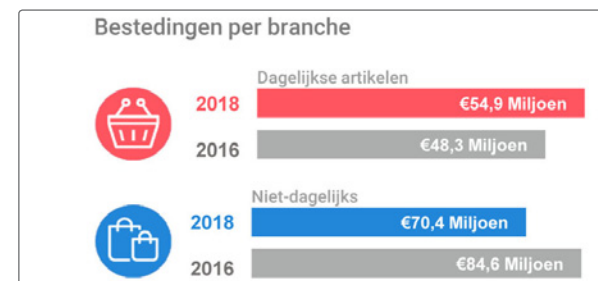
Andere centra van deze omvang en positie maken vergelijkbare ontwikkelingen door. Het gevolg is een afnemende winkelinvulling en toename van leegstand. De huurdaling van winkelvastgoed in deze categorie centra maakt

* I&O en DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018, bewerking DTNP. AD (2017), Uitgaven in Naaldwijk miljoenen gekeldderd [online]

transformatie naar andere functies dan winkels interessant. Naaldwijk-Centrum staat nog aan het begin van deze omslag.

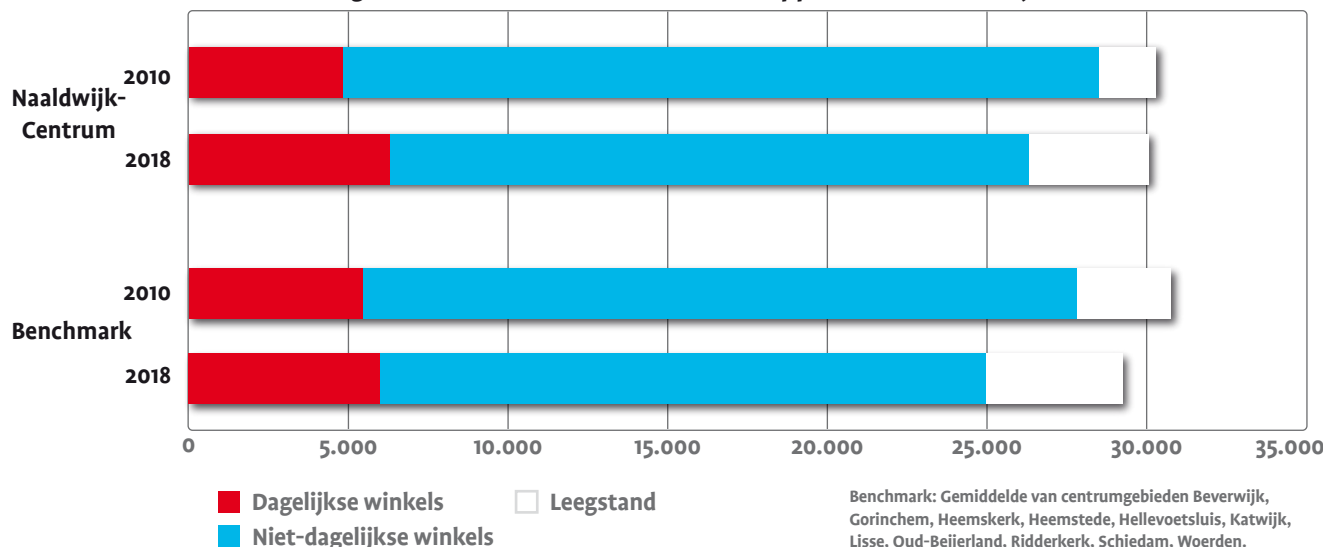
Tijd voor keuzes

Afname van behoefte aan winkelruimte vraagt om ruimtelijke keuzes over de omvang van het centrum, de rol van andere functies dan winkels en waar welke functies wenselijk zijn (figuur p.4). Het hoofdcircuit van Naaldwijk-Centrum bestaat nu voornamelijk uit winkels. Zonder sturing dreigt versnippering en verloedering (uitblijven van investeringen). In hoofdstuk 5 wordt een ruimtelijk-functionele toekomstvisie voor Naaldwijk-Centrum beschreven, waarin deze keuzes worden gemaakt.



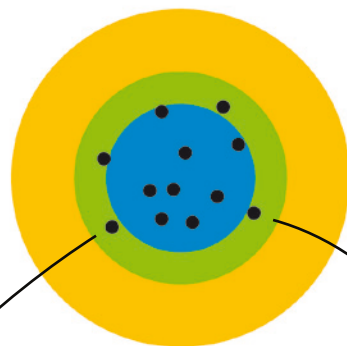
Ontwikkeling bestedingen in Naaldwijk-Centrum van 2016 naar 2018 naar branche en subbranche*

Ontwikkeling winkelaanbod in m² winkelvloeroppervlak in Naaldwijk en benchmarkcentra

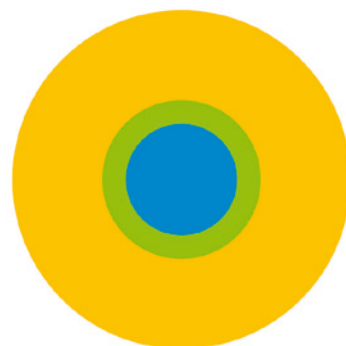




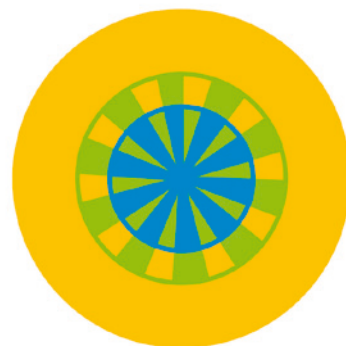
Oorspronkelijke zonerings



Huidige situatie: structurele leegstand



Concentratie: winkels clusteren in een kleiner gebied?



Functiemenging: meer alternatieve functies in het centrum?



Welke bezoekdoelen in de toekomst?



Welke straten zijn waarvoor geschikt?





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 bepalend zijn: de functioneel-ruimtelijke structuur van Naaldwijk-Centrum.

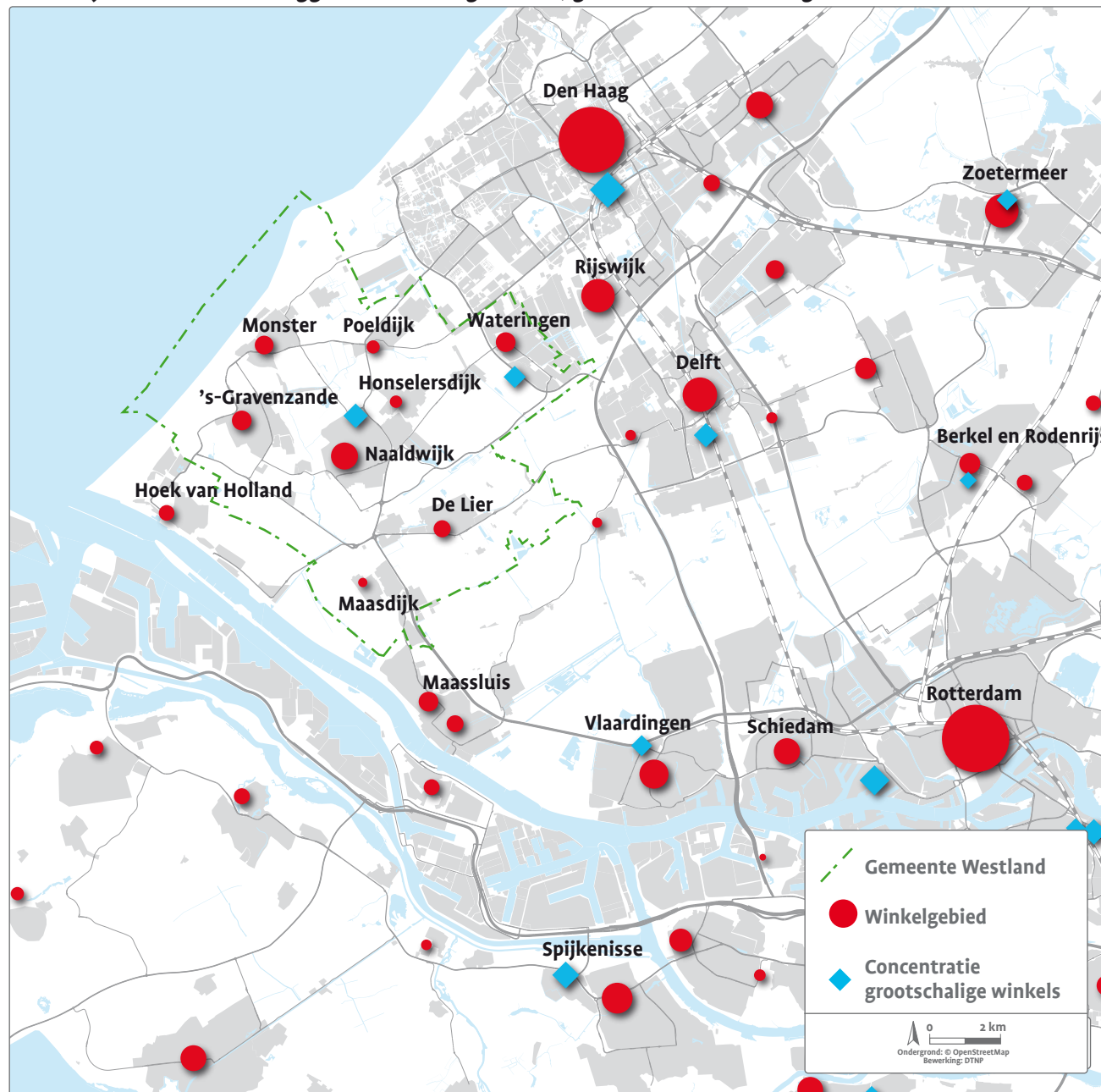
2.1 Verzorgingsgebied

De gemeente Westland en omgeving ligt enigszins op zichzelf tussen Europoort, Noordzee, Den Haag en de A4. Naaldwijk-Centrum ligt centraal in het Westland en heeft een streekfunctie voor recreatief winkelaanbod. 70% van de bestedingen in de niet-dagelijkse winkelsector in Naaldwijk-Centrum komt van buiten de eigen woonplaats*. Deze bestedingen komen grotendeels uit de andere kernen in het Westland en de dorpen en wijken daaromheen: Hoek van Holland, Maassluis, Maasland, Loosduinen en Wateringse Veld.

Naaldwijk-Centrum heeft van de centra in het Westland dan ook veruit het grootste niet-dagelijkse winkelaanbod. Naaldwijk heeft voor

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

Naaldwijk-Centrum en omliggende centrumgebieden, geschaald naar omvang



de recreatieve winkelfunctie wel concurrentie vanuit grotere centra zoals Den Haag (167.000 m² winkelvloeroppervlak) en Rijswijk In de Boogaard (41.000 m² winkelvloeroppervlak).

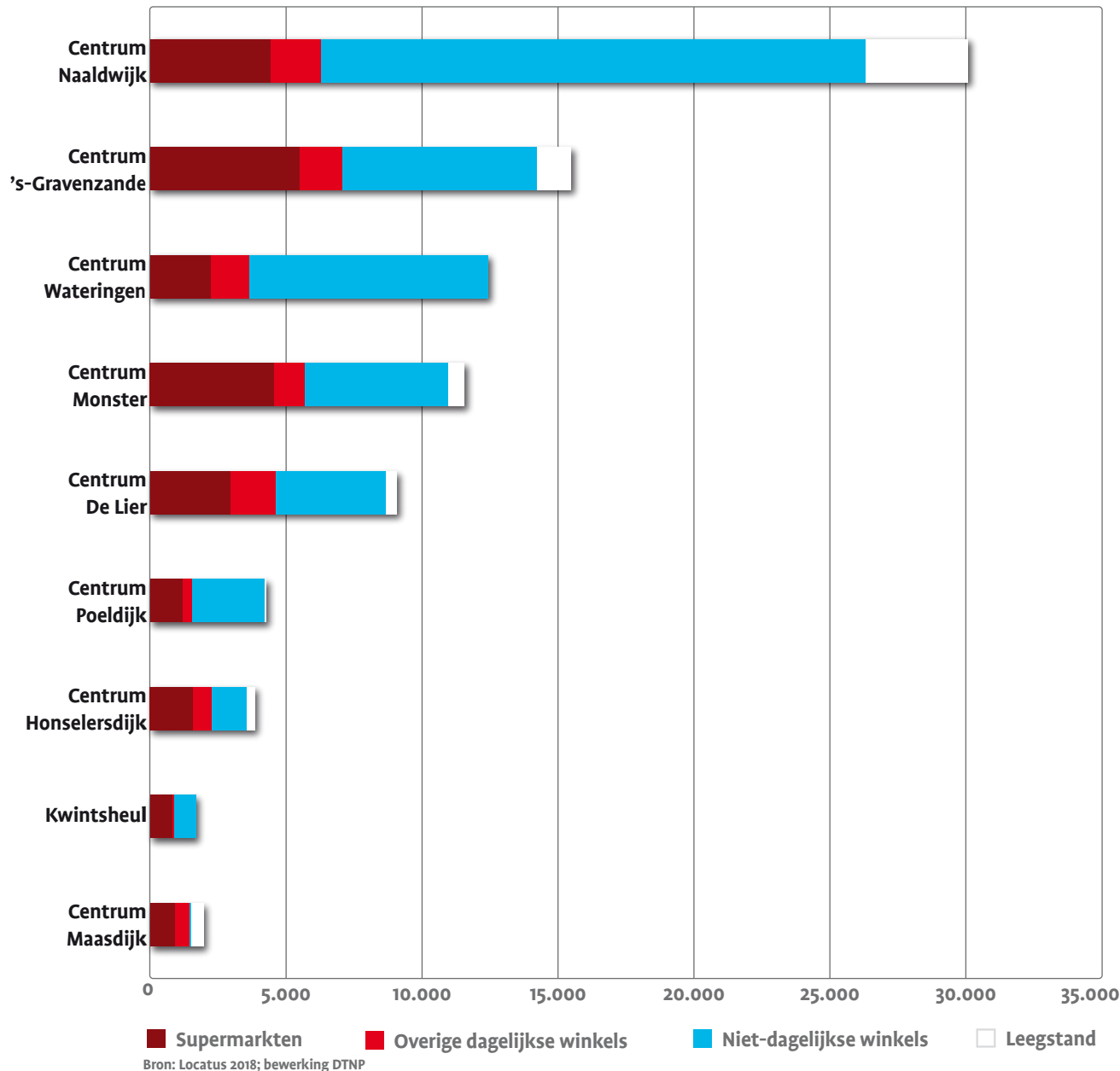
Aantal en type inwoners

In het Westland wonen circa 107.500 mensen. Het dorp Naaldwijk zelf is goed voor 20.800 van deze inwoners*. Het Westland groeit nog door naar circa 110.800 inwoners in 2025**. De verwachting is dat het inwonertal van Naaldwijk redelijk stabiel blijft.

In Naaldwijk is 21% van de inwoners ouder dan 65 jaar. In vergelijking met Nederland (19%) en de rest van het Westland (18%) betekent dat een relatief vergrijsde bevolking. Toch zijn er weinig eenpersoonshuishoudens*.

De huishoudentypen die het meest voorkomen in Naaldwijk en het Westland zijn 'Kind en Carrière' (relatief welvarende jonge families) en 'Wolverdiend Genieten' (relatief welvarende oudere stellen)***. Het inkomensniveau in Naaldwijk ligt iets boven het landelijk gemiddelde (circa 5% hoger)*.

Winkelaanbod in de centrumgebieden in de gemeente Westland in winkelvloeroppervlak



* CBS Statline (2019), Kerncijfers wijken en buurten 2018.

** Gemeente Westland (2019), Prognose (intern).

*** Distrifood Dynamics (2019), Whize huishoudenssegmentatie (bijlage 2).

2.2 Koopgedrag consument

Consumenten kiezen steeds vaker óf voor het meest nabije centrum (boodschappen) óf voor de grote centra (dagje uit) óf voor internet (doelgerichte aankoop). Voor de 'middelgrote centrumgebieden' wordt steeds minder vaak gekozen. Naaldwijk valt met circa 26.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) binnen die laatste categorie.

Koopgedrag Westland trendvolgend

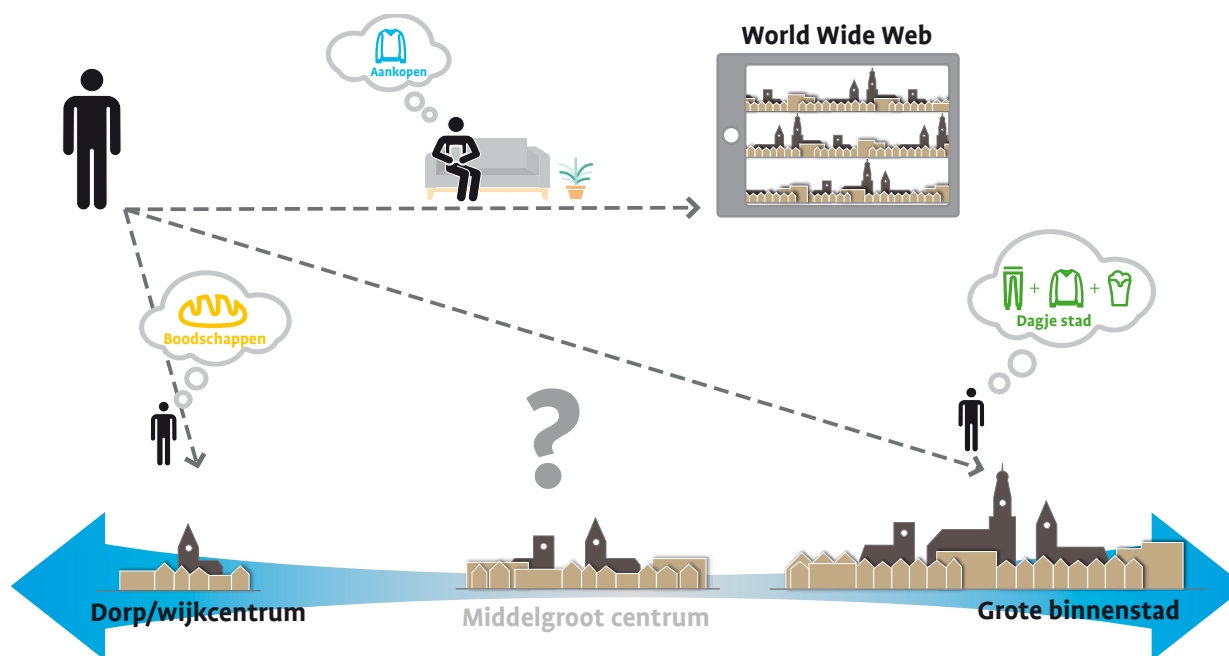
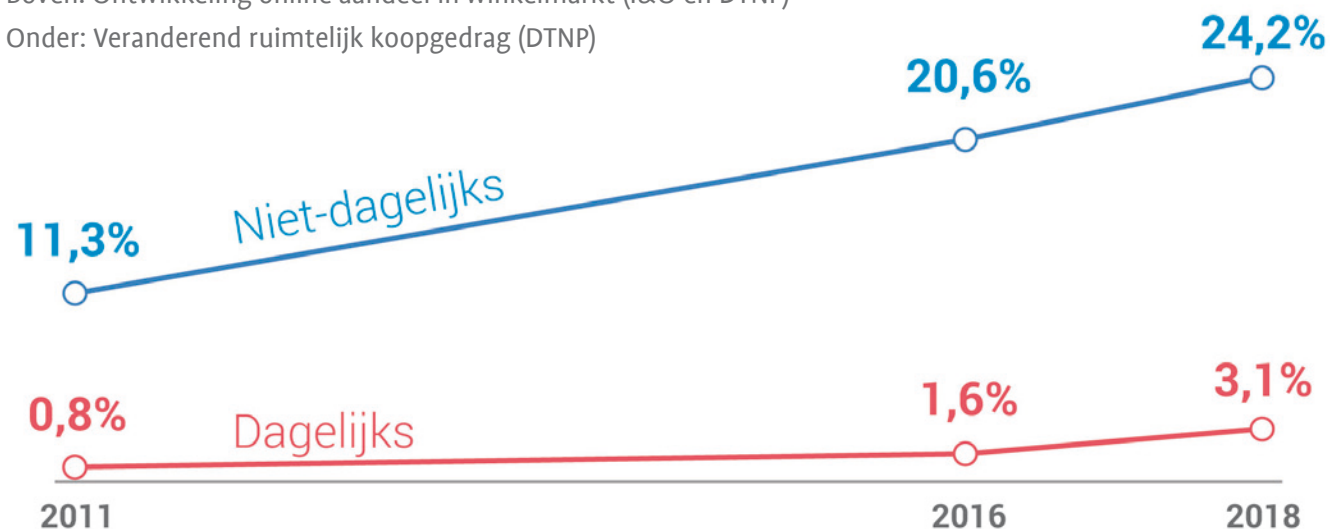
Het marktaandeel van internet is snel groeiende. Ook door inwoners van de gemeente Westland wordt al 22% van de niet-dagelijkse winkelbestedingen online gedaan*. In 2016 was dat nog 18%. Inwoners van de gemeente hebben ook de grote binnenstad van Den Haag op korte afstand (circa 25 minuten rijden). De afvloeiing van bestedingen in de niet-dagelijkse sector naar winkels buiten de gemeente blijft min of meer gelijk in verhouding tot 2016 (24%).

Met een groeiende afvloeiing naar internet en een gelijkblijvende afvloeiing naar winkels buiten de gemeente neemt de binding van bestedingen aan winkels binnen de gemeente

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

Boven: Ontwikkeling online aandeel in winkelmarkt (I&O en DTNP)

Onder: Veranderend ruimtelijk koopgedrag (DTNP)



af. De grotere dorpscentra als 's-Gravenzande en Wateringen hebben hun positie als 'het meest nabije complete centrum voor de boodschappen' behouden of zelfs versterkt. Het aandeel van de bestedingen dat naar Naaldwijk-Centrum gaat is sinds 2011 al dalende*. Tussen 2016 en 2018 heeft dit tot een omzetsdaling van 17% in de niet-dagelijkse sector geleid**.

Krimp bestedingen tijdens groei inwoners

Naaldwijk is tussen 2016 en 2018 met 2.400 inwoners gegroeid. Dat bestedingen afnemen in een periode met bevolkingsgroei en hoogconjunctuur is zorgelijk. Onder de middelgrote centra van de Randstad is dat echter geen uitzondering**. De afname in niet-dagelijkse bestedingen resulteert in minder winkelaanbod en het ontstaan van leegstand. Deze aanbodontwikkeling is vergelijkbaar met een benchmark van centra met vergelijkbare omvang (pagina 3).

Trend en verwachting Naaldwijk-Centrum

Momenteel kiezen veel consumenten in de omgeving nog steeds voor Naaldwijk als bestemming voor hun bestedingen. De

* AD (2017), Uitgaven in Naaldwijk miljoenen gekelderde [online].

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

onmiskenbare trend is dat dit de laatste jaren wel steeds minder het geval is. De verdere toename van het marktaandeel van internet geeft alleen al genoeg reden te verwachten dat deze trend door zal zetten.

Bezoekreden middelgroot centrum

Minder consumenten kiezen voor Naaldwijk-Centrum. Wat doen de consumenten die nog wel komen? DTNP en Radboud Universiteit deden hier onderzoek naar***. De uitkomsten zijn als volgt:

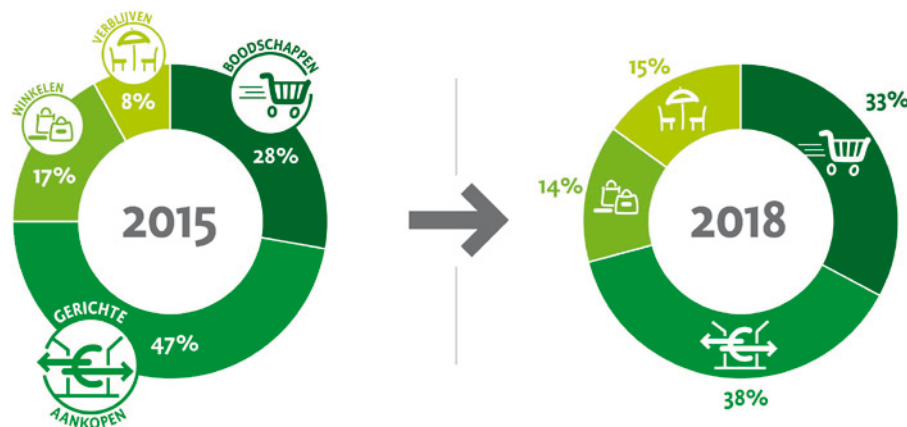
- In middelgrote centra, zoals het centrum van Naaldwijk, is het belangrijkste bezoeks-motief de doelgerichte aankoop.

- Het recreatief winkelen/'shoppen' is van beperkt belang en neemt in dit soort centra als bezoeksredenen verder in belang af.
- Boodschappen doen en het recreatief verblijven (bijvoorbeeld horecabezoek) worden steeds belangrijker bezoeks-motieven.

Bezoekers komen vaak doelgericht naar dit type centrum, voor een bezoek aan gemiddeld twee voorzieningen, en ze lopen meestal direct naar hun bestemming en nemen dezelfde weg weer terug (bijlage 1).

*** DTNP & Radboud universiteit (2018), Bezoekersonderzoek middelgrote centra.

Ontwikkeling bezoekredenen onder bezoekers van centrumgebieden van 20.000 tot 40.000 m² wvo



2.3 Vestigingsstrategie winkels

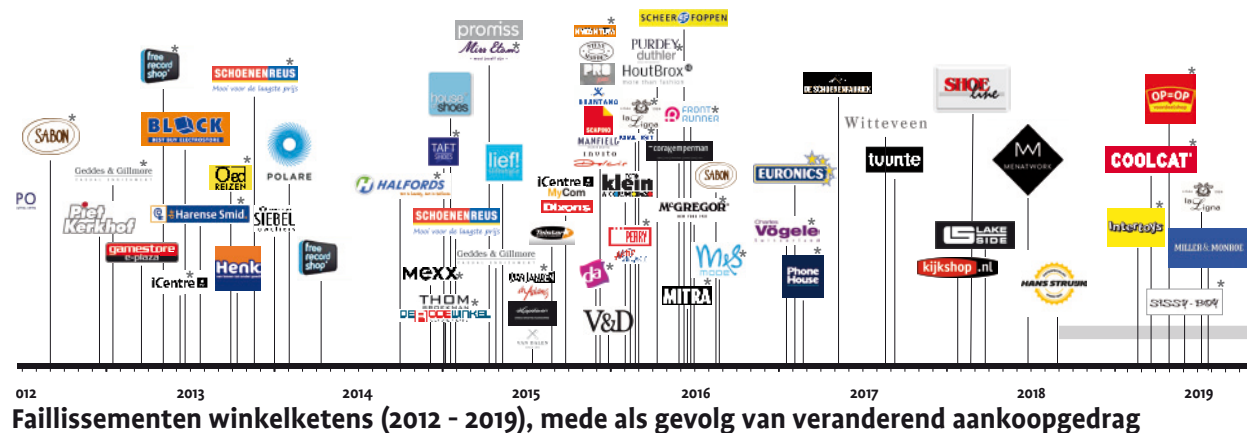
De snelheid van veranderingen in centrumgebieden (starters, stoppers en verplaatsingen) is groter dan ooit. Onder andere winkelketens worden steeds kritischer in hun locatiekeuze.

Eigen trekkracht

De eigen trekkracht van winkelformules is vaak niet meer voldoende. De 'buurman' (het centrum als geheel) doet er steeds meer toe. Om nog eigen 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.

Bepalende factoren locatiekeuze

Passantenaantallen en bezoekgemak zijn belangrijke randvoorwaarden in de keuze voor een centrum (straat). De pandkenmerken die er toe doen zijn de zichtbaarheid (o.a. frontbreedte), het vloeroppervlak en de huurprijs. De meer kritische locatiekeuze betekent dat de dalende passantenaantallen in straten resulteert in het vertrek van winkels nu alternatieve panden op betere locaties voor steeds lagere prijzen beschikbaar komen. Na elke huurtermijn wordt er een strategische keuze gemaakt: wel of niet blijven (in het pand, straat of zelfs centrum).



Voor sommige formules kan bezoekgemak prioriteit hebben. Locaties (net) buiten het centrumcircuit zijn vaak beter bereikbaar én goedkoper. Wanneer deze locaties voorhanden zijn, zullen formules niet snel investeren in een minder bereikbare locatie in het centrum.

Middensegment

Winkels in het middensegment hebben het op dit moment moeilijk. De winkelketens die failliet gaan, zitten vooral binnen dit segment. Wanneer deze ketens herorganiseren of doorstarten houden zij voornamelijk in de hoofdcentra van grote plaatsen locaties open. In Naaldwijk is veel winkelaanbod in het middensegment aanwezig.

Kansrijke concepten

Kansrijke concepten zijn in de huidige tijd vooral boodschappenwinkels en concepten die zich onderscheiden van internet:

- De combinatie van goedkoop en snelle doorloop. Verassingskoopjes (o.a. Action en Primark) tegenover het doelgerichte prijsvergelijken van internet.
- Focus op meer dan de aankoop: service, productbeleving en storytelling. Voedsel kan worden geproefd. Ambachtelijke producten hebben een verhaal.
- Het sociale aspect. De winkel als ontmoeting/ eventspace voor specifieke doelgroepen (o.a. 100% voetbal, Game Mania).
- De lokale ondernemer is uniek en persoonlijk met 100% focus op de lokale doelgroep. Unicitéit versus grote keuze.

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 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. Naaldwijk is in deze nota als te optimaliseren centrum aangewezen, waar wordt gestreefd naar kwalitatieve versterking, maar geen kwantitatieve uitbreiding (Bijlage 9).

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 streekfunctie voor Naaldwijk en de concentratie van winkels binnen de centrumgebieden.

- Streekfunctie Naaldwijk: Naaldwijk is dé vestigingslocatie voor voorzieningen met een bovenlokaal karakter, waaronder het recreatieve winkelaanbod. Toename van dit aanbod op andere locaties is onwenselijk.
- Overige dorpen maximaal lokale functie: In de overige plaatsen wil de gemeente Westland basisdetailhandel (dagelijks aanbod) behouden, met een omvang die past bij de omvang van de plaats.
- Concentratie binnen centra: De gemeente Westland vermoedde in 2008 de dreiging van overaanbod in de detailhandel in de gemeente en streeft sindsdien naar concentratie van het aanbod in de bestaande kernwinkelgebieden.

Beleidsdoelstelling niet gehaald

De beleidsdoelstelling om nieuw winkelaanbod alleen in de centra te laten vestigen, is niet

gehaald. Het winkelaanbod (en overig publieksaanbod) buiten de centrumgebieden is de afgelopen jaren behoorlijk toegenomen (bijlage 3). De centrumplannen, zoals opgenomen in de detailhandelsvisie, zijn uitgevoerd. Dit alles heeft onder andere in 's-Gravenzande geresulteerd in een toename van het recreatieve winkelaanbod.

Recente publicaties Westland

In 2016 heeft MKB-Westland de Visie Retailstructuur Westland opgesteld. Naaldwijk-Centrum is in deze structuurvisie dé locatie voor streekverzorgende retailfuncties. Doel is het voorzieningenniveau in Naaldwijk-Centrum zo uitgebreid en divers mogelijk te houden.

Begin 2019 is door de gemeente Westland het voorstel 'Leegstands aanpak winkelgebieden Westland' vastgesteld. Hiermee onderkent de gemeente het leegstandsprobleem in onder andere Naaldwijk. 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 Naaldwijk-Centrum.



3 Analyse Naaldwijk-Centrum

In dit hoofdstuk wordt beschreven in hoeverre de functioneel-ruimtelijke structuur van Naaldwijk-Centrum bepalend is voor waar winkels wel en niet aanwezig zijn. Er wordt gekeken naar de omvang, vorm en invulling van het centrumcircuit, het bezoekgemak van het centrum en de huurprijzen die lokaal voor winkelpanden worden gevraagd.

3.1 Het centrumcircuit

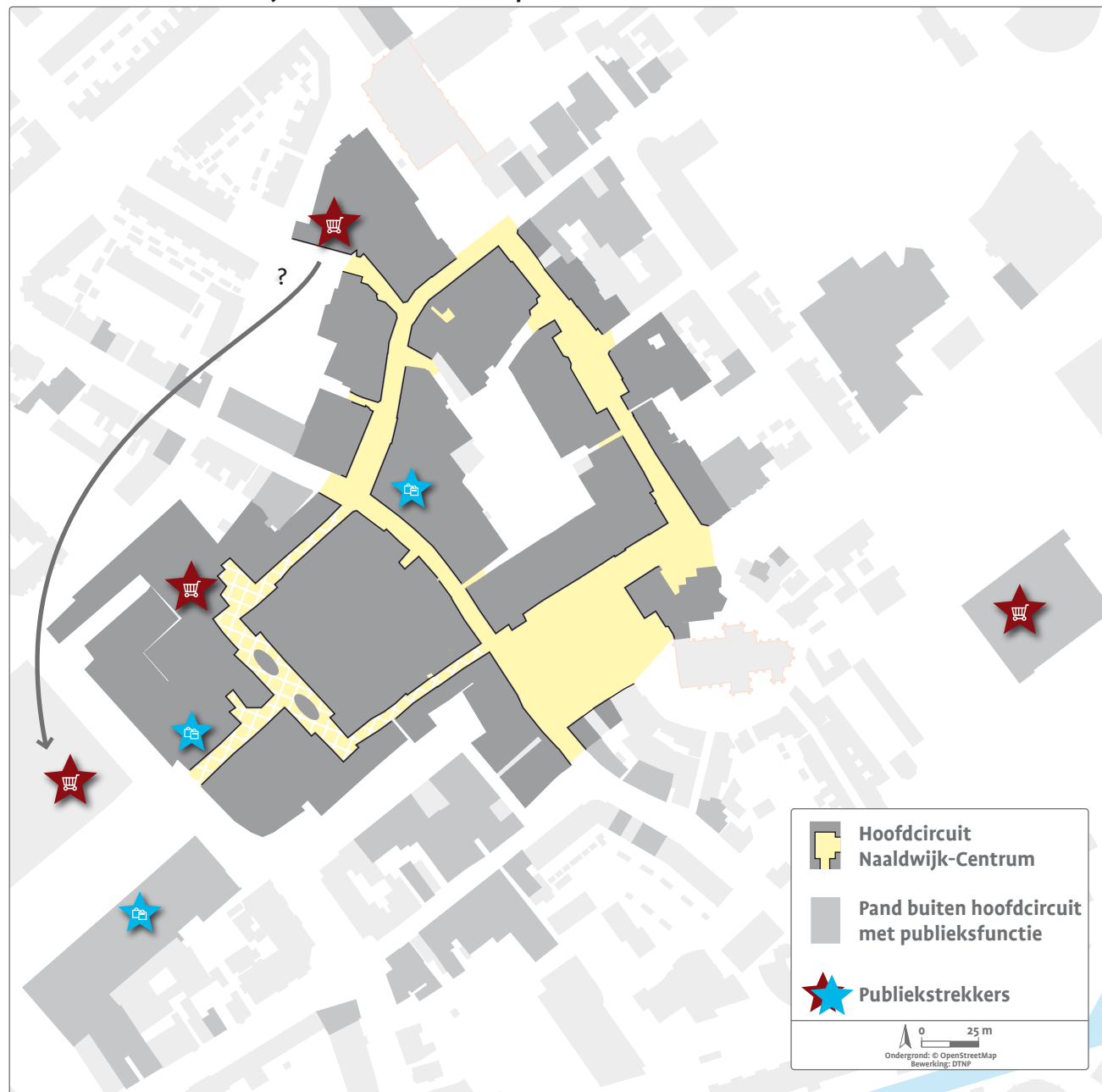
Het hoofdcircuit van Naaldwijk-Centrum heeft een relatief simpele centrumstructuur; een zogenoemd 'winkel-achtje'. Dit centrumcircuit komt grotendeels overeen met het voetgangersgebied.

Publiekstrekking Naaldwijk-Centrum

Momenteel liggen twee van de zes publiekstrekkingen buiten het hoofdcircuit van het centrum (AH en Action). Met de komst van de Rentmeester en het vertrek van de Jumbo wordt dat mogelijk drie van de zes.

De grote publiekstrekkingen in het centrum zijn supermarkten, hoogfrequent bezochte winkels als Action en HEMA en winkels die doelgericht vanuit een groot verzorgingsgebied worden bezocht, zoals H&M. Deze grote winkels trekken duizenden bezoekers per week en

Hoofdcircuit van Naaldwijk-Centrum en locaties publiekstrekkingen



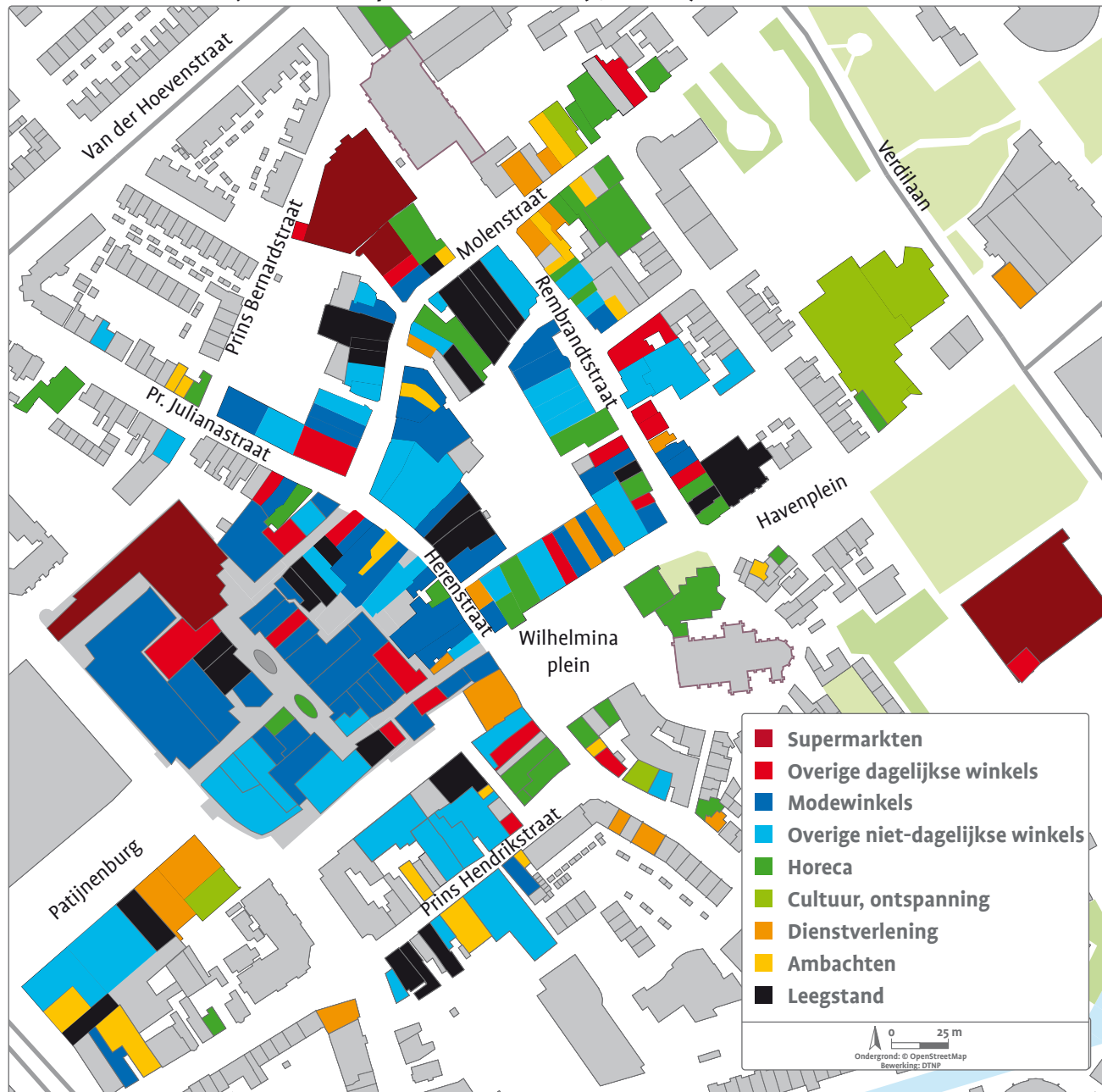
brengen zo passantenstromen op gang, waar andere voorzieningen van kunnen profiteren mits deze dicht bij en in het zicht liggen van de trekker. De warenmarkt op het Wilhelminaplein is op woensdag een extra publiekstrekker. Het enige type trekker dat ontbreekt in een centrum van deze omvang is een discountsupermarkt.

De potentiële meerwaarde van publiekstrekkers wordt door de ligging slechts beperkt gerealiseerd. De Patijnenburg wordt met de aanwezigheid van Action én de Rentmeester een belangrijk bronpunt aan de 'achterkant' van het centrumcircuit. In het noordelijke deel van het circuit ontbreekt het juist aan trekkracht.

Leegstand grootst in hoofdcircuit

De meeste leegstand is te vinden in het hoofdcircuit van het centrum. Het midden van de Molenstraat is momenteel de plek met de grootste leegstandsproblematiek. De passantenstroom in de Molenstraat zal bij het verdwijnen van de Jumbo-supermarkt verder afnemen. Aan de kant van de HEMA en de ingang van De Tuinen (meer passanten) is de Molenstraat wel gevuld.

Branchekaart Naaldwijk-Centrum op basis van Locatus (29-11-2018)



De Tuinen en de Herenstraat

De Herenstraat vorm samen met overdekt winkelcentrum De Tuinen een compact winkelrondje. Dit rondje is goed voor de helft van het hoofdcircuit, zowel ruimtelijk als in aanbod (circa 10.650 m² wvo winkelaanbod). De straatlengtes zijn hier kort en de zichtrelaties tussen voorzieningen zijn goed. De ingangen van De Tuinen hebben door de ligging aan Wilhelminaplein en Molenstraat, de hogere plint en het grote logo een duidelijke aanwezigheid in het straatbeeld van het overige centrum. De Herenstraat is de centrale straat in het hoofdcircuit. Hier is een mix van historische bebouwing en 'standaard' winkelvastgoed.



De Tuinen groot aandeel in het centrumgebied

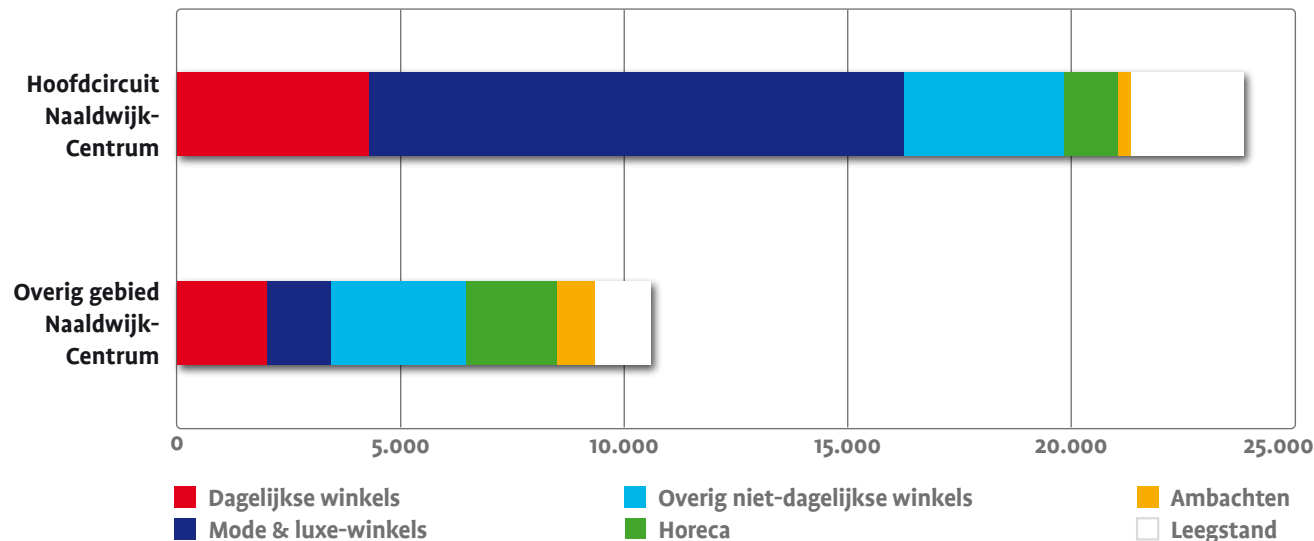
Verblijfskwaliteit Wilhelminaplein

Een hoge verblijfskwaliteit in het centrum is alleen op het Wilhelminaplein terug te vinden. Door de historische bebouwing is dit het meest herkenbare plein in het Westland en de belangrijkste plek in het centrum, waar de identiteit van Naaldwijk wordt uitgedragen. De Molenstraat en Herenstraat zijn met het Wilhelminaplein het historische deel van het hoofdcircuit. Naast de bomen op het Wilhelminaplein zijn de bomen op de parkeerplaatsen het belangrijkste groen. Het centrumcircuit is stenig, mede door de aanwezigheid van een groot deel van het overdekte winkelcentrum. Tegenover theater De Naald is een tijdelijk speeltoestel geplaatst.

Functieprofiel: typering en ontwikkeling

Naaldwijk-Centrum is een relatief monofunctioneel centrum; het is vooral een winkelcentrum. Van de winkels is 60% onderdeel van een keten. In het hoofdcircuit vullen winkels circa 90% van het vloeroppervlak. Een aanzienlijk deel van die winkels in het hoofdcircuit betreft modewinkels. Dit aanbod is krimpende (grafiek p. 16). Buiten het hoofdcircuit zijn winkels in de overige niet-dagelijkse branches gevestigd, waaronder elektronica, fietsen, tweedehands artikelen en woninginrichting. Zoals in veel centrumgebieden is de tweedehandswinkel het enige type niet-dagelijkse winkel dat de afgelopen jaren in aantal groeit.

Aanbod Naaldwijk-Centrum in m² wvo uitgesplitst naar hoofdcircuit en overig gebied



Bron: Locatus november 2018; bewerking DTNP

Het aantal horecavestigingen en ambachten (o.a. kappers, schoonheidssalons, kleding-reparatie) is toegenomen. Alleen het Wilhelminaplein en de noordelijke Molenstraat hebben een nadrukkelijk profiel voor de horecafunctie. Een groot deel van het hoofdcircuit is daarmee niet relevant voor de (in belang toenemende) groep potentiële bezoekers met een bezoek-motief anders dan winkelbezoek.

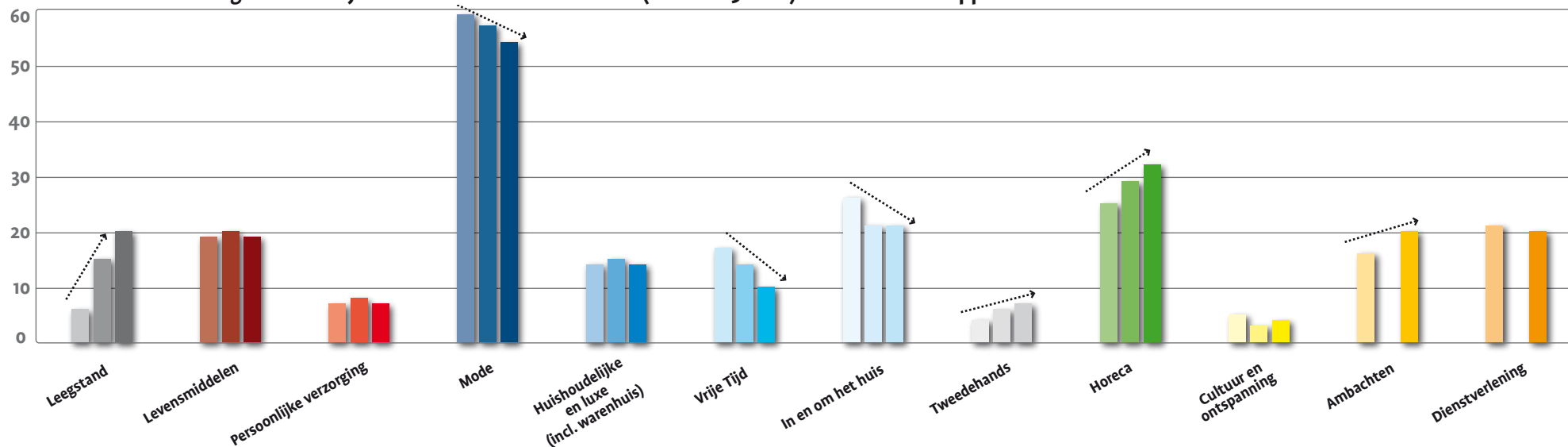


Leegstand neemt toe in het centrum



Niet-winkelfuncties veelal buiten hoofdcircuit

Aanbodontwikkeling in Naaldwijk-Centrum naar subbranches (2010-2015-2018) in aantal verkooppunten



3.3 Bezoekgemak

Bezoekers uit de streek beschikken over alternatieven (internet en het nabije boodschappen centrum) die sterk zijn in gemak. Om de positie te kunnen behouden mag het 'bezoekgemak' van Naaldwijk-Centrum geen grote barrière zijn voor bezoek.

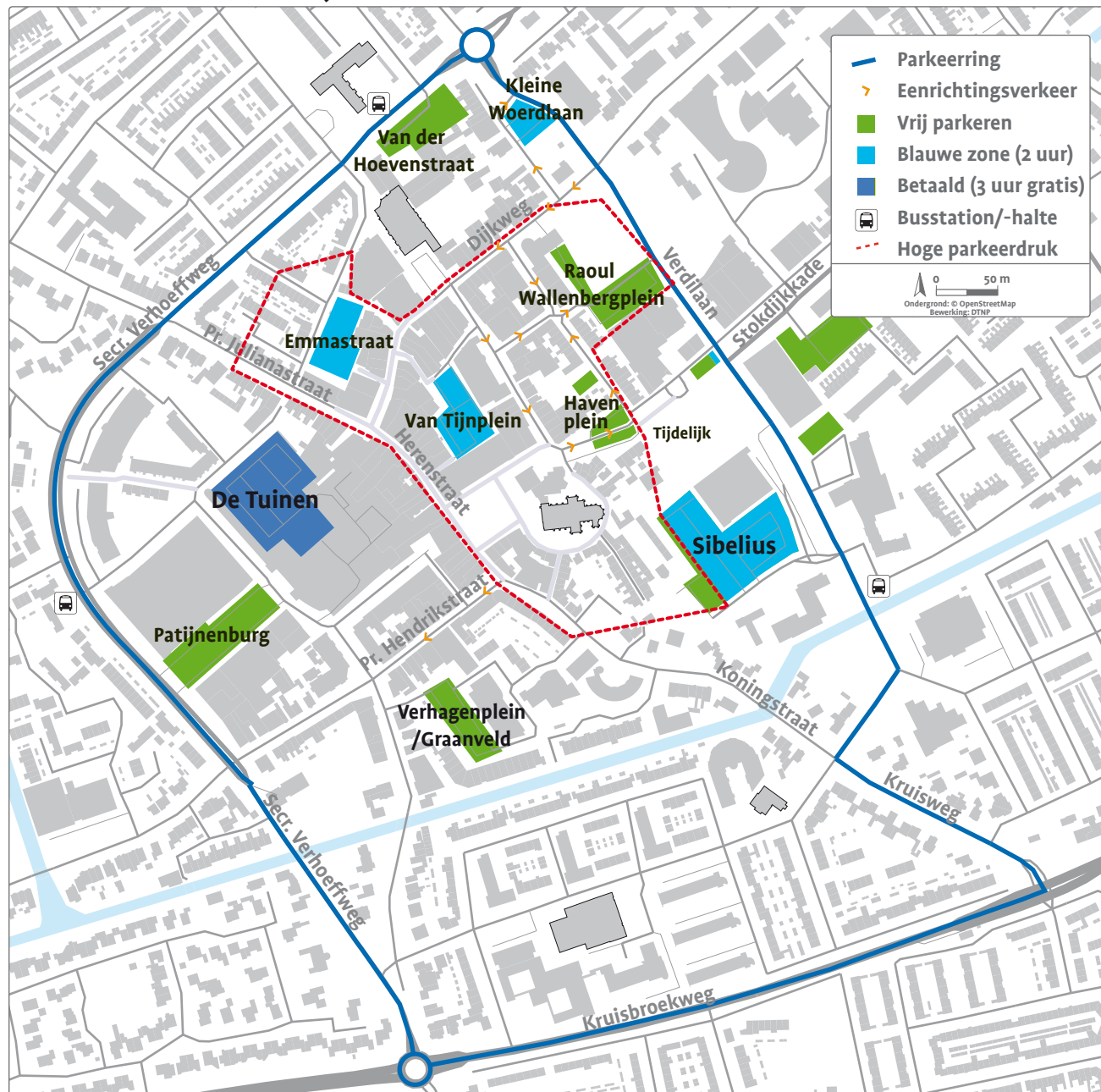
Auto belangrijk vervoermiddel

Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2018 blijkt dat Naaldwijk-Centrum bovengemiddeld vaak met de auto wordt bezocht. Relatief veel klanten komen van buiten Naaldwijk, voor hen is de afstand (te) groot voor fietsbezoek. Voor de lokale inwoners is de fiets wel een belangrijk vervoermiddel. Bezoekers komen nauwelijks met het OV, mede door het ontbreken van een treinverbinding.

Parkeerstructuur Naaldwijk-Centrum

- De parkeerring ligt dicht om het centrum. Hier wordt naar de verschillende parkeervelden verwezen. Alleen aan de zuidkant ligt de P-ring, over de Kruisbroekweg, ver van het centrum af.
- Veruit de grootste parkeervelden rond Naaldwijk-Centrum zijn De Tuinen (circa 470 pp.) en Sibelius/Albert Heijn (circa 225 parkeerplaatsen). Daarna volgen het Verha-

Autoverkeerstructuur Naaldwijk-Centrum



genplein met circa 130 en het Van Tijnplein, de Patijnenburg en Emmastraat met elk circa 70 parkeerplaatsen.

- Bij de ontsluiting van De Tuinen (Secretaris Verhoeffweg - Patijnenburg) zijn er rond piektijden regelmaat opstoppingen.
- De parkeercapaciteit van Sibelius is grotendeels in gebruik door bezoekers van Albert Heijn. Deze locatie en bijvoorbeeld de Kleine Woerdlaan en het Verhagenplein liggen op afstand van en hebben geen zichtrelatie met het hoofdcircuit. Dat is weinig aantrekkelijk voor het gros van de centrumbezoekers (zie bijlage 1 en 4). De meeste bezoekers zullen proberen dichterbij te parkeren.
- Van Tijnplein, Emmastraat en Havenplein zijn samen goed voor circa 160 plaatsen dicht op het hoofdcircuit. De parkeercapaciteit aan deze (noord-oost)kant van het centrum is versnipperd en significant kleiner dan de parkeercapaciteit direct op De Tuinen. Deze verhouding is ook terug te zien in de parkeerdruk. Havenplein, Emmastraat en Van Tijnplein staan op vrijdag en zaterdag op meerdere momenten 100% vol, terwijl De Tuinen maximaal voor circa 55% vol is*. De ligging van een parkeerplaats doet er toe, zeker met het veelal doelgerichte centrumbezoek. De

* DUFEC (2018), Concept-parkeeronderzoek Naaldwijk-Centrum.

‘overcapaciteit’ in De Tuinen is niet uitwisselbaar voor een plek bij de Rembrandtstraat.

- Er is geen sprake van consistente handhaving van de blauwe zone. Dit is te merken, doordat de parkeerdruk op het Van Tijnplein bijvoorbeeld amper onder de 70% komt.
- Langparkeerplaatsen, zoals Patijnenburg en Raoul Wallenbergplein, staan voor een groot deel van de tijd vol.

Fietsbezoek Naaldwijk-Centrum

Fietsers zetten hun fiets het liefst voor de deur. Nu mag op veel plekken in het centrum niet gefietst worden en staan er zelfs ‘dreigende’ borden met boetes bij de centrumtrees. Toch wordt er gefietst en staan er volop fietsen in de straat, onder andere voor de ingangen van De Tuinen. Met de opkomst van elektrisch fietsen (dure fietsen), het grotere belang van de lokale bezoeker en service is een bewaakte fietsenstalling direct aan de winkelstraat wenselijk.

3.4 Huurprijzen

Huurcontracten in de winkelmarkt zijn van oudsher van lange duur. De winkelomzetten zijn op veel plaatsen al enige tijd aan het

teruglopen. Dit resulteert de laatste jaren in dalende huren, kortere contracten en investeringsbijdragen voor nieuwe huurders. Zo worden goede locaties ook betaalbaar voor functies die ‘traditioneel’ in de centrumrand waren gevestigd. Lage huren voor commercieel vastgoed en een krappe woningmarkt maken ook transformatie naar wonen populair.

Huren in Naaldwijk

Op openbare websites worden winkelpanden in Naaldwijk-Centrum aangeboden voor de volgende huren (momentopname januari 2019):

- Een pand voor € 380 per m² per jaar (pmpj) in de Herenstraat;
- Verschillende panden in de Molenstraat en De Tuinen voor rond de € 300 pmpj;
- Een pand voor € 180 pmpj aan het van Tijnplein**.

Meerjarencontracten boven circa € 200 pmpj zijn voor veel locaties in het centrum van Naaldwijk-Centrum niet meer marktconform. Bij aanblijvende leegstand zal op enig moment een drastische huurprijzdaling plaatsvinden (concurrentie op huurprijs, negatieve impact leegstand op omzetspotentie in centrum).

** Funda in Business (2019).



4 Programma

In dit hoofdstuk wordt onderzocht wat een haalbaar programma is in het toekomstige centrum van Naaldwijk. Wat betekent 'minder behoefte' aan winkels concreet? En kan dit door groei van andere publieksgerichte functies worden gecompenseerd?

4.1 Ambitie

Welk aanbod er in Naaldwijk-Centrum haalbaar is, hangt samen met de functie en positie die het centrum ambieert. De volgende ambities zijn uitgangspunt voor het onderzoek naar haalbaar programma:

- Naaldwijk-Centrum is het prettige lokale centrum voor de Naaldwijker.
- Naaldwijk-Centrum heeft de functie als hoofdcentrum van het Westland. Hierdoor kan een volwaardig winkelaanbod worden behouden in de gemeente Westland.
- De streekfunctie voor het Westland is meer dan 'recreatief winkelcentrum'. Naaldwijk-Centrum is dé locatie voor een breed scala aan publieksfuncties met een bovenlokale verzorgingsfunctie.
- Naaldwijk als hoofdstad van het Westland betekent een centrum met een functie voor de Westlandse bedrijvigheid.

4.2 Winkelprogramma

Per branche worden kort de huidige situatie, relevante ontwikkelingen en toekomstige behoefte beschreven. De toekomstige behoefte is vaak zowel kwantitatief als kwalitatief te duiden. Kwantitatief in hoeveelheid functies of vloeroppervlak en kwalitatief in type concepten.

Dagelijkse winkels

Huidige situatie: Momenteel functioneert de circa 6.300 m² wvo in de dagelijkse sector in Naaldwijk-Centrum iets bovengemiddeld (5% boven de landelijke gemiddelde omzet per m²).*

Ontwikkeling: Het dagelijkse winkelaanbod krijgt een flinke toevoeging wanneer op de nieuwbouwlocatie 'Rentmeester' een grote supermarkt wordt ontwikkeld. Daarmee komt het pand van de huidige Jumbo-supermarkt aan de Emmastraat leeg te staan. (+ 3.600 m² wvo Rentmeesterlocatie, - 1.200 m² wvo Emmastraat).

Kwantitatieve behoefte: De toevoeging van circa 2.400 m² wvo vraagt om meer dagelijkse bestedingen in Naaldwijk-Centrum. De verwachting is dat de supermarkt aanvullende bezoekers uit Naaldwijk en omgeving gaat trekken, die anders niet (zo vaak) in Naaldwijk-

Centrum zouden komen. Ondertussen groeit echter ook het 'online boodschappen' doen in populariteit en hebben de dorpen rond Naaldwijk een modern supermarktaanbod. Hierdoor kan overaanbod ontstaan (meer aanbod dan bestedingspotentieel). Dit kan het functioneren van het dagelijkse aanbod in Naaldwijk-Centrum onder druk zetten. Er is dan ook geen behoefte om nog meer aanbod aan het centrum toe te voegen.

Kwalitatieve behoefte supermarkt: De omvang van de supermarkten in Naaldwijk-Centrum is marktconform (1.200 m² wvo en groter)**. Het enige wat het supermarktaanbod in Naaldwijk-Centrum verder zou versterken is een discount-supermarkt. Door het ontbreken hiervan gaan Naaldwijkers ook naar omliggende dorpscentra. Kwalitatieve behoefte overig dagelijks: Het aanbod versspecialzaken is in de basis compleet (incl. vis, snoep, kaas, noten, taarten). Wel is het belangrijk bij de tijd te blijven. Nieuwere concepten die bij het type huishoudens passen ontbreken in het centrum (zoals 'Kippie', biologische winkel, etc.).

* Zie bijlage 4.

** Zie bijlage 8.

Mode & luxe-winkels

Huidige situatie: Ondanks een afname in bestedingen en aanbod is het recreatieve winkelaanbod in Naaldwijk-Centrum aanzienlijk met circa 13.400 m² wvo. Er is een compleet aanbod van zowel ketens zoals Action, H&M, Expert, Bristol, Pearle, Blokker, Esprit en HEMA als lokale modezaken, dat rond de 45 miljoen per jaar in bestedingen genereert*.

Ontwikkeling: In de sector mode & luxe verliest Naaldwijk-Centrum het snelst terrein, vooral in bestedingen van buiten de eigen woonplaats. Naaldwijk verliest zowel bestedingen aan internet als aan andere centrumgebieden. In bijlage 5 is te zien dat voor inwoners van de gemeente buiten Naaldwijk internet al een belangrijkere aankoopplaats is geworden dan Naaldwijk-Centrum.

Kwantitatieve behoefte: Rekening houdend met de toename van internet is er een berekening gemaakt voor 2025 (bijlage 5). Op basis van realistische aannames en de ambitie een hoofdcentrum voor het Westland te blijven, is er voor 2025 berekend dat er behoefte is aan circa 10.500 m² wvo aanbod in de branche mode & luxe. Dat betekent een afname van circa 3.000 m² wvo.

Kwalitatieve behoefte: Met name de belangrijke subbranche mode is sterk passanten- en trend-afhankelijk. De berekening van een behoefte van circa 10.500 m² wvo in 2025 gaat uit van een sterke centrumstructuur met locaties waar voldoende passanten zijn om te functioneren en te investeren in vernieuwing.

Overige niet-dagelijkse winkels

Huidige situatie: Er is circa 6.600 m² wvo winkelaanbod in overige niet-dagelijkse branches. Dit aanbod bestaat uit veel verschillende subbranches, met elk maar een beperkte hoeveelheid winkels, zoals fietsen, meubelen, feestartikelen, electro, speelgoed, etc. De branche met de meeste winkels is Telecom met 5 verkooppunten.

Ontwikkeling: De ontwikkelingen zijn in elke branche anders, zo is het online aandeel in woninginrichting nog relatief laag, maar in elektronica en boeken al erg hoog. Traditioneel hebben sommige van deze branches een grote ruimtevrage (meubelen, electro, etc.). Dit wordt echter steeds minder een vereiste.**

Behoeft: Door de diversiteit aan branches heeft een marktruimte-prognose voor deze groep weinig realiteitswaarde. Een locatie in of aansluitend aan een compact en vitaal circuit biedt het beste perspectief voor behoud van dit aanbod. Ook de meer doelgericht bezochte concepten in deze groep winkels worden steeds meer afhankelijk van hun 'buren'/de trekkracht van het centrum als geheel.

Een compleet aanbod aan alle winkelbranches wordt in de overige centra van het Westland steeds minder waarschijnlijk. Als deze branches wel in Naaldwijk blijven bestaan, verbetert dat de positie van Naaldwijk als enige complete aankoopplaats.

Conclusie winkelprogramma

Het bestaande winkelaanbod in het hoofdcircuit zal eerder afnemen dan dat het zal groeien door nieuwvestiging. Invulling van leegstand in het hoofdcircuit met winkels vraagt om de concentratie van het bestaande winkelaanbod door verplaatsing.

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

** Voor recent voorbeeld zie Mediamarkt Alphen aan den Rijn: kleiner en meer service-elementen.

4.3 Horeca- en diensten-programma

De horeca-sector in het Westland heeft enkele bijzondere kenmerken. In vergelijking met andere gemeenten is er relatief weinig horeca-aanbod in de branches die in centrumgebieden zijn te verwachten: cafés, restaurants, lunchrooms, etc. (bijlage 6). Er is juist veel aanbod in de 'overige-drinkensector', zoals zalencentra en horeca bij sport-, recreatie-, strand of evenementenbedrijf.

Mede door de ligging en infrastructuur van het Westland is er relatief weinig fastfood-aanbod (geen doorgaand verkeer over snelweg/spoor). Uitzonderingen zijn de McDonald's en KFC bij Wateringen (A4) en de McDonald's Maasdijk. Voor traditionele restaurants en uitgaanshoreca is er in de regio veel concurrentie.

Ontwikkeling horeca

In Naaldwijk-Centrum is de horeca-sector groeiende. In 2010 waren er 25 horeca-verkooppunten, eind 2018 zijn dat er reeds 32, met samen circa 3.200 m² vwo. Dit is in lijn met de landelijke trend van groeiende bestedingen in horeca en een toename van horeca in centrumgebieden.

Marktbehoefte horeca

Het Westland groeit in inwoners. De streekfunctie voor horeca van Naaldwijk-Centrum is met name in de uitgaanshoreca te herkennen. De drankensector staat zwaar onder druk, o.a. door de (wild-) groei aan festivals en de populariteit van eet-inclusieve concepten. In de sectoren fastservice en restaurants (eet-inclusief) is, vanuit de ambitie voor een bovenlokale functie, een toevoeging van samen circa 500 m² vwo te verantwoorden.

De groep welvarende en oudere huishoudens in Naaldwijk heeft behoefte aan sociale vrijetijdsbesteding. Een centrumgebied is daarvoor de logische plek. Brasserie Mirell zit bijvoorbeeld vaak al in de ochtend vol. Het midden- tot hoogsegment lunchroom en restaurant zou kansrijk moeten zijn. Naast lunchrooms, koffietentjes en sappenbars is er een groeiende behoefte aan snelle eet-horeca. Het aanbod sluit, met o.a. een ijssalon, grillroom en cafetaria, hier nog onvoldoende bij aan. Ook in het overige Westland ontbreekt dit aanbod. Naaldwijk-Centrum kan door dit aanbod uit te breiden aantrekkelijker worden als verblijfsgebied.

De bedrijvigheid in het Westland creëert vraag naar catering, zaalgelegenheid en mogelijkheden voor lunch en diner. Momenteel is die vraag niet terug te zien in het aanbod van het hoofdcentrum van het Westland.



Snelle horeca, ook op de hand



'Geniet bewust': gezond snack-aanbod



Meer keuze voor lunch of koffiemoment

Commerciële dienstverlening

In de commerciële dienstverlening hebben vooral de ambachten perspectief.

- Ambachten: Er zijn nu circa 20 ambachten in het centrum, van samen circa 1.200 m² wvo. Deze diensten, zoals kappers, kleding-reparatie, schoonheidssalons en zonnebanken, zijn kansrijk. Fysieke aanwezigheid is noodzakelijk. Internet biedt juist meer kans om gevonden te worden, overzichtelijk afspraken te maken en klanten te benaderen. Het verzorgingsgebied van dit soort functies is vooral de eigen woonplaats. Gezien de prognose van een stabiele populatie is groei in Naaldwijk niet direct te verwachten. Het aantal kappers (10) en schoonheidssalons (5) is al aanzienlijk.
- Balie/kantoorfuncties: Er zijn nu circa 20 baliefuncties aanwezig in het centrum. Dit zijn functies als uitzendbureaus, banken, reisbureaus, makelaars, etc. Acht van deze functies zitten momenteel in het hoofdcircuit. Vooral de niet-lokale functies, zoals banken en reisbureaus, nemen eerder af dan toe (centralisatie vanwege kosten en online dienstverlening). Als centraal gelegen hoofdcircuit van de streek heeft Naaldwijk-Centrum de beste kansen binnen de gemeente om baliefuncties te behouden. Dit

versterkt de positie als hét complete centrumgebied in de omgeving.

Conclusie retailprogramma

Het hoofdcircuit is 23.850 m² wvo groot. 20.000 m² wvo daarvan is momenteel winkelinvulling en 2.500 m² wvo staat leeg. Uit paragraaf 4.2 blijkt de winkelinvulling lastig te behouden. Enige groei in horeca-aanbod en verplaatsing van een aantal ambachten kan dat enigszins opvangen, maar ook dat zal de leegstand niet vullen.

4.4 Maatschappelijke en vrijetijdsfuncties

Naast commercie heeft een centrum van de toekomst ook grote maatschappelijke relevantie. Functies zoals theaters en bibliotheken krijgen steeds centralere locaties in centrumgebieden.

Vrijetijdsfuncties

Voor hobby's en ander vermaak komen inwoners van het Westland elke week de deur uit. Recreatief centrumbezoek is dan ook meer dan winkels en horeca. Juist in Naaldwijk-Centrum zijn bijvoorbeeld ook de culturele functies van het Westland aanwezig. Het gebied rond De Naald met o.a. Muziekcentrum Westland is daar



Bankfiliaal in Naaldwijk-Centrum



Het fitness-centrum hoort bij het centrum-aanbod



De Naald en IJssalon LKKR

het beste voorbeeld van. De (zicht)relatie met het hoofdcircuit is echter beperkt.

Naast cultuur is ook sport een belangrijk element in de vrijetijdsbesteding. Functies zoals fitness, yoga, dans of zelfverdediging zijn (nog) niet in het centrum te vinden.

Maatschappelijke functies

Vestiging van maatschappelijke functies (zorg, educatie, werkplekken) bij of met retailfuncties is een kans om de relevantie te vergroten en de 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 vaker deze mensen in het centrum zijn, hoe logischer het is daar de aankopen te doen. Voorbeelden van maatschappelijke functies die goed aansluiten bij een centrumgebied zijn.

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 waar veel wordt georganiseerd (lezingen, hulpgroepen, exposities, etc.). Door

gezamenlijke huisvesting worden bijvoorbeeld ruimere openingstijden mogelijk. De huidige bibliotheek van Naaldwijk is achteraf aan de Sint Martinusstraat gevestigd, buiten het centrum.

Zorgfuncties: Zorgfuncties zoals tandartsen, huisartsen en verschillende typen therapeuten hebben de hele dag toeloop. Momenteel zijn veel van deze functies buiten het centrum gevestigd, zoals het medisch centrum aan de Stokdijkkade. Vestiging in centra met andere publieksfuncties biedt ook kansen meer mogelijk te maken, zoals fysiotherapie met fitness of podotherapie met wellness.

4.5 Woonprogramma

Wonen in centrumgebieden is populair onder bepaalde doelgroepen. De huurprijs en het risico van winkelvestgoed wordt minder aantrekkelijk waardoor transformatie naar woningen interessant wordt. Transformatie naar wonen zorgt landelijk ondertussen meer voor daling van het aantal leegstaande panden dan invulling door horeca of andere publieke functies*.

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



Een nieuw stadshart voor Oss: dit is het Walkwartier

VIDEO | OSS - Een historische uitstraling, kloppend cultuurhart en de hoogste woontoren van de stad. Met de komst van het Wal Kwartier krijgt het centrum van Oss een compleet andere uitstraling. Donderdagavond werden de ambitieuze plannen eindelijk uit de doeken gedaan. Niet alleen de plek van de V&D en naastgelegen winkels gaat op de schop, ook de omgeving van het nieuwe gebouw zal onherkenbaar veranderen.

Referentie: functieverbreiding in het hart van het centrum (bd.nl)



▲ Een artist's impression van de nieuwe bibliotheek in Leidsche Rijn Centrum. © Bibliotheek Utrecht

Bibliotheek Leidsche Rijn Centrum wordt 'huiskamer van de wijk'

Niet alleen op de Neude wordt een nieuwe bibliotheek gebouwd, ook in Leidsche Rijn Centrum moeten dit jaar de contouren zichtbaar worden van wat een 'bibliotheek 3.0' genoemd wordt.

Peter van de Vusse 26-03-18, 17:55

f 48 t e

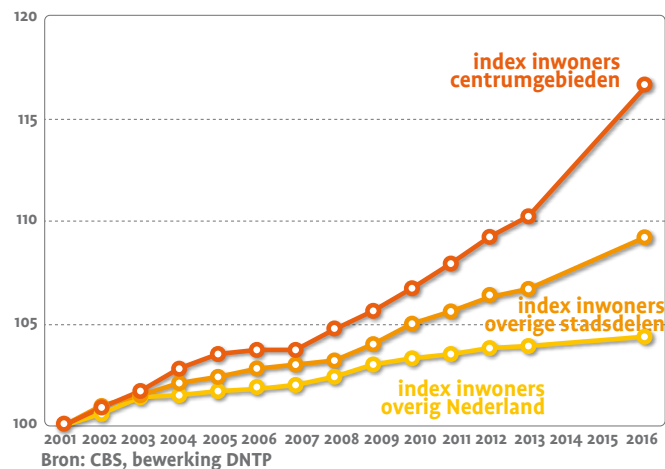
In het hartje van het snel groeiende stadsdeel, in het nieuwe winkelcentrum pal naast station Leidsche Rijn Centrum, komt een 'nieuwe huiskamer van de wijk'. Qua concept lijkt deze op de toekomst gerichte bibliotheek veel op haar grote broer, die in het oude postkantoor gaat komen. De Leidsche Rijn-versie is echter wat kleinschaliger.

Referentie: centrale plek voor bibliotheek (ad.nl)

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 bepaalde winkelfuncties.

Buiten het hoofdcircuit

Waar verplaatsing van functies naar het hoofdcircuit wordt gerealiseerd, komt vastgoed daarbuiten leeg te staan. Buiten het hoofdcircuit is er voor de meeste panden een reëel perspectief in de woonfunctie. Straten/straatdelen met veel vastgoed dat ooit de woonfunctie had of waar al veel wordt gewoond zijn perspectiefrijk (o.a. Prins Hendrikstraat, Prinses Julianastraat, noordelijke Molenstraat/Dijkweg, Zuideinde, etc.).



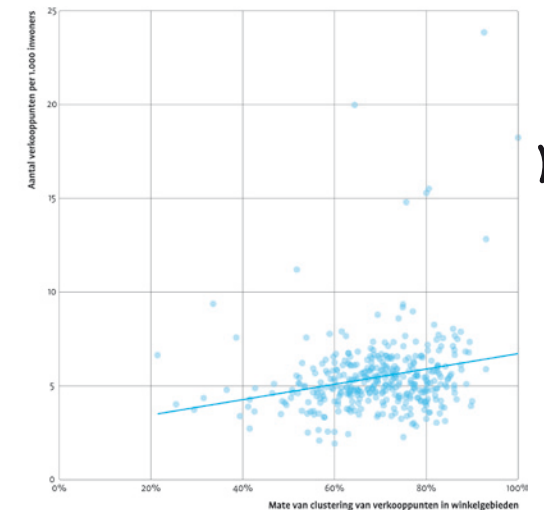
4.6 Concentratie

De uitkomsten van dit hoofdstuk bieden weinig perspectief op groei van het totale retailaanbod. De concentratie van bestaande functies in een aantrekkelijk gebied is de belangrijkste uitdaging. Concentratie heeft een positieve invloed op het voorzieningenniveau, én door publieksfuncties te concentreren wordt optimaal gebruik gemaakt van de openbare ruimte. Denk aan investeringen in parkeren, ontsluiting en bestrating, die in het centrum op een hoog niveau moeten zijn. Hoe kleiner dit gebied en hoe meer functies hier (op verschillende momenten) gebruik van maken hoe efficiënter.

Concentratie van publieksfuncties heeft in het hoofdcircuit de grootste meerwaarde:

- Leegstand heeft een negatief effect op de passantenstromen in een gebied;
- Het aantal passanten in de straat is een belangrijke randvoorwaarde voor het functioneren van recreatief winkelaanbod;
- Het hoofdcircuit heeft veruit het meeste recreatieve winkelaanbod en dus de grootste afhankelijkheid van passanten.

Bij een hogere mate van clustering van verkooppunten in winkelgebieden (x-as) neemt het totaal aantal verkooppunten (i.r.t. het aanwezige draagvlak) in het verzorgingsgebied (y-as) toe. Clustering van detailhandel in een winkelgebied verhoogt dus het economisch functioneren én het voorzieningenniveau van dit winkelgebied.

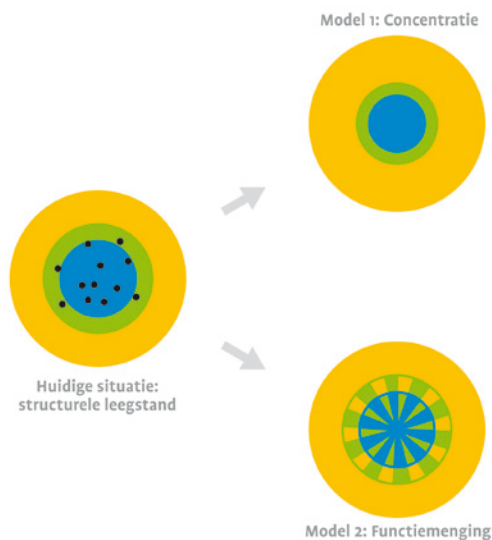




5 Visie en Uitvoering

Dit hoofdstuk beschrijft de toekomstvisie op de ruimtelijke centrumstructuur en de maatregelen die nodig zijn om deze visie te realiseren.

Het streven is een compact en vitaal Naaldwijk-Centrum dat in omvang en profiel past bij de toekomstige behoefte van consument en ondernemer. Gezien de kleinere behoefte aan winkelaanbod in de toekomst is de opgave de juiste balans te vinden tussen 'compacter' en 'meer functiemenging'.



De toekomstige consument is de Westlander, met de Naaldwijker zelf als belangrijke basis. Bezoekgemak en het aanspreken van de lokale identiteit zijn belangrijke thema's in deze visie.

5.1 Ruimtelijke visie Naaldwijk-Centrum

In deze paragraaf wordt de toekomstige centrumstructuur van Naaldwijk-Centrum beschreven: een samenhangend gebied waar de Naaldwijker zich thuisvoelt en ook de inwoner van bijvoorbeeld Poeldijk of 's-Gravenzande graag komt. Deze structuur is opgebouwd uit deelgebieden, met elkaar aanvullende functieprofielen.

Compact winkelgebied De Tuinen en Herenstraat

Visie: Het overzichtelijke rondje De Tuinen en Herenstraat (circa 11.000 m² wvo) heeft hoofdzakelijk een winkelprofiel. Door de trekkracht van de boodschappenfunctie en het bezoekgemak komen er elke dag grote bezoekersstromen op gang. De minder doelgericht bezochte winkels profiteren hiervan.

Aandachtspunten: De Tuinen zelf is als overdekt winkelcentrum vooral functioneel en weinig 'Naaldwijks'. De Herenstraat draagt binnen dit gebied de historische identiteit en ruimtelijke kwaliteit. De grotere units en het bezoekgemak in De Tuinen maakt verbreding van het huidige branchebeeld (veel mode) mogelijk (o.a. woninginrichting, zoals Lion Beddenshop).

Doorontwikkelen verblijfsplein

Visie: Het Wilhelminaplein is het verblijfsplein en het marktplein. De commerciële en sociale aspecten van het centrum gaan hier hand in hand. In de zomer komt dit het beste tot zijn recht op het terras, in de rij voor een ijsje of met een portie kibbeling op de markt. Ook voor nieuwe bewoners van het Westland is dit de plek waar ze zich mee kunnen identificeren.

Aandachtspunten: Horeca met ruime openingstijden (ook overdag!) is de logische functie in de plint. Momenteel is slechts de helft van de functies aan het plein een horeca-gelegenheid. Een grotere concentratie (en evt. nieuwvestiging) van horeca is reëel. Dit is daarvoor de belangrijkste locatie. Mengconcepten ('blurring') van speciaalzaak en horeca zijn hier ook passend.

Rembrandtstraat: stop & go

Visie: "We gaan even snel langs de Rembrandtstraat". De elektronikawinkel, de kledingreparatie, de fietsenzaak, de kapper, de fysiotherapeut; dit type doelgericht bezochte functies wordt in de Rembrandtstraat een aantrekkelijk bereikbaarheidsprofiel geboden, met als bonus de gezamenlijke aantrekkingskracht en zichtlocatie in het centrum. De mix van enkele grotere en vooral veel kleine units is

hiervoor geschikt. Tegelijkertijd worden de aanwezige lokaalgerichte functies als viszaak, bakker, groenteman, slager, dierenzaak en kledingreparatie ondersteund door het bezoekgemak.

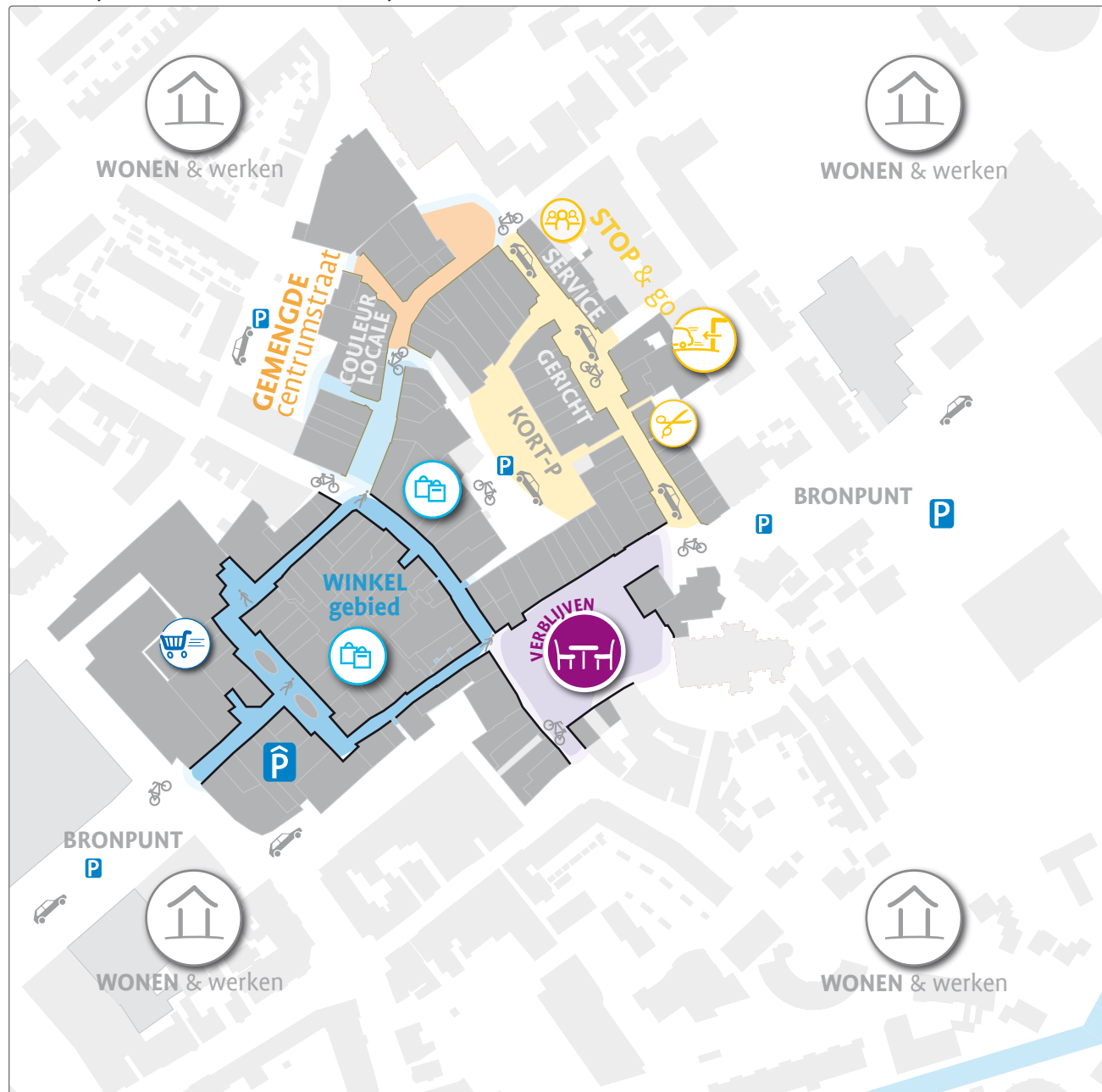
Aandachtspunt: Bereikbaarheid is een belangrijke randvoorwaarde. Dit vraagt om verschillende maatregelen met name in relatie tot de blauwe zone (zie 5.2).

Molenstraat: gemengde centrumstraat

Visie: De lokale ondernemer vindt hier de connectie met de lokale identiteit in een groene, karakteristieke uitstraling. De diversiteit aan pandgroottes en de goede bereikbaarheid met fiets en auto biedt mogelijkheden voor zowel doelgericht bezochte retail als nieuwvestiging van andere publieksgerichte functies. Er is onderscheid tussen de kansen voor het zuidelijke deel en het middendeel van de straat.

- Het zuidelijkste deel van de Molenstraat heeft perspectief in de vorm van een aanloopgebied naar de Herenstraat/De Tuinen. Zolang dat compacte winkelgebied grotendeels gevuld is kan de lokale ondernemer hier een B-milieu vinden.
- Het middendeel van de straat (afslag Van Tijnplein tot Sint Adrianuskerk) heeft met het wegvallen van winkeltrekkers geen

Ruimtelijk-functionele visie Naaldwijk-Centrum



garantie voor invulling door winkels of daghoreca. Hier wordt breder gedacht dan retail, en mogen ook private functies zoals kantoren en functies met latere openingstijden zich vestigen. Daarnaast is hier perspectief voor het toevoegen van andere publieksgerichte functies, zoals een bibliotheek, fitness- of zorgcentrum (grotere oppervlaktes haalbaar en nabijheid van parkeren).

Aandachtspunt: Ruime bestemmingen in het bestemmingsplan (o.a. maatschappelijk, zorg, sport, recreatie, kantoor, avondhoreca).

Concentratie publieksfuncties in hoofdcircuit

Om ook in de toekomst een relevant centrum te zijn, is een grotere concentratie van publieksfuncties nodig. Deze worden zo goed mogelijk ingepast in het hoofdcircuit. Dat betekent dat in het gebied buiten het hoofdcircuit vooral woon- en werkfuncties worden nagestreefd. Het omliggende gebied heeft wel invloed op de kansen binnen het hoofdcircuit, onder andere in de functie als entree.

Aantrekkelijke entreegebieden

Twee gebieden buiten het hoofdcircuit zijn van groot belang:

- De Tuinen-entree: de Patijnenburg is de route naar De Tuinen. Met Action en een grootschalige supermarkt op de Rentmeesterlocatie is dit een belangrijk bronpunt geworden. Deze trekkers zijn belangrijk in de functie van het centrum als bovenlokale winkelbestemming. Bezoekers van de Patijnenburg moeten zo goed mogelijk het centrum worden ingetrokken (zichtrelatie, afstand, zie bijlage 7). Meer winkelaanbod aan de Patijnenburg is niet wenselijk.
- Westland-entree: een volwaardig noordelijk bronpunt bij het Wilhelminaplein. De centrumbezoeker wordt bij deze entree op de identiteit van Naaldwijk en het Westland gewezen. In dit gebied komt de streekfunctie voor het Westland duidelijk naar voren. Deze rand van het centrum heeft bovenlokale functies, zoals theater, muziekschool, gemeentehuis en de redactie van 'Het hele Westland'. Met ruime parkeercapaciteit bij de Oude Kerk en het horecaplein is dit eveneens de beste kans om in te spelen op de potentiële markt voor businesslunches en -diners (o.a. bloemenveiling).



Kantoorfunctie past in gemengde centrumstraat



Mogelijkheden toevoeging non-retail Molenstraat



Connectie met De Tuinen optimaliseren

5.2 Uitvoering



Er ligt een flinke opgave om Naaldwijk-Centrum in de toekomst aantrekkelijk te houden voor de inwoners van het Westland. Hoe langer we wachten hoe groter die opgave. Alle stakeholders zullen samen aan de slag moeten (gemeente, eigenaren, MKB, ondernemers, banken, makelaren, provincie). Een samen opgestelde, gedeelde visie geeft het nodige perspectief voor investeringen in de toekomst. De volgende projecten brengen de visie dichterbij:

Concentratie van publieksfuncties:

1. Vestigingsbeleid detailhandel en horeca
2. Verplaatsing en transformatie stimuleren
3. Non-retailfuncties toevoegen
4. Eigenaren mobiliseren



Bezoekgemak:

5. Blauwe zone rond Rembrandtstraat
6. Westland-entree parkeerbrongpunt
7. Parkeerbalans monitoren
8. Doorstroming Patijnenburg
9. Fiets te gast
10. Service-fietsenstalling

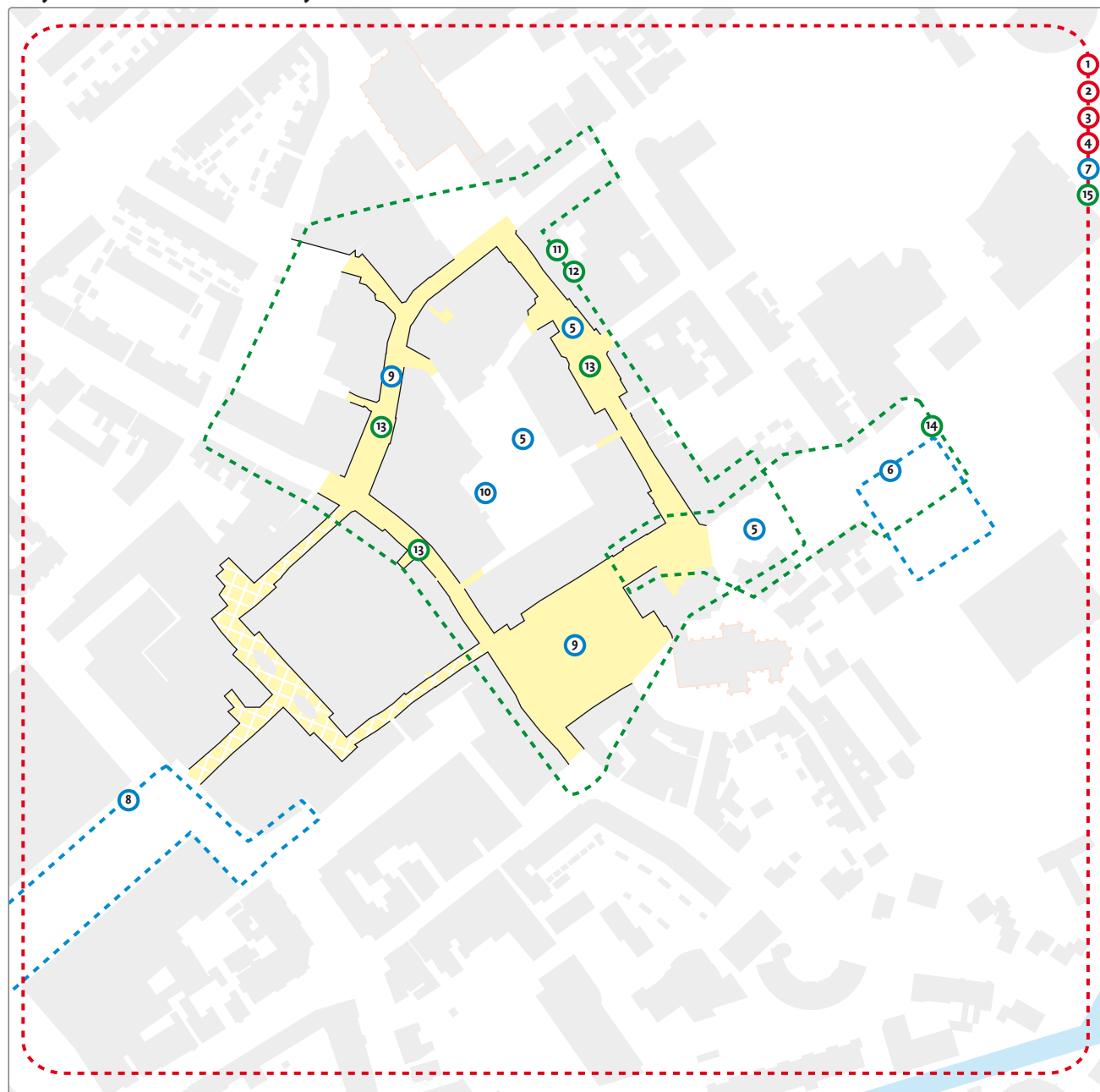


Uitstraling:

11. Gevelbeeld opwaarderen
12. Groenelementen toevoegen
13. Herbestrating
14. Westland-entree
15. Inrichting openbare ruimte buiten hoofdcircuit



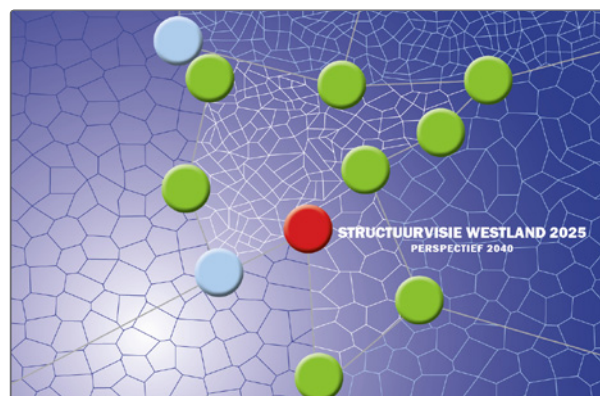
Projectenkaart visie Naaldwijk-Centrum



Project 1

Vestigingsbeleid detailhandel en horeca actualiseren

Doel	Concentratie van retail in Naaldwijk-Centrum. Zekerheid creëren voor marktpartijen.
Aanpak	Opstellen van actueel 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 en het beleid consistent uitvoeren (handhaven).
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte)
Planning	2019 vestigingsbeleid 2020 bestemmingsplanprocedure



Naaldwijk-Centrum beleidsmatig ondersteunen

Project 2

Verplaatsing en transformatie stimuleren

Doel	Verplaatsing van ondernemers naar het hoofdcircuit. Transformatie van commercieel vastgoed buiten het hoofdcircuit.
Aanpak	Aanstellen transformatie-coach om inzicht te bieden (Wat als ik in mijn eigen pand onderneem? Wat als ik de verplaatsing niet kan betalen? Wat is de waarde van mijn pand als woning? etc.). Desgewenst pilot-project verplaatsings- of transformatiefonds.
Trekker(s)	Gemeente, BIZ en MKB
Planning	2020-2023

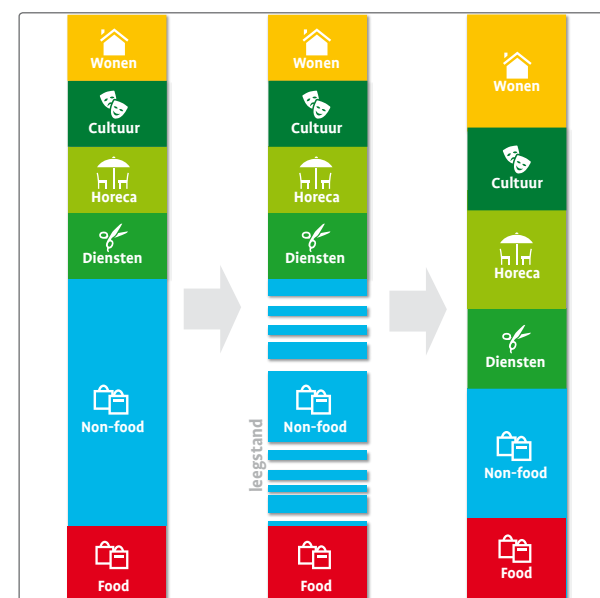


Transformatie naar woonfunctie stimuleren

Project 3

Non-retailfuncties toevoegen

Doel	Functieverbreding en bredere relevantie centrum realiseren.
Aanpak	Inventarisatie lange-termijn-vastgoedbehoeften non-retail-publieksfuncties (cultuur, zorg, etc.) Onderzoek naar potentiële vestigingslocaties binnen hoofdcircuit (bijv. Molenstraat/Emmastraat)
Trekker(s)	Gemeente en vastgoedeigenaren
Planning	2019-2025



Verbreding functioneel profiel ook met non-retail

Project 4

Eigenaren mobiliseren

Doel	Belangrijke groep meer betrekken bij transitie.
Aanpak	Een sessie met eigenaren (en evt. makelaren) om een periodiek vastgoedoverleg Naaldwijk-Centrum op te starten. Start kan samenvallen met opstellen nieuw vestigingsbeleid.
Toelichting	Vanwege de kenmerken van de vastgoedmarkt is niet elke eigenaar betrokken bij wat er gebeurt in (heel) Naaldwijk-Centrum. Om functieverbreiding in het centrum te realiseren is een actieve houding van deze groep wenselijk.
Trekker(s)	BIZ
Planning	2019 startsessie



Organisatie van vastgoedeigenaren centrum

Project 5

Blaauwe zone rond Rembrandtstraat

Doel	Stop & go-milieu Rembrandtstraat mogelijk maken.
Aanpak	Blaauwe zones handhaven (waarschuwing eerste week). Blaauwe zone Van Tijnplein en Rembrandtstraat naar een regime van max. 1 uur. Blaauwe zone instellen op Havenplein (langparkeerplaatsen komen op nieuwe bronpunt, zie project 6).
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte)
Planning	2019 handhaven 2020 blauwe zone Havenplein (samenhang project 6)



Even snel naar de Rembrandtstraat



Blaauwe zone op Havenplein



Blaauwe zone Van Tijnplein max. 1 uur



Aandacht uitstraling verbindingen naar Van Tijnplein

Project 6

Westland-entree parkeerbronpunt

Doel	Parkeerbalans in het centrum corrigeren.
Aanpak	Permanent (lang)parkeerbronpunt op centrumzijde van het oude-gemeentehuisterrein (helpt oppervlak terrein biedt plaats voor circa 100 parkeerplaatsen).
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte)
Planning	2020



Ruimte om parkeerbalans te verbeteren

Project 7

Parkeerbalans monitoren

Doel	Effect nieuwe parkeermaatregelen monitoren
Aanpak	Project 5 en 6 hebben als doel het bezoekgemak voor de functies aan de noord-oostzijde van het centrum te verbeteren en de parkeerdruk te verminderen. Of projecten 5 en 6 dit probleem verhelpen zal een periodieke parkeerdruk- en parkeerdurmeting moeten uitwijzen.
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte)
Planning	2020-2023



Oprit naar Patijnenburg

Project 8

Doorstroming Patijnenburg

Doel	Het huidige (en potentieel grotere toekomstige) probleem van de doorstroming over de Patijnenburg naar De Tuinen oplossen.
Aanpak	Analyse huidig probleem. Onderzoek verkeersbewegingen toekomstige situatie.
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte), eigenaar De Tuinen, ontwikkelaar Rentmeester
Planning	Afhankelijk van Rentmeesterontwikkeling



Soepele bereikbaarheid De Tuinen bewaken

Project 9

Fietser te gast

Doel	Bezoekgemak lokale bewoner met doelgericht motief faciliteren. Vaker door de straat (in plaats van om het centrum heen rijden).
Aanpak	Pilot fiets te gast in het centrum. Verwijderen bebording boetes voor fietsers. Heldere afspraken met BOA's over handhaving (o.a. scooters/ brommers/bezorgers). Uitkomsten pilot zijn bepalend voor invulling project 13.
Trekker(s)	Gemeente
Planning	2019

Project 10

Service-fietsenstalling

Doel	Service bieden aan fietsbezoeker. Druk op stallingscapaciteit bij ingangen De Tuinen verminderen.
Aanpak	Een bewaakte en/of overdekte fietsenstalling met e-bike-oplaadpunten op een centrale plek in het centrum in de buurt van De Tuinen. De locatie is cruciaal, de bezoeker zal de fiets het liefst zo dichtbij mogelijk stallen. Het Van Tijnplein is een goede optie, vanwege de centrale ligging en fietsbereikbaarheid vanaf de Rembrandtstraat
Trekker(s)	Gemeente, BIZ, MKB
Planning	2020

Project 11

Gevelbeeld opwaarderen

Doel	Historische kwaliteiten centrum uitlichten. Minder standaard winkelstraat-uitstraling, meer verblijfskwaliteit.
Aanpak	Onderzoek historisch straatbeeld. Opstellen kwaliteitseisen aan de hand van goede voorbeelden (o.a. Bluepoint, Vollebregt, Sanne W). Pilot gevelfonds in Molenstraat en Herenstraat (% bijdrage, onrendabele top, revolverend fonds, etc.).
Trekker(s)	Gemeente, BIZ, MKB
Partner(s)	Vastgoedoverleg Naaldwijk-Centrum,
Planning	2020-2021



Onvriendelijke communicatie naar fietser nodig?



Fietsen bij ingang De Tuinen



Gevelbeeld opwaarderen

Project 12

Groenelementen

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



Vergroeningsprogramma binnenstad Arnhem



Van Tijnplein potentiële locatie service-stalling



Stenig straatbeeld centrum Naaldwijk



Historische kwaliteiten centrum uitlichten

Project 13

Herbestrating

Doel	Verblijfskwaliteit verhogen, vergroening inpassen. Bezoekgemak verbeteren.
Aanpak	Er wordt voor de Molenstraat, Rembrandtstraat en Herenstraat een straatinrichting opgesteld in lijn met het functieprofiel uit de visie. Voor de Rembrandtstraat betekent dat meer kortparkeervakken, voor de Herenstraat en Molenstraat zijn o.a. de uitkomsten van de pilot fietsers te gast (project 9) bepalend voor de wenselijke straatinrichting.
Trekker(s)	Gemeente
Planning	2021-2022



Herbestraten om stop&go-functie te faciliteren

Project 14

Westland-entree

Doel	Kwaliteiten deelgebied benutten. Westlandse identiteit aanspreken. Speel-element toevoegen.
Aanpak	Stedenbouwkundige uitwerking van gebied als groene showcase van het Westland (locatie voor 'WEstland'-teken). <ul style="list-style-type: none">Onderzoek mogelijkheden herstellen front historisch vastgoed (bebouwing sappenbar en kapper). Toevoeging van een speeltoestel (creatieve vorm) nabij Wilhelmina-plein (verblijfsgebied).
Trekker(s)	Gemeente, BIZ, MKB
Planning	2020-2021



Aanbouw aan het Havenplein blokkeert het zicht..



..op prachtige historische bebouwing.



Creatief speels element versterkt verblijfskwaliteit



Speeltoestellen vaker te zien in centrumgebieden



Gebied met veel potentie als entree



Breed straatprofiel potentie voor speel-element



Aanloopstraat en woongebied in historische setting

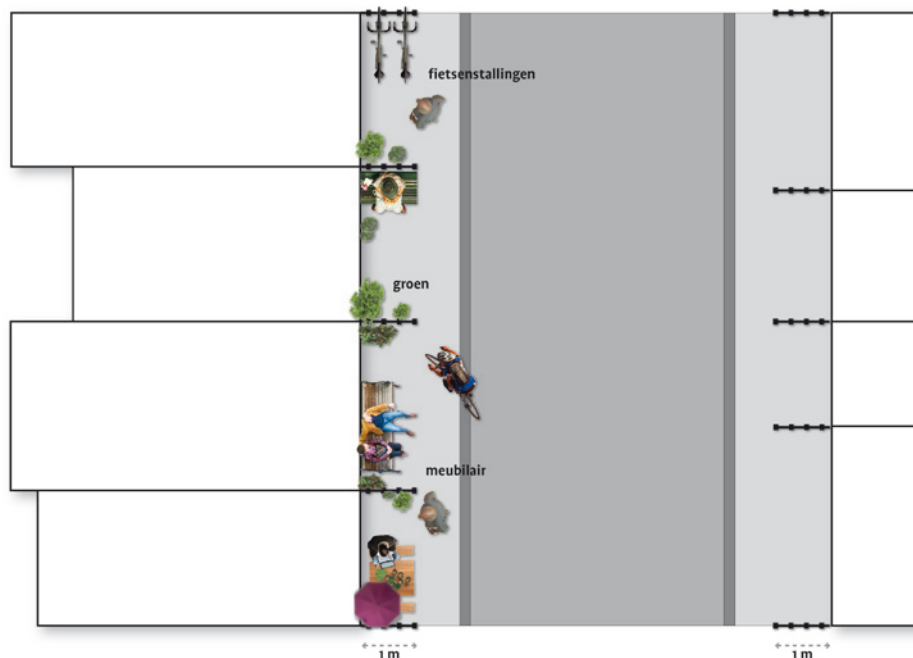
Project 15

Inrichting openbare ruimte buiten hoofdcircuit

Doel	Aantrekkelijk woonklimaat buiten het hoofdcircuit.
Aanpak	Buiten het hoofdcircuit meer privaat gebruik van openbare ruimte mogelijk maken, bijvoorbeeld in de Prinses Julianastraat of het noordelijke stuk van de Molenstraat. De parkeernorm bij woontransformatie in een centrummilieu wordt op veel plekken in het land sterk naar beneden bijgesteld. Zowel vanuit de noodzaak transformatie mogelijk te maken als door de veranderende mobiliteitsvraag van huishoudens in centrummilieus (bijv. deelauto's).
Trekker(s)	Gemeente, eigenaren straat
Planning	2020-2021

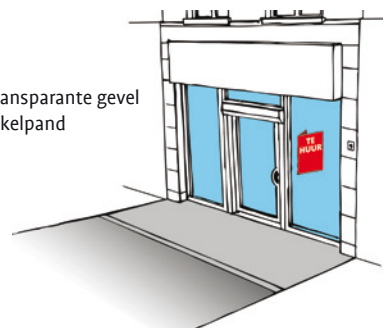


Van de 'transparante' gevel van een commercieel pand naar een levendig en gevarieerd straatbeeld

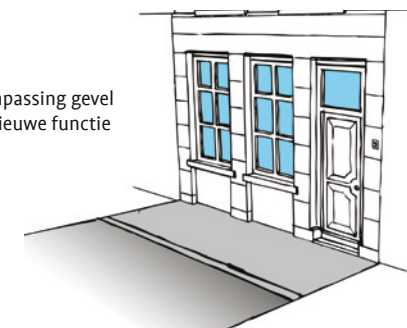


Voorbeeld: kleine hekjes als afbakening van luwe gevelzone, biedt privacy (geen directe inblik) en een 'kapstok' voor betrokkenheid met straat.

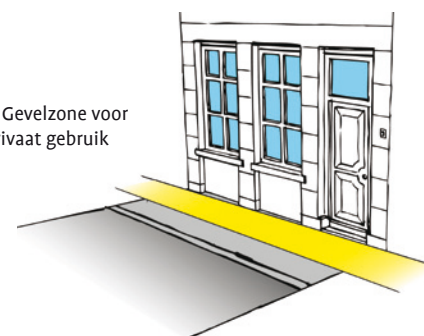
1. Transparante gevel winkelpand



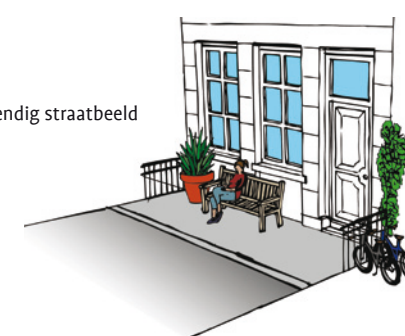
2. Aanpassing gevel aan nieuwe functie



3. Gevelzone voor privaat gebruik



4. Levendig straatbeeld





Bijlagen

Bijlage 1 - Bezoekgedrag middelgrote centra

Onderzoek DTNP en Radboud

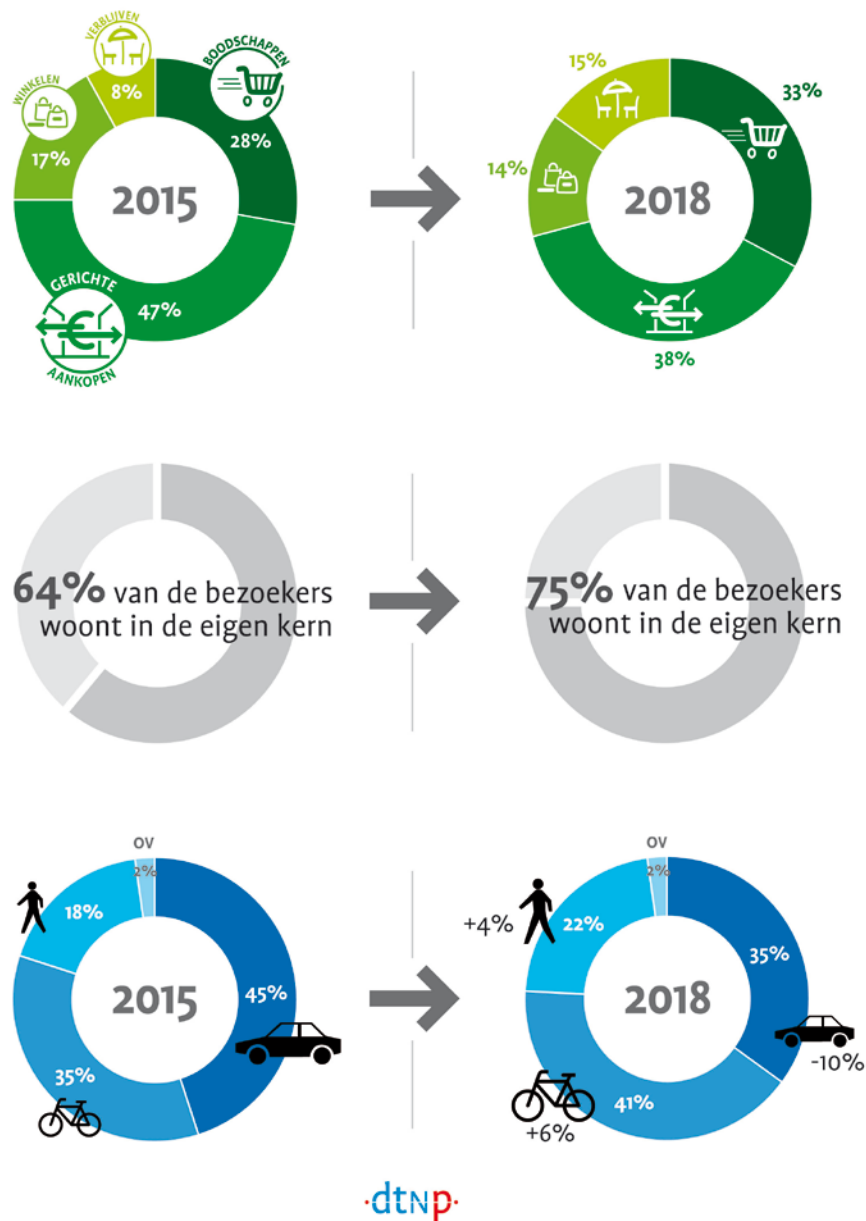
Omdat juist de middelgrote centra in Nederland kwetsbaar zijn gebleken, doet DTNP in samenwerking met de Radboud Universiteit onderzoek naar het bezoekgedrag van consumenten in centra van middelgrote steden.

Grote dorps- en kleine stadscentra

In 2015 en 2018 is in 12 grote dorps- en kleine stadscentra (grootteklasse 20.000 tot 40.000 m² winkelvloeroppervlak) herhaalonderzoek gedaan. Dit zijn centra van vergelijkbare omvang als Naaldwijk-Centrum (o.a. Elst, Nijkerk, Geleen, Wijchen) evenals iets grotere centra (o.a. Waalwijk, Tiel, Gorinchem). De 12 centra samen geven een goed totaalbeeld voor het bezoekgedrag in dit type centrumgebieden.

Meer boodschappen doen in minder winkels

Een gerichte aankoop en het doen van boodschappen zijn de belangrijkste redenen om de centra te bezoeken. Het aandeel bezoekers dat voor een gerichte aankoop komt, nam de afgelopen jaren wel af, waarmee boodschappen doen steeds meer het belangrijkste bezoekdoel wordt. Maar weinigen komen nog om recreatief 'te winkelen'. We zien dit ook terug in het aantal bezochte winkels: gemiddeld 2,1. In 2015 was dat nog 2,7. Maar 6% bezoekt meer dan 4 winkels (2015: 13%). In de looproutes en bezoekduur is de grote groep korte, gerichte centrumbezoeken duidelijk te herkennen (heen en weer, korte afstand, snel weer weg).



Meer verblijven en meer horecabezoek

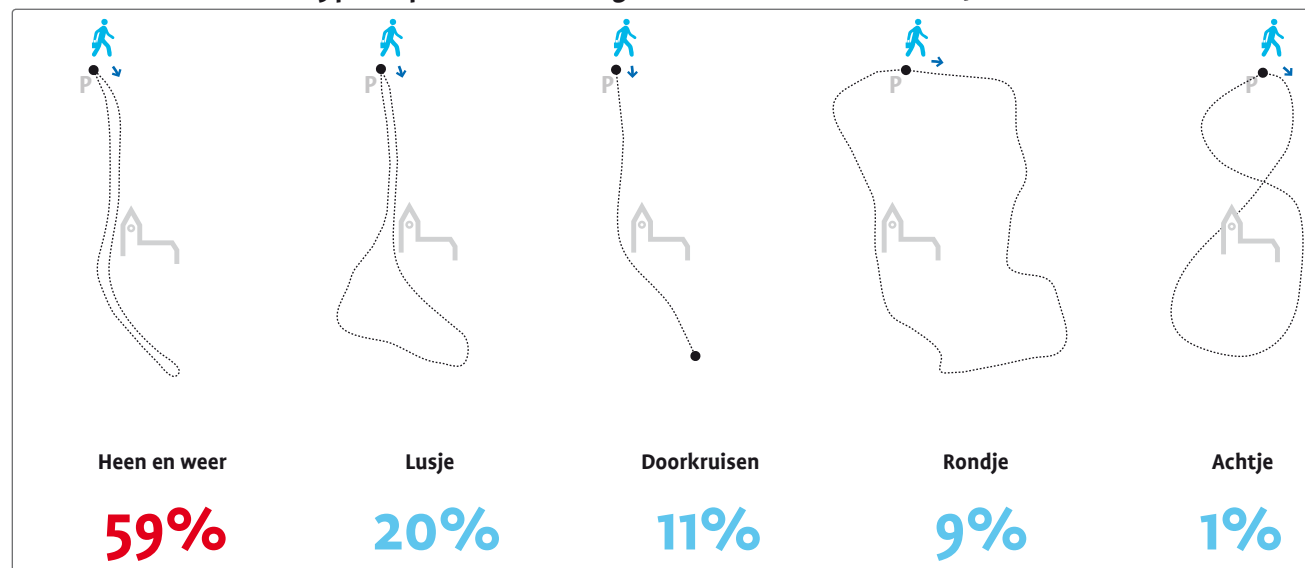
Opvallend daarentegen is dat verblijven een belangrijker bezoekdoel wordt. 15% heeft dit als belangrijkste bezoekdoel (2015: 8%). Het aandeel centrumbezoekers dat horeca bezocht nam toe van 13 naar 15%.

Tegelijkertijd nam het aandeel centrumbezoekers dat een winkel bezocht af van 96 naar 88%.

Minder regio, hogere bezoekfrequentie, meer fietsen

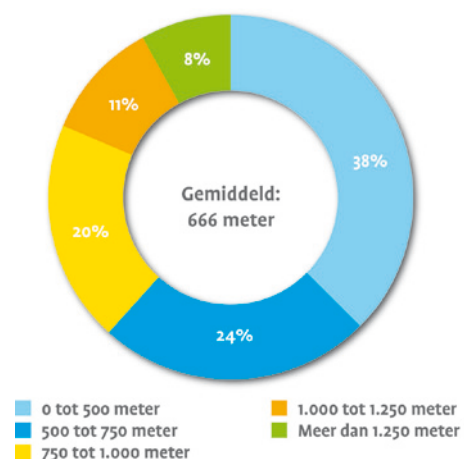
Het (veranderende) bezoekdoel gaat samen met het (meer) lokale publiek in het centrum. Maar liefst 81% woont binnen 8 kilometer van het centrum, in 2015 was dit nog 'maar' 77%; de functie voor de regio neemt af. Deze lokale functie gaat gepaard met een hoge bezoekfrequentie: 76% komt elke week of nog vaker (in 2015 69%). Ook het aandeel autogebruik neemt af: nog maar 35% komt met de auto, in 2015 was dat nog 45%. Het belang van de (elektrische) fiets neemt toe (van 35% naar 41%).

Aandeel bezoekers naar type looproute in middelgrote centra van 20.000 tot 40.000 m² vwo

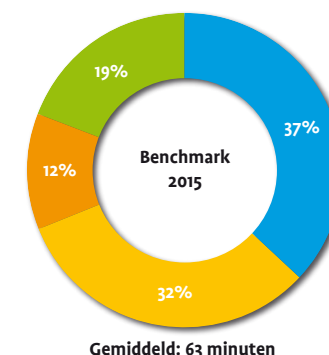
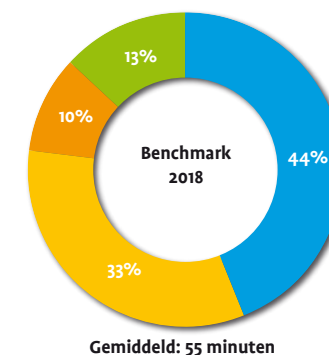


Uitkomsten onderzoek onder middelgrote centra van 20.000 tot 40.000 m² vwo

Lengte looproute



Bezoekduur 2015 en 2018



Bijlage 2 - Leefstijlen

Hier worden enkele leefstijlen uitgelicht die voor het centrum van Naaldwijk van belang zijn. Dit Whize-huishoudenssegmentatiemodel is een product van Whooz.

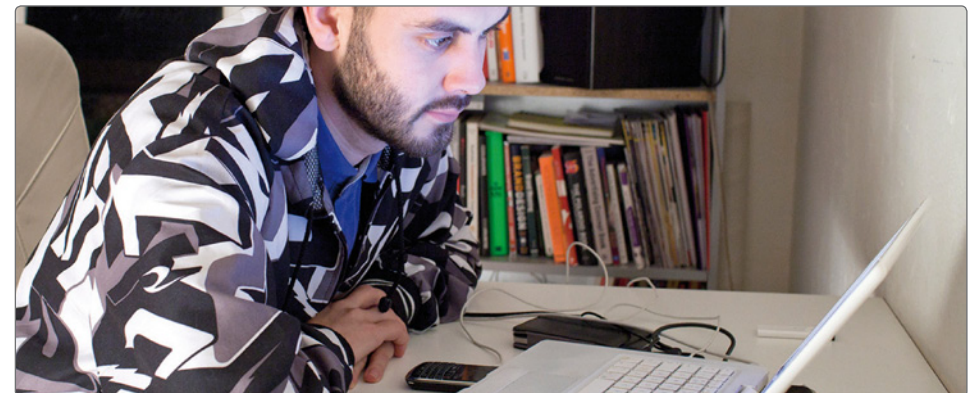
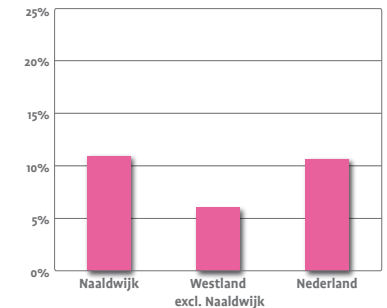


Jonge Digitalen

De Jonge Digitalen variëren sterk in leeftijd: het merendeel is jonger dan 30 jaar. Ze wonen meestal alleen en hebben nog geen kinderen. Sommige Jonge Digitalen hebben wel al een kind en wonen dan samen. Het opleidingsniveau van de Jonge Digitalen verschilt sterk: van laag tot universitair. Ze hebben nog geen full-time baan en daardoor een beneden-modaal tot 1,5 keer modaal inkomen. Er staat geen auto voor de deur; meestal reizen ze met het openbaar vervoer.

Recent zijn de Jonge Digitalen verhuisd naar een huurappartement of eventueel een tussenwoning van maximaal 90 m² in de grotere studentensteden.

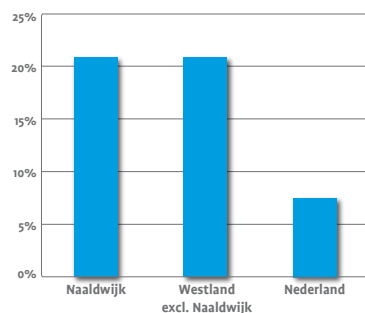
“Internet is een belangrijk deel van mijn dagelijkse leven.”



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.

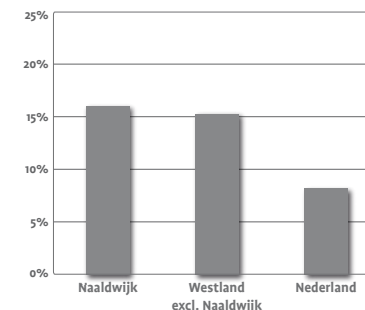
“Het is altijd gezellig thuis, maar ik ben er zelf meestal niet voor zes uur.”



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.”

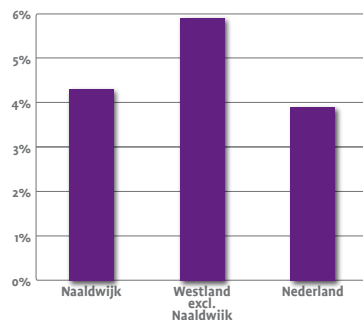


Elitaire Topklasse

De Elitaire Topklasse bestaat vooral uit getrouwde stellen vanaf 45 jaar, waarvan de kinderen nog thuis wonen of al uit huis zijn. De kinderen die nog thuis wonen, zijn meestal ouder dan 13 jaar. De naam zegt het eigenlijk al: de Elitaire Topklasse behoort tot de hoogste sociale klassen. Ze zijn universitair geschoold en runnen een succesvol bedrijf, zijn leidinggevende of genieten inmiddels van hun pensioen. Ze bezitten vaak twee auto's.

De Elitaire Topklasse is te vinden in de bekende duurdere gemeenten van Nederland. Hier bezitten ze een vrijstaande koopwoning of huren ze een vrijstaande woning via een particulier.

“Ik heb mijn bedrijf verkocht op het hoogtepunt en sindsdien rentenier ik. We genieten er goed van.”

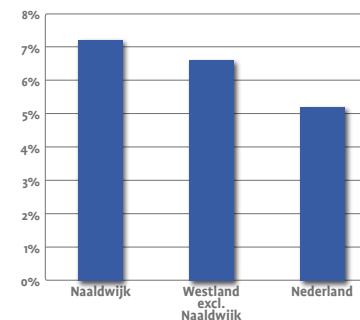


Gouden Rand

De Gouden Rand is getrouwd en gemiddeld tussen de 45 en 75 jaar oud. Ze hebben één tot drie kinderen, meestal van 6 jaar of ouder. In sommige gevallen wonen de kinderen al op zichzelf. De Gouden Rand bestaat uit hoogopgeleide, vaak universitair geschoolde mensen. Ze werken full-time als leidinggevende of hebben een bedrijf aan huis. Ze hebben meestal twee auto's. De Gouden Rand verdient goed en behoort tot de twee hoogste sociale klassen van Nederland.

De Gouden Rand woont in ruime twee-onder-één-kap- en vrijstaande woningen (minimaal 136 m²), in de duurdere gemeenten van Nederland. De woningen zijn recent gebouwd of juist in de jaren 20 of 30.

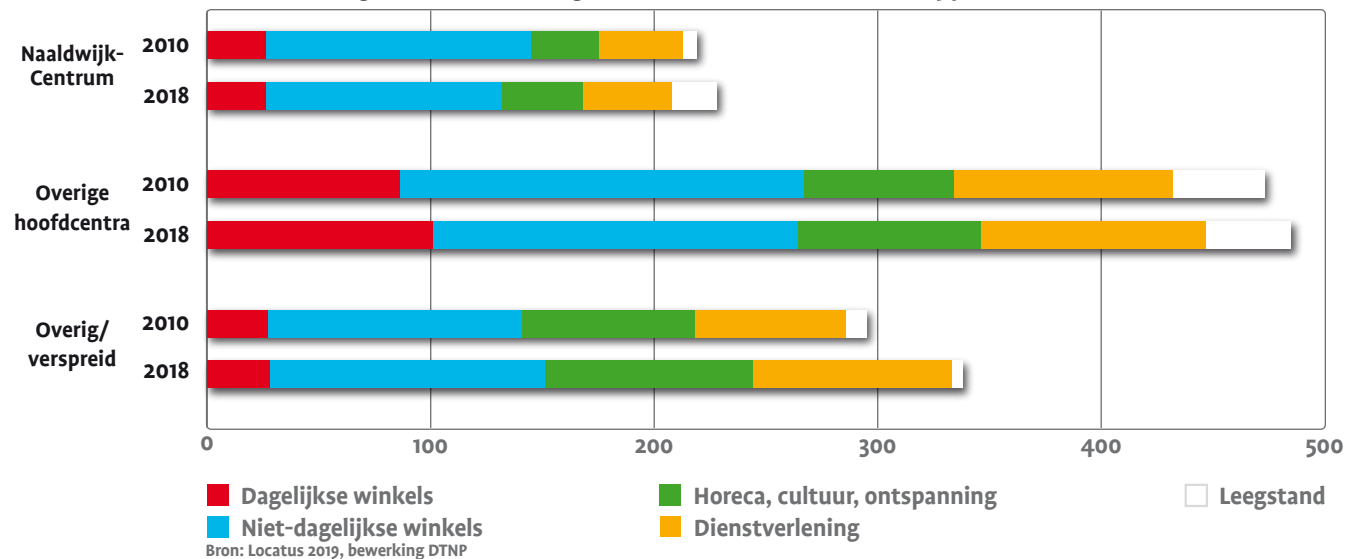
“Voor mij heeft het leven een gouden randje, ik geniet volop van alle mogelijkheden die we hebben.”



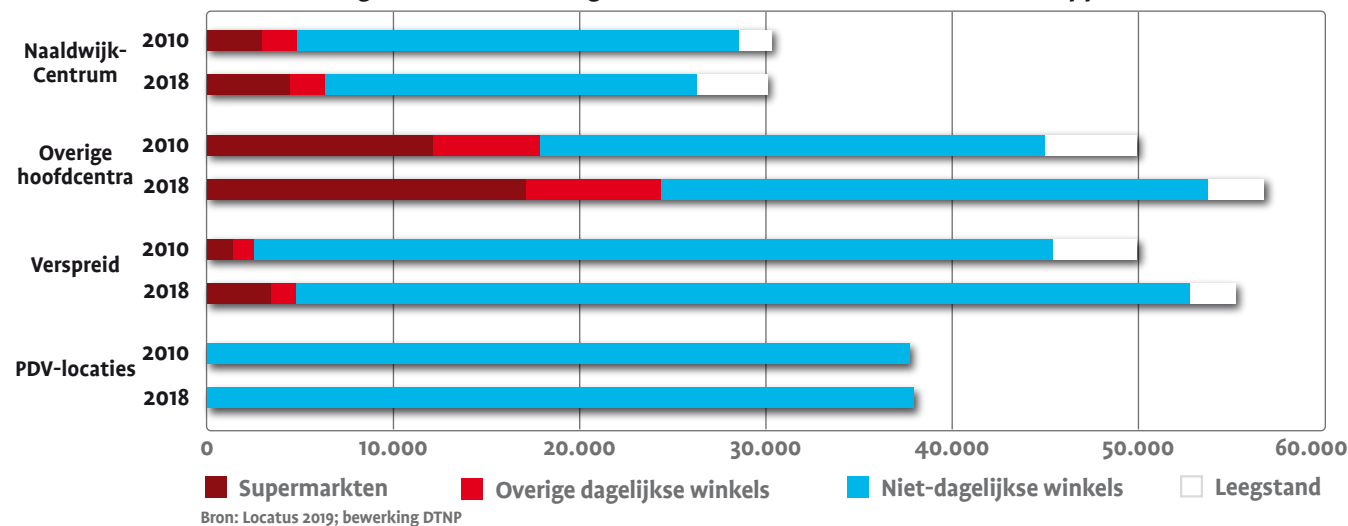
Bijlage 3 - Aanbodontwikkeling Westland

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 m² winkelvloeroppervlak



Bijlage 4 - Marktruimte dagelijks winkelaanbod 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 (m² winkelvloeroppervlak) en de benodigde omzet per m² 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 20.450 inwoners in de woonplaats Naaldwijk;
- circa 90.350 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 in Naaldwijk en het overige Westland 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

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

** Retail Insiders, Memo december 2018.

lagere omzet per hoofd als gevolg. Momenteel is het online aandeel in Naaldwijk circa 2,2% (Randstad 3,1%). Voor 2025 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 € 2.432 (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 6.300 m² wvo. De ontwikkeling van een grote supermarkt op de Rentmeesterlocatie (+ 3.600 m² wvo Rentmeesterlocatie, - 1.200 m² wvo Emmastraat) creëert een aanbod van 8.700 m² wvo in de toekomstige situatie.

Vloerproductiviteit

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (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 (m²). Omzetten staan landelijk gemiddeld onder druk. Het aanbod groeit (o.a. door de concurrentiestrijd onder supermarkten) sneller dan de vraag. Ook in Naaldwijk 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 omzetspotentieel. De mate waarin het omzetspotentieel 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 75% van de dagelijkse bestedingen

uit de woonplaats Naaldwijk en nog 3% van de bestedingen uit de overige gemeente Westland. Van buiten de gemeente komt nog circa 11% van de omzet*. Een binding van circa 75% van de bestedingen vanuit de eigen woonplaats is normaal voor een plaats met een compleet centrumgebied.

Conclusie

In 2025 is de kwantitatieve marktbehoefte voor winkelaanbod in de dagelijkse sector, uitgaande van de in 2018 gemeten koopstromen, circa 6.200 m² vvo. Dat is om en nabij gelijk aan het huidige aanbod.

De toevoeging van een grote supermarkt is in de toekomstige situatie pas haalbaar bij een veel hogere binding en toevloeiing. Een binding van 90% is weinig realistisch (bijv. afvloeiing naar discounters) en de bestedingen van buiten Naaldwijk moeten dan alsnog verdubbelen.

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

Indicatieve berekening van marktruimte voor winkelaanbod in de dagelijkse sector in het centrum van Naaldwijk

	2025 Model koopstromen 2018	2025 Theoretisch model benodigde bestedingen voor circa 8.700 m ²
Dagelijkse omzet per hoofd Naaldwijk (excl. BTW en internet)	€ 2.432	€ 2.432
Inwoners Naaldwijk	20.450	20.450
Koopkrachtbinding Naaldwijk aan het centrum	75%	90%
Omzet uit Naaldwijk (excl. BTW en internet)	€ 37,5 mln.	€ 44,8 mln.
Dagelijkse omzet per hoofd overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 2.492	€ 2.427
Inwoners overige gemeente	90.350	90.350
Koopkrachtbinding overige gemeente aan het centrum	3%	7%
Omzet uit overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 5,9 mln.	€ 15,4 mln.
Toevloeiing van buiten gemeente Westland naar het centrum	9%	9%
Omzet uit toevloeiing (excl. BTW en internet)	€ 4,3 mln.	€ 5,9 mln.
Totale winkelomzet (excl. BTW en internet)	€ 47,6 mln.	€ 66,1 mln.
Gemiddelde winkelomzet per m ² vvo in NL	€ 7.634	€ 7.634
Potentieel winkelaanbod in m ² vvo in Naaldwijk-Centrum	6.200	8.650

Bijlage 5 - 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 (m² winkelvloeroppervlak) en de benodigde omzet per m² 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 het meest van waarde:

- Onder de subgroepen van de niet-dagelijkse sector is de mode & luxe-sector veruit het grootst (m² wvo) in het centrum van Naaldwijk.
- Het mode & luxe-aanbod is voornamelijk in het hoofdcircuit van Naaldwijk-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 29-11-2018 heeft DTNP specifiek voor deze subsector beschikking over actuele informatie.

Omvang verzorgingsgebied

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

- circa 20.450 inwoners in de woonplaats Naaldwijk;
- circa 90.350 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 in Naaldwijk en het overige Westland 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 Naaldwijk 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 13.400 m² wvo (29-11-2018).

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

** Retail Insiders, Memo december 2018.

Vloerproductiviteit

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in de mode & luxe-sector € 2.662,- per jaar (excl. btw).*** De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is de resultante van vraag (omzet) en aanbod (m²). Omzetten staan landelijk gemiddeld onder druk. Ook in Naaldwijk moet deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit daarom als ondergrens worden beschouwd voor goed functioneren.

Ontwikkeling koopstromen gemeente Westland in de mode & luxe-sector

	2016			2018		
	Internet	Naaldwijk-Centrum	Ander winkelgebied	Internet	Naaldwijk-Centrum	Ander winkelgebied
Vanuit Naaldwijk	20,3%	55%	24,6%	24,7%	47%	28,2%
Vanuit overig Westland	20,1%	26,3%	53,7%	26%	20,7%	53,4%

Indicatieve berekening van marktruimte voor winkelaanbod in de mode & luxe-sector in het centrum van Naaldwijk

	2025
Mode & luxe-omzet p per hoofd Naaldwijk (excl. BTW en internet)	€ 767
Inwoners Naaldwijk	20.455
Koopkrachtbinding Naaldwijk aan het centrum	60%
Omzet uit Naaldwijk (excl. BTW en internet)	€ 9.418.264
Mode & luxe-omzet per hoofd overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 756
Inwoners overige gemeente	90.354
Koopkrachtbinding overige gemeente aan het centrum	20%
Omzet uit overige gemeente (excl. BTW en internet)	€ 13.666.653
Toevloeiing van buiten gemeente Westland naar het centrum	18%
Omzet uit toevloeiing (excl. BTW en internet)	€ 5.067.421
Totale winkelomzet (excl. BTW en internet)	€ 28.152.338
Gemiddelde winkelomzet per m ² wvo in NL	2.662
Potentieel winkelaanbod in m ² wvo in Naaldwijk-Centrum	10.500
Aanwezig winkelaanbod in m ² wvo in Naaldwijk-Centrum	13.400

Binding en toevloeiing

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

De ontwikkeling van de koopstromen van 2016 naar 2018 laat een zeer snel positie-verlies zien. Met name uit het overig Westland verliest Naaldwijk-Centrum snel terrein ten opzichte van internet. Deze ontwikkeling is niet zomaar te stoppen.

Het centrum bindt momenteel 63% van de bestedingen die inwoners van Naaldwijk in fysieke winkels doen ($47/(1-0,247)$). Vanuit het overig Westland is dat nog circa 28% ($20,7/(1-0,26)$). Van buiten de gemeente komt nog circa 24% van de mode & luxe-omzet*.

Gezien de trend (afname) is voor 2025 het behoud van deze koopstroom-oriëntaties niet realistisch. Een binding van 60% vanuit de eigen woonplaats, een binding van 20% vanuit het overig Westland en een toevloeiing van 18% van buiten de gemeente is voor de toekomst een werkbare ambitie.

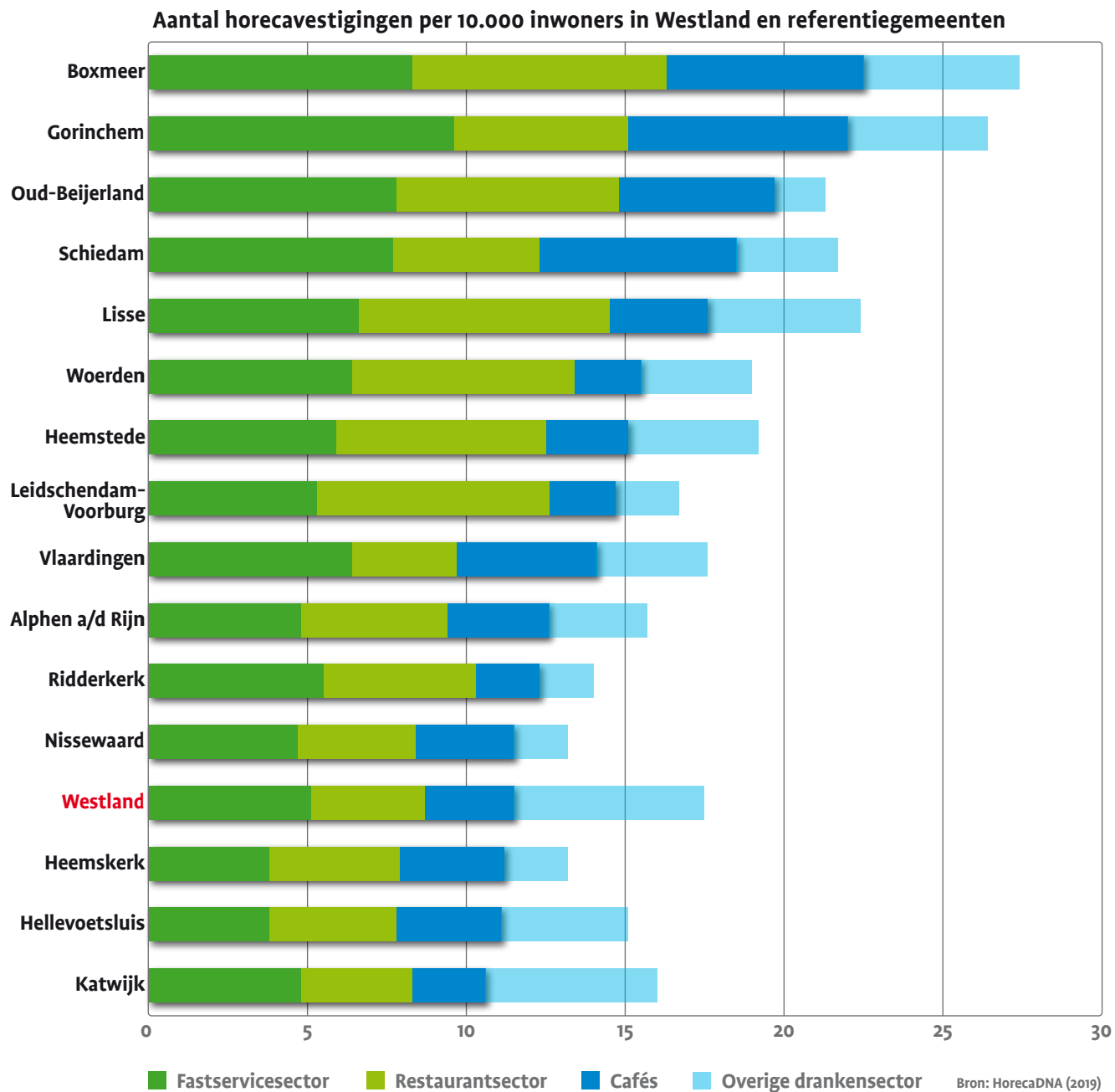
Conclusie

Op basis van bovenstaande aannames is in 2025 de indicatieve marktbehoefte voor winkelaanbod in de mode & luxe-sector circa 10.500 m² wvo. Dat is minder dan er nu alleen al in het hoofdcircuit gevestigd is.

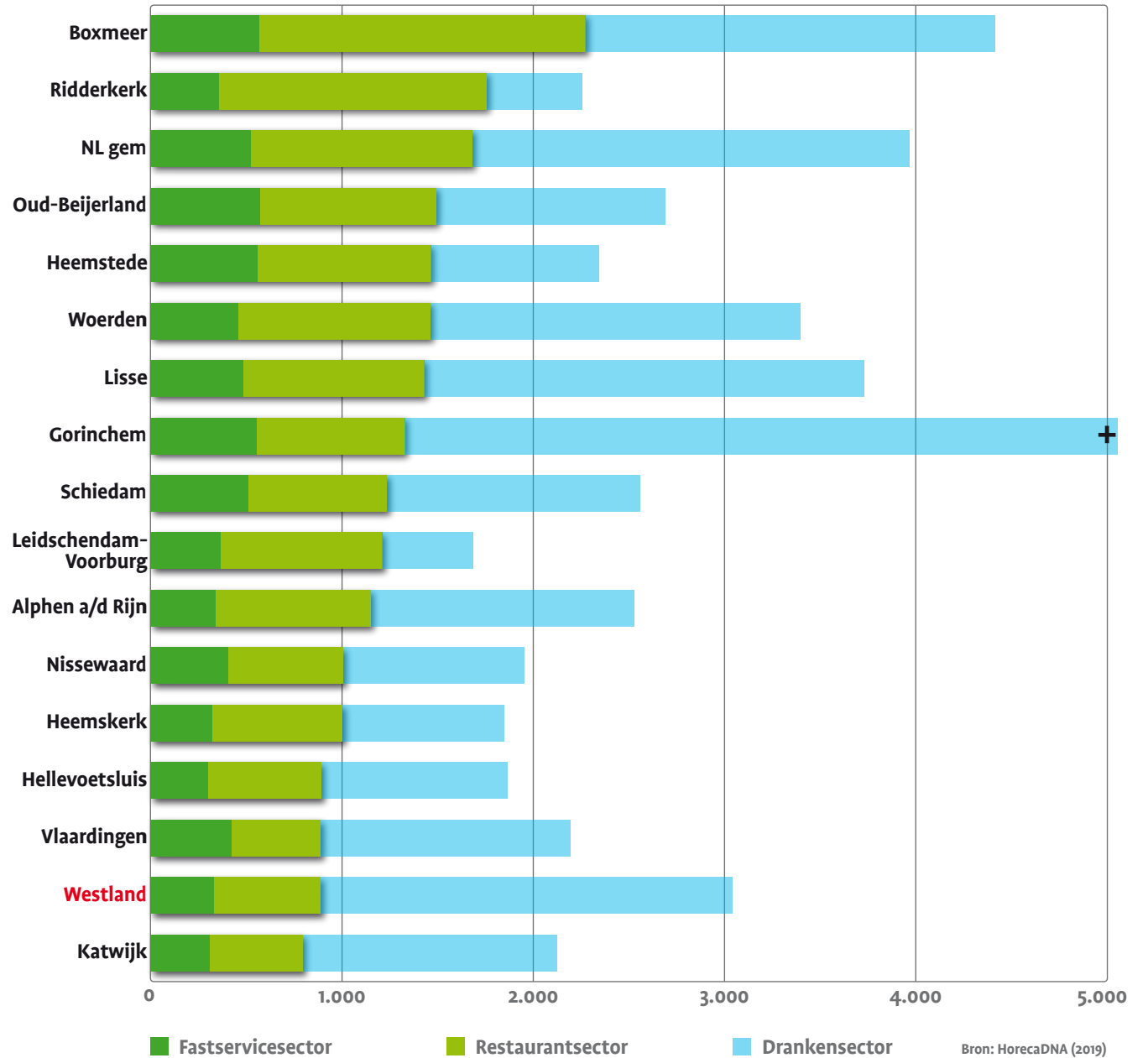
* I&O en DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018, bewerking DTNP.

Bijlage 6 - Benchmark horeca-aanbod

De horeca-sector in het Westland heeft enkele bijzondere kenmerken. In vergelijking met andere gemeenten is er relatief weinig horeca-aanbod in de branches die in centrumgebieden zijn te verwachten: cafés, restaurants, lunchrooms, etc. Er is juist veel aanbod in de 'overige-drankensector', zoals zalencentra en horeca bij sport-, recreatie-, strand- of evenementenbedrijf. Dit zijn zaken met een gemiddeld groter vloeroppervlak, waardoor het oppervlak in de drankensector in de gemeente groot is (grafiek p. 49).



Horeca-aanbod (in m² vvo) per 10.000 inwoners in Westland en referentiegemeenten



Bron: HorecaDNA (2019)

Bijlage 7 - Combinatiebezoek trekkers

Inpassing supermarkten en combinatiebezoek

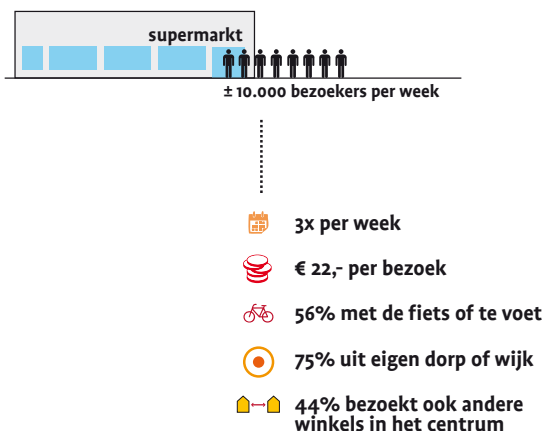
Overige winkels kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van supermarkten, mits de supermarkt goed is gelegen. Onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren.

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 een of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor service- als voor discountsupermarkten.

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

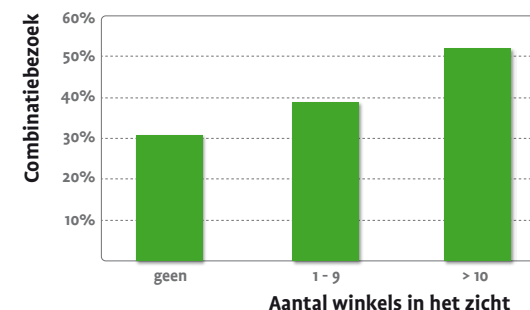
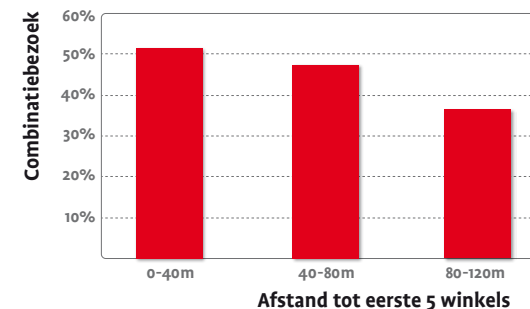
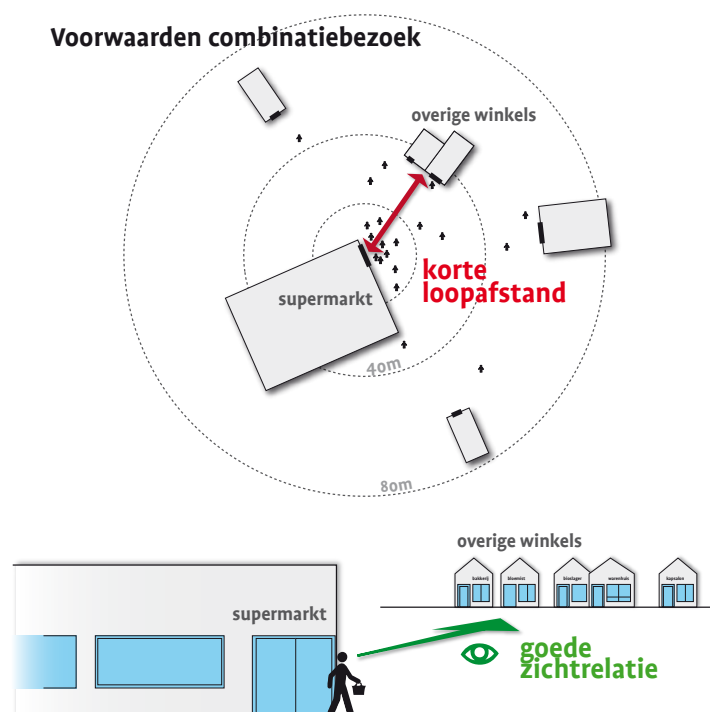
Wanneer de eerste (vijf) winkels niet binnen 80 meter van de supermarkt liggen neemt het aandeel combinatiebezoek al snel af. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen. De ligging van een supermarkt met de in- en uitgang in de hoofdwinkelstraat levert vanuit deze uitkomsten optimale resultaten.

Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland



Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

Voorwaarden combinatiebezoek



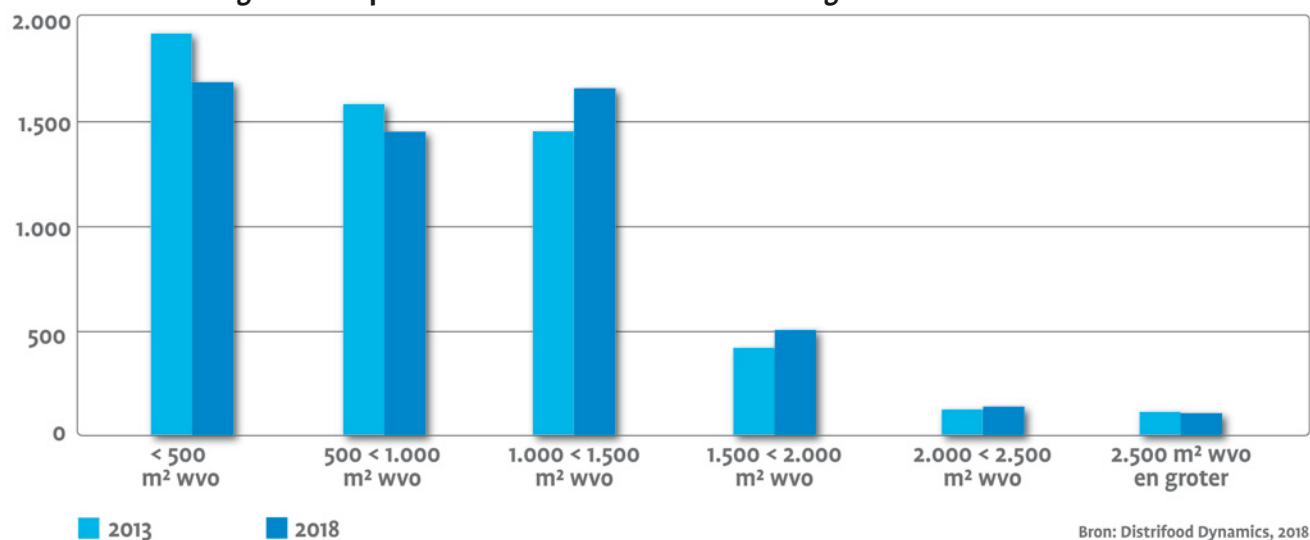
Bijlage 8 - Ontwikkeling omvang supermarkten

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 m² wvo trekt minimaal 10.000 bezoekers per week.

- Vooral het aantal supermarkten van 1.200 tot 2.000 m² 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



Bijlage 9 - Te optimaliseren centra

De 'te optimaliseren centra' in de beleidsnota detailhandel van Zuid-Holland worden als volgt beschreven:

“Deze centra hebben in de huidige structuur een bovenlokale functie en zijn de afgelopen jaren veelal in omvang toegenomen. Ze beschikken over het algemeen echter niet over een kritische massa aan detailhandel die juist de grotere steden aantrekkelijk maken voor aankoop van nietdagelijkse artikelen. Daarnaast zijn branches die veelal op internet worden gekocht, zoals kleding en elektronica, juist aanwezig in dit type centra. Andere publieksfuncties zoals horeca en leisure zijn over het algemeen minder sterk vertegenwoordigd wat zorgt voor een lagere aantrekkelijkheid van deze centra. Voor deze centra streven we primair naar kwalitatieve versterking, maar in beginsel niet naar een kwantitatieve uitbreiding. De uitkomsten van het KSO 2016 laten zien dat deze centra onder druk staan.”



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

