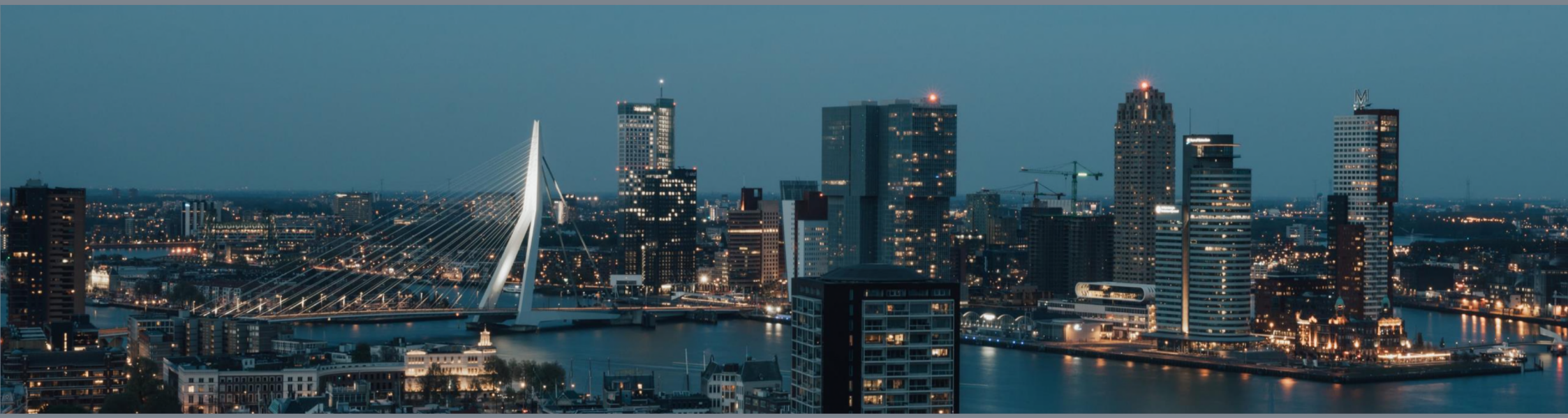
Detailhandelsprogramma en positionering Rijnhavenkwartier Rotterdam

Gemeente Rotterdam

<Status>



BRO
Ruimte | om *in* te leven

colofon

projectnaam
Detailhandelsprogramma en positionering Rijnhavenkwartier Rotterdam

datum
1 september 2022

projectnummer
P05806

opdrachtgever
gemeente Rotterdam

BRO
projectleider
FWi
projectteam
RKo, KtB

bron Kaft
BRO



BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

BRO
Ruimte om *in* te leven

Inhoudsopgave

1 Inleiding *3*
1.1 Aanleiding 3
1.2 Aanpak 3

2 Conclusies en aanbevelingen *5*
2.1 Inleiding 5
2.2 Positionering detailhandel Rijnhavenkwartier en haalbaarheid 5
2.2.1 Detailhandel voor dagelijkse behoefte 5
2.2.2 Specialistisch niet dagelijks aanbod 5
2.3 Ruimtelijke functionele samenhang 6
2.4 Aanbevelingen 6
2.4.1 Haalbaar en kansrijk 6
2.4.2 Randvoorwaarden 6
2.5 Antwoorden op vragen en opmerkingen van de Adviescommissie 6

3 Positionering Rijnhaven *9*
3.1 Inleiding 9
3.1.1 Het initiatief 9
Economisch draagvlak in de directe omgeving verdubbelt 9
3.1.2 Beleidsmatige kaders 11
3.2 Aanbod in beeld 12
3.2.1 Huidige situatie 12
3.2.2 Overige randgebieden in Rotterdam 13

4 Dagelijks aanbod *15*
4.1 Inleiding 15
4.2 Analyse huidige situatie 15
4.2.1 Verzorgingsgebied 15
4.2.2 Consumentendraagvlak 15
4.2.3 Dagelijks aanbod 16
4.3 Behoefte en effecten 18
4.3.1 Uitgangspunten 18
4.3.2 Toelichting gehanteerde koopstromen 19
4.3.3 Bestedingen 19
4.3.4 Toevloeiing 19
4.3.5 Economisch functioneren 20
4.3.6 Kwalitatieve behoefte 20
4.3.7 Effecten 21

5 Niet dagelijks aanbod *23*
5.1 Inleiding 23
5.2 Trends en ontwikkelingen binnensteden 23
5.2.1 Omzet en bestedingen 23
5.2.2 Recreatief winkelen 24
5.2.3 Doelgericht winkelen 24
5.2.4 Overige algemene trends 24
5.2.5 Trends binnensteden 25
5.3 Vergelijkingen in Nederlands perspectief 26
5.3.1 Conclusies 26
5.3.2 Honigcomplex, Nijmegen 27
5.3.3 Bassin, Maastricht 28
5.3.4 Modekwartier, Arnhem 29
5.3.5 Strijp-S, Eindhoven 30
5.4 Vergelijkingen in internationaal perspectief 31
5.4.1 ‘t Eilandje, Antwerpen 31
5.4.2 Oude havengebied, Hamburg 32
5.4.3 Vesterbro & Nørrebro, Kopenhagen 33
5.5 Overige nieuwe winkelconcepten 34
5.6 Kansen en effecten 35
5.6.1 Ontwikkeling randgebieden Rotterdam 35
5.6.2 Aanbod buiten de hoofdwinkelgebieden 37

Bijlage 1 Vigerend beleid

Bijlage 2 Whize segementen

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Context

Het Rijnhavenkwartier is een dynamisch gebied dat volop in ontwikkeling is. Wonen, werken, winkelen en recreëren komen samen in één gebied. Sinds de nieuwe omgevingsvisie wordt het gebied gerekend tot de binnenstad van Rotterdam. Het Rijnhavenkwartier is gelegen in de Rotterdamse wijk Feijenoord en heeft nog veel kenmerken van vroeger zoals de historische kades en industriële monumenten. Met deze nieuwe ontwikkeling wordt het Rijnhavenkwartier nadrukkelijk een onderdeel van de groeiende binnenstad ten zuiden van de Maas. In veel opzichten heeft het gebied het kwaliteitsniveau en de uitstraling van een moderne hoogbouw binnenstad.

De komende jaren vindt er op deze locatie grootschalige woningbouw plaats voor diverse doelgroepen in het hoogstedelijke segment. Als gevolg van het stijgende aantal inwoners in het gebied neemt de druk op het reeds bestaande dagelijkse aanbod toe.

In het plangebied zal Stilwerk (een Duits woninginrichtingsconcept met diverse internationale design aanbieders, Rotterdam wordt de eerste vestigingslocatie in Nederland) in 2023 haar deuren openen. Verwacht wordt dat deze nieuwkomer een bovenregionale aantrekkingskracht heeft en hierdoor meer bedrijven zich in het gebied willen vestingen. Planologisch wordt de beoogde detailhandel in het Rijnhavenkwartier geregeld in nieuwe bestemmingsplannen voor de Rijnhaven en Katendrecht, projectbestemmingsplannen en anterieure overeenkomsten.

Eerder onderzoek en vragen Provinciale Adviescommissie

In het voorjaar van 2022 heeft BRO in opdracht van de gemeente Rotterdam een haalbaarheidsstudie uitgevoerd waarin de actuele behoefte aan dagelijks aanbod inzichtelijk wordt gemaakt.

De gemeente Rotterdam heeft in juni 2022 een adviesaanvraag gedaan bij de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland. In de ‘Eerste reactie detailhandelsontwikkelingen Rijnhavenkwartier’ heeft de commissie een aantal vragen en opmerkingen geplaatst. In paragraaf 2.4 wordt hier verder op ingegaan.

Doel- en vraagstelling gemeente Rotterdam

De vraag van de gemeente Rotterdam aan BRO heeft betrekking op de vragen en opmerkingen die door de Adviescommissie in de ‘Eerste reactie detailhandelsontwikkelingen Rijnhavenkwartier’ naar voren zijn gebracht ten aanzien van de detailhandelsinvulling en de positionering van het gebied uit oogpunt van de detailhandel. Deze vragen worden in de voorliggende rapportage behandeld. Er wordt dus niet specifiek ingegaan op aspecten die betrekking hebben op de bestemmingsplannen, de inzet van andere instrumenten en op procesvragen.

1.2 Aanpak

De reactie van de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland staan centraal in de voorliggende rapportage. Verder wordt in de rapportage een onderbouwing gegeven voor een goede ruimtelijke ordening van het Rijnhavenkwartier. Verschillende onderdelen uit de Ladder voor duurzame verstedelijking worden hierin doorlopen.

Kwantitatieve benadering

Waar het vorige rapport van BRO een haalbaarheidsonderzoek betrof, en zich beperkte tot de verkenning van de behoefte aan dagelijkse boodschappen in het verzorgingsgebied van het Rijnhavenkwartier, zal nu een uitgebreid DPO worden gemaakt voor de dagelijks artikelen sector. Voor de sector niet-dagelijks zal waar mogelijk een kwantitatieve onderbouwing opgesteld worden. De invulling van deze sector en de diversiteit van de doelgroepen maakt het niet mogelijk om een standaard DPO-berekening te maken.

Dagelijks

Voor de dagelijkse artikelensector speelt het aanbod in relatie tot het draagvlak een bepalende rol in de berekeningen van de kansen en de effecten. Het gevestigde aanbod in Vuurplaat en Afrikaanderplein zijn nabij gelegen winkelgebieden, die beide ook onderdeel uit maken van het Rotterdamse winkelbeleid (Gebiedskoers Detailhandel 2022-2025). Daarnaast is er verspreid aanbod en geclusterd aanbod op grotere afstand aan de Beijerlandselaan, Groene Hilledijk, Entrepotgebied en op Zuidplein. Het inwoneraantal in het directe verzorgingsgebied van de Rijnhaven zal fors toenemen.

Niet dagelijks

In de effectenanalyse wordt gekeken naar het effect van de ontwikkeling van het Rijnhavenkwartier op het Hart van Zuid en de noordelijke binnenstad. Hierbij wordt getoetst of een omvang van 6.100 m² wvo niet voor onaanvaardbare omzet- en leegstandseffecten zorgt.

Kwalitatieve benadering

Naast de kwantitatieve benadering voor dagelijks, en waar mogelijk niet dagelijks aanbod, wordt in de aanpak uitvoering ingegaan op de positionering van het gebied in de gordel van het binnenstadsrandgebied van Rotterdam. We kijken daarbij

naar de situatie in Rotterdam, naar vergelijkbare ontwikkelingen in andere Nederlandse binnensteden en naar internationale voorbeelden.

Met het oog op mogelijke effecten van de ontwikkeling aan de Rijnhaven wordt de concurrentiepositie in beeld gebracht en wordt rekening gehouden met gemeentelijke beleidsambities voor omliggende winkelgebieden en verspreide bewinkeling.

2 Conclusies en aanbevelingen

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk vatten we de conclusies uit het onderzoek samen en formuleren we de aanbevelingen naar aanleiding van het onderzoek. We gaan hier ook in op de vragen en opmerkingen die door de Adviescommissie in de 'Eerste reactie detailhandelsontwikkelingen Rijnhavenkwartier' naar voren zijn gebracht.

2.2 Positionering detailhandel Rijnhavenkwartier en haalbaarheid

2.2.1 Detailhandel voor dagelijkse behoefte

Ruimtelijke positionering

Als we kijken naar de winkelstructuur in het verzorgingsgebied (wijk Feijenoord) in relatie tot de bevolkingsontwikkeling en de ruimtelijke verdeling van de woningbouw dan is er een goed perspectief voor een modern cluster van dagelijks aanbod in het Rijnhavenkwartier. Ruimtelijk is de positionering ten opzichte van Vuurplaat en Boulevard Zuid gunstig. Ook voor overige gebieden in Rotterdam is het gebied gunstig gelegen door de verbindingen met de metro, RandstadRail en tram. De voorgenomen ontwikkeling ligt relatief dicht bij het Afrikaanderplein, maar deze locatie kan de toekomstige behoefte aan dagelijks aanbod in het gebied ruimtelijk niet opvangen en het perspectief van het gebied dat een versnipperd aanbod kent is niet gunstig. Dit wordt ook in het gemeentelijk beleid (Gebiedskoers) geconstateerd.

Omvang en effecten

In het gebied neemt de bevolking de komende jaren fors toe. De gemiddelde vloerproductiviteit voor het reeds gevestigde dagelijks aanbod en het toekomstige Rijnhavenkwartier komt hierdoor fors boven de huidige gemiddelde vloerproductiviteit te liggen (ca. +30%). De effecten op het omliggend aanbod (Vuurplaat, Boulevard Zuid) zijn gezien de forse bevolkingstoename zeer beperkt en meer afhankelijk van de ontwikkeling van het aanbod in die betreffende gebieden dan door invloed vanuit het Rijnhavenkwartier. De nieuwe ontwikkeling biedt ook perspectief voor verplaatsers vanuit minder kansrijke locaties of omdat er op de huidige plek geen uitbreidingsmogelijkheden zijn.

Een invulling met regulier aanbod (supermarkten, speciaalzaken) is een sterke ontwikkeling en beantwoord aan de behoefte van de (toekomstige) bewoners van het gebied. Specialistisch foodaanbod, zeker waar het combineert met horeca, kan hier voor diversiteit in het aanbod zorgen. Deels kan dit ook ingevuld worden in de plint tussen de cluster dagelijks en het bestaande Fenix Food Factory en Deliplein. Dit aanbod zal naast wijkgericht ook sterk op de stedelijke bezoeker en toerisme en recreatie gericht zijn.

Gezien de forse bevolkingsgroei zal er in het cluster ook behoefte zijn aan frequent benodigd niet dagelijks aanbod (huishoudelijk, textiel, bloemen, lectuur).

2.2.2 Specialistisch niet dagelijks aanbod

Ruimtelijke positionering en profilering

Voor de invulling van het niet dagelijks aanbod vormt Stillwerk een belangrijk aanknopingspunt. De invulling hiervan bestaat uit retail in de woninginrichtingssfeer met een mix van showroom, design en advies. Het is een concept op basis van uniciteit en kwaliteit van individuele ondernemingen. Het verzorgingsgebied is stad, regio en ook bovenregionaal. Het concept zal een aantrekkingskracht uitoefenen op bedrijven met een profiel van design, art&culture en creativiteit. Retail zal zich hier ook mengen met productie en advies. De locatie, gelegen aan het recreatieve havenfront, is een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor dergelijke bedrijven. Daarnaast kan een dergelijk plek ook een aantrekkelijke vestigingsplaats zijn voor nieuwe winkelconcepten met een mix van online en offline. En bedrijven gericht op merkbeleving in combinatie met creativiteit, Social Media, beleving, videostudio's, augmented reality en kunstinstallaties, etc. Maar ook persoonlijk advies, demonstratie van nieuwe technologieën of aandacht voor de geschiedenis van het merk. Beleving zal voor de retail een belangrijke rol spelen. De omgeving van het toekomstig Rijnhavendistrict sluit daar naadloos op aan.

Omvang en effecten

Er wordt gedacht aan een omvang van ca. 6.100 m² wvo, exclusief de 3.000 m² wvo die voor Stilwerk beschikbaar zijn. Door het vernieuwende concept en de vestigingsplaats die zeker niet het karakter krijgt van een regulier winkelcentrum, is een kwantitatieve onderbouwing in de vorm van een DPO-berekening, niet op te stellen. Als we kijken naar internationale voorbeelden in steden als Antwerpen ('t Eilandje), Hamburg (oude havengebied) en Kopenhagen (Vesterbro & Nørrebro), dan is enige omvang noodzakelijk om profiel en uitstraling te genereren.

Als we in de Nederlandse context naar enkele binnenstedelijk randlocaties kijken zoals het Honigcomplex (Nijmegen), Bassin (Maastricht), Strijp-S (Eindhoven) en het Modekwartier (Arnhem), dan variëren deze van 2.000 m² wvo tot 7.000 m² wvo (excl. dagelijks).

Binnen Rotterdam is op dit moment een zestal binnenstedelijke randlocaties te onderscheiden die in omvang variëren van 4.500 m² wvo (Luchtsingel en Hofbogen) tot ca. 28.500 m² wvo (Nieuwe Binnenweg).

Kortom een maatvoering voor een concept op een dergelijke locatie met een bijzondere invulling is moeilijk te bepalen en kwantitatief te onderbouwen. Maar de internationale-, nationale- en Rotterdamse vergelijking maakt een maat van ca. 6.100 m² wvo (naast Stilwerk) zeer aannemelijk.

Net als in de sector dagelijkse artikelen hoeft het ook bij de niet dagelijkse sector niet alleen over nieuwvestigingen te gaan. Uit een analyse van solitair gevestigde bedrijven in de branches die passend zijn voor het concept in het Rijnhavenkwartier blijkt dat het in Rotterdam om ca. 126 bedrijven gaat. Of de Rijnhavenlocatie past bij het doelgroepprofiel van deze bedrijven is een afweging die de ondernemer moet maken, maar er is ook hier zeker potentie voor verplaatsing.

Als we uitgaan van het profiel van design, art&culture en creativiteit dan is een effect op het kernwinkelgebied van Rotterdam en Hart van Zuid niet te verwachten. De branches in dit segment zijn daar vrijwel niet terug te vinden. Ook ten opzichten van de bestaande binnenstadsrandlocaties in Rotterdam is het concept voor de Rijnhaven sterk onderscheidend.

2.3 Ruimtelijke functionele samenhang

Visie op clustering en spreiding aanbod

Het Rijnhavenkwartier transformeert van een voormalig havengebied naar een hoog stedelijk, gemengd stadsdeel. De stadsparkachtige invulling met waterrecreatie en de goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer maakt van het gebied een plek met aantrekkingskracht op de gehele stad en regio. De routing langs de kades verbindt de Wilhelminapier met Katendrecht. Bestaand trekpleisters zoals Hotel New York, Fenix Food Factory/Deliplein en het Nieuwe Luxor worden met elkaar verboden door middel van de invulling van een cluster dagelijks aanbod, Stilwerk en een plint met specialistisch niet dagelijks aanbod, gemengd met horeca, diensten, cultuur en flexwerklocaties/kantoren.

Het Rijnhavenkwartier heeft alle potentie om een nieuw gemengd hoogstedelijk gebied in het binnenstedelijk netwerk te worden, met een wijkverzorgende functie voor dagelijkse benodigdheden, een stedelijke en (boven) regionale verzorging voor het voorziene niche aanbod met het profiel van design, art&culture en creativiteit. En tevens een sterke toeristisch recreatieve functie.

2.4 Aanbevelingen

2.4.1 Haalbaar en kansrijk

De voorgestelde ontwikkeling van dagelijks aanbod, inclusief een beperkt deel frequent benodigd niet dagelijks aanbod, is zonder noemenswaardige effecten op de bestaande perspectiefrijke winkelstructuur haalbaar en kansrijk. Het is een belangrijke basisvoorzieningen voor het sterk groeiend aantal bovengemiddeld koopkrachtige inwoners in het noordwestelijk deel van de wijk Feijenoord.

De invulling van het specifieke niet dagelijks aanbod in het segment met het profiel design, art&culture en creativiteit past in de ontwikkeling van binnenstedelijk randlocaties met een eigen identiteit. Clustering van aanbod versterkt de aantrekkingskracht van Rotterdam. De ontwikkeling biedt plaats aan nieuwe concepten, maar biedt ook perspectief voor verplaatsers elders uit de stad.

2.4.2 Randvoorwaarden

Het bestemmingsplan/omgevingsplan is de belangrijkste basis om de haalbaar en kansrijk geachte ontwikkeling te borgen. Daarbij is nadrukkelijk aandacht voor de te realiseren ruimtelijk structuur gewenst. Het reguliere dagelijks aanbod vraagt uit oogpunt van gemak en efficiëntie voor de consument, om clustering. Hoogwaardig specialistisch food aanbod kan in combinatie met horeca ook meer verspreid aan het haven front een plek krijgen. De niet dagelijkse niche met design, art&culture en creativiteit zal een hogere concentratiegraad kennen nabij Stilwerk. En kan in de richting van het Fenix gebouw weer meer mengen met productie, ambacht, diensten. Flexibiliteit is een belangrijk aandachtspunt.

Het bestemmingsplan/omgevingsplan is een lastig instrument om regie te voeren op gewenste branchering en kwaliteit. Daartoe zullen goede afspraken met de ontwikkelaars voor het gebied gemaakt moeten worden. De oprichting van een vastgoed-BIZ (BedrijvenInvesteringsZone) kan in ieder geval voor coördinatie vanuit het collectief van marktpartijen zorgen. Elders in Rotterdam is dit succesvol gebleken.

Door ook instrumenten in te zetten buiten het Rijnhavendistrict kan eveneens de ontwikkeling gefaciliteerd worden. Voor solitaire winkelvestigingen geldt in Rotterdam al een beleid om geen verdere ontwikkeling toe te staan. Het faciliteren en stimuleren van transformatie naar bijvoorbeeld wonen kan sterk bijdragen aan het haalbaar maken van verplaatsingen.

2.5 Antwoorden op vragen en opmerkingen van de Adviescommissie

In deze paragraaf gaan we in op de vragen en opmerkingen van de Provinciale Adviescommissie. Voor zover de vragen betrekking hebben op het programma en de positionering van het Rijnhavendistrict. Er wordt dus niet specifiek ingegaan op aspecten die betrekking hebben op het bestemmingsplan, inzet van andere instrumenten (anders dan in algemene zin in subparagraaf 2.4.2) en op procesvragen.

Rijnhaven onderdeel ruimere binnenstad

1. **De gemeente Rotterdam ziet het Rijnhaven gebied als onderdeel van het ruimere begrip ‘binnenstad’. De Adviescommissie kan deze redenering volgen, maar vraagt om dit te onderbouwen.**
   Binnensteden veranderen van ‘places to buy’ naar ‘places to be’. Consumenten hebben vandaag de dag steeds meer behoefte aan sfeer en beleving. Het Rijnhavenkwartier ontwikkelt zich tot zo’n plek: een dynamisch gebied waar werken, wonen, winkelen en recreëren samenkomen. Qua type aanbod en branchering wordt met

de ontwikkeling beoogt het Rijnhavenkwartier complementair te laten zijn aan de noordelijke binnenstad. Een uitgebreidere toelichting is terug te lezen in hoofdstuk 5.

2. **Naast bovengenoemde onderbouwing vraagt de commissie ook om het innovatieve karakter van de toe te voegen retail te onderbouwen.**
Voor de invulling van het Rijnhavenkwartier zijn verschillende mogelijke uitgangspunten. Zo moet gedacht worden aan een spin-off vanuit Stilwerk, specifiek ondernemerschap en vrijetijd & hobby gerelateerde branches. Meer hierover is terug te lezen in paragraaf 5.6.2 en de notitie Retailconcept Rijnhavenkwartier Rotterdam (2022).

3. **De gemeente Rotterdam wenst de ontwikkeling in te vullen door middel van organisch groeiende stadsstraten. De Adviescommissie vraagt om inzicht in wat hier concreet mee wordt bedoeld, hoe dit te bewerkstelligen en welke instrumenten hiervoor worden ingezet?**
Wanneer een gebied een duidelijke profilering heeft gekregen trekt dit ook andere bedrijven binnen deze profilering aan. In het benchmark onderzoek is gekeken naar verschillende (vergelijkbare) gebieden in Rotterdam, Nederland en het buitenland. Zichtbaar is dat deze gebieden zich in de loop van de jaren verder hebben ontwikkelt tot wat ze nu zijn. Enige omvang is wel noodzakelijk om voldoende profiel en uitstraling te genereren. Een uitgebreidere toelichting is terug te lezen in paragraaf 2.4 en paragraaf 5.3. Organische groei kan ook betekenen dat het beoogde winkelvolume pas wordt bereikt als het gebied op de kaart staat. Tot dat moment is invulling met andere functies (denk aan werken, horeca en diensten) mogelijk en ook passend in het gemengde karakter van het gebied.

Typen en omvang detailhandel en verzorgingsgebieden

4. **De adviescommissie vraagt om een onderbouwing en een uitwerking van de visie op het plintprogramma en de winkelinvulling met 'design, creatief, cultuur, culinair, innovatief, duurzaam'.**
Een verdere uitwerking van het plintprogramma is terug te vinden in de notitie Retailconcept Rijnhavenkwartier Rotterdam (2022). In het voorliggende rapport is een benchmark gemaakt van vergelijkbare gebieden. Hiervoor is gekeken naar de positionering, de branchering en de ontwikkeling van het aanbod. Meer hierover is terug te lezen in paragraaf 5.3. Een maatvoering voor een concept op een dergelijke locatie met een bijzondere invulling is moeilijk te bepalen en te onderbouwen. Maar de internationale-, nationale- en Rotterdamse vergelijking maakt een maat van 6.100 m² wvo zeer aannemelijk.

5. **De commissie vraagt, waar dat kan, duidelijk in kaart te brengen welke detailhandelsmeters en -typen op welke plek beoogd zijn.**
In subparagraaf 3.1.1 is een overzichtskaart opgenomen waarin de retailprogrammering van het Rijnhavenkwartier zichtbaar is. In de kaart worden de verschillende clusters (boodschappencluster, het gemengde retailprogramma rond het Santosplein en het cluster met overig non-food) inzichtelijk gemaakt. Voor de gewenste organische ontwikkeling is flexibiliteit noodzakelijk.

6. **De Adviescommissie vraagt om inzichtelijk te maken wat de verzorgingsgebieden van de ontwikkelingen zijn en wat daarbij de effecten zijn op de bestaande detailhandel. (Beantwoording in paragraaf 5.6.2)**
Voor de dagelijkse cluster blijkt dat de toevoeging duidelijk in een behoefte voorziet en dat de effecten zeer beperkt zijn. Dit is nader toegelicht in paragraaf 4.3.7.

Stillwerk wordt een belangrijke trekker in het Rijnhavenkwartier. De invulling hiervan bestaat uit retail in de woninginrichtingssfeer met een mix van showroom, design en advies. Het is een concept op basis van uniciteit en kwaliteit van individuele ondernemingen. Het verzorgingsgebied is daardoor stad, regio en ook bovenregionaal. Het cijfermatig doorrekenen van een concept als dit is lastig. Met het concept voor design, art&culture en creativiteit wordt daar op aangesloten. Aanbod met dit profiel om in clusters binnen bestaande winkelgebieden vrijwel niet voor. Net als in de sector dagelijkse artikelen hoeft het ook bij de niet dagelijkse sector niet alleen over nieuwvestigingen te gaan. Uit een analyse van solitair gevestigde bedrijven in de branches die passend zijn voor het concept in het Rijnhavenkwartier blijkt dat het in Rotterdam om ca. 125 bedrijven gaat. Meer hierover is terug te lezen in subparagraaf 5.6.2.

7. **Specifiek voor de dagelijkse voorzieningen vraagt de Adviescommissie om het verzorgingsgebied voor de dagelijkse aankopen realistisch in kaart te brengen.**
Het verzorgingsgebied voor het dagelijks aanbod is afgebakend op de wijk Feijenoord, zie paragraaf 4.2. Voor de wijk Feijenoord is vervolgens gekeken naar de reeds gevestigde dagelijkse voorzieningen en de effecten op de bestaande structuur. In hoofdstuk 4 wordt verder ingegaan op het dagelijks aanbod.

8. **In de Pols van Katendrecht is reeds detailhandel gevestigd. Uit de aangereikte stukken is het de Adviescommissie niet duidelijk hoeveel nieuwe detailhandelsmeters worden toegevoegd (bovenop de reeds bestaande meters). Ook is nog niet inzichtelijk gemaakt of er detailhandelsmeters wegbestemd dan wel verplaatst worden. De Adviescommissie ziet dit graag verduidelijkt.**
In het gebied wordt maximaal ca. 7.000 m² wvo aan dagelijks aanbod toegevoegd. De verwachting is dat hiervan ook een klein deel ingevuld wordt met frequent benodigd niet dagelijks aanbod (huishoudelijk, textiel, bloemen, lectuur). Op de kaart in subparagraaf 3.1.1 is aangegeven waar de concentratie van het dagelijks aanbod wordt beoogd. In figuur 2 is de spreiding van dagelijks aanbod weergegeven. In de pols van Katendrecht is dit aanbod vrijwel niet aanwezig. DPO-technisch is er voldoende bestedingsruimte om bestaand aanbod te laten functioneren. Een verdere toelichting hierover is terug te lezen in hoofdstuk 4.

9. **In de eerdergenoemde rapportage van BRO van voorjaar 2022, komt volgens de Adviescommissie onvoldoende tot uiting hoe de ontwikkeling in het Rijnhavenkwartier zich verhoudt tot de reeds bestaande winkelgebieden zoals benoemd in de koersnotitie. Welke winkelgebieden blijven en welke winkelgebieden blijven niet?**
De ontwikkelingen worden zowel voor het dagelijks aanbod en niet-dagelijks aanbod vergeleken met het reeds gevestigde aanbod in Rotterdam. Het effect op de reeds bestaande winkelgebieden is beperkt gezien de forse bevolkingsontwikkeling, zie paragraaf 3.2. In subparagraaf 3.2.1 wordt gekeken naar het perspectief van de verschillende winkelgebieden. Het perspectief van Afrikaanderplein is beperkt, in de Gebiedskoers wordt benoemd dat de bestaande winkelstructuur blijft bestaan, maar er geen nieuwe detailhandel wordt toegevoegd. Voor het niet-dagelijks aanbod is de invulling beschreven in de notitie Retailconcept Rijnhavenkwartier Rotterdam (2022). Voor de verschillende randgebieden in Rotterdam is het aanbod in beeld gebracht (paragraaf 5.6) en blijkt de complementariteit van het gebied. Tot slot zijn de branches van het beoogde aanbod van het Rijnhavenkwartier in Rotterdam in beeld gebracht, zowel binnen als buiten de bestaande winkelgebieden.

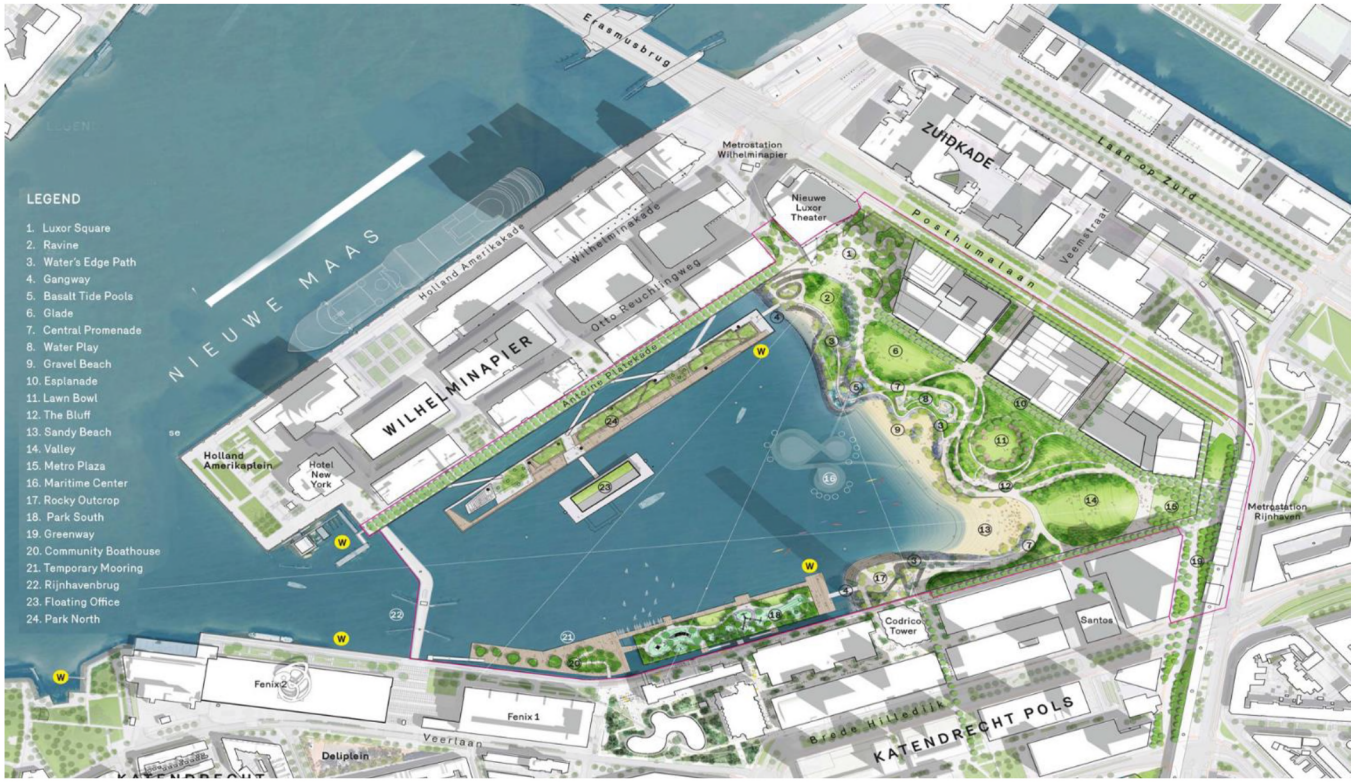
10. **In de notitie van BRO wordt aangegeven dat verplaatsing van momenteel slecht functionerende voorzieningen kansen biedt. Welke voorzieningen zijn momenteel slecht functionerend? Wanneer gedacht wordt aan verplaatsing van detailhandelsmeters en transformatie van de plinten, met name van het Afrikaanderplein e.o., hoe denkt de gemeente zorg te dragen voor een 'warme' overgang?**
BRO ziet kansen voor met name ondernemers gevestigd op het Afrikaanderplein, gezien het beperkte toekomstperspectief, en het overige niet-dagelijkse aanbod dat zich buiten de reeds bestaande winkelgebieden bevindt. Meer hierover is terug te lezen in paragraaf 4.2.

3 Positionering Rijnhaven

3.1 Inleiding

3.1.1 Het initiatief

- De essentie van het Rijnhavenkwartier is een transformatie van het voormalige havenbekken naar een hoogstedelijk en gemengd stuk stad met ruimte voor nieuwe bebouwing en een stadspark.
- Delen van eerdere ontwikkelingen in de kop van zuid maken hiervan deel uit. Op dit moment spelen concreet 2 (voorgenomen) ontwikkelingen: de ontwikkeling van het polsgebied van Katendrecht en de ontwikkeling van de kop van de Rijnhaven met drie bouwblokken en een nieuw park. Voor deze laatste ontwikkeling wordt een deel van het bekken aan de noordoostzijde gedempt, waar het nieuwe land een plek gaat bieden voor de bebouwing en het park zie figuur 1A. Tussen twee nieuwe (entree)pleinen en langs de Posthumalaan worden drie samengestelde bouwblokken met hoogbouw voorgesteld, die een hoge dichtheid en gemengd stedelijk programma hebben. Dat programma is dus méér dan alleen wonen. Het te realiseren stadspark is een voorziening voor de hele stad en zijn bezoekers. Ook het overgebleven wateroppervlak is onderdeel van het stadspark met drijvende parkvoorzieningen, tijdelijk drijvend programma en een waterprogramma. Het beleefbare, betreedbare en aanraakbare water is dé aantrekkingskracht en onderscheidende kwaliteit van het stadspark.
- Verder bestaat het Rijnhavenkwartier uit de nu lopende ontwikkeling van de Pols van Katendrecht. Die strekt zich uit van het metrostation Rijnhaven tot aan de Fenixloodsen.



Figuur 1A: Het Rijnhavenkwartier in beeld.

- Het Rijnhavenkwartier wordt een innovatief en hoogwaardig, sterk verstedelijkt gebied rond de Rijnhaven.
- Voor een overzicht met de retailprogrammering in het Rijnhavenkwartier zie figuur 1B.

Het Rijnhavenkwartier bestaat planologisch (qua retail) uit de volgende componenten:
- Een boodschappen cluster: ca. 9.000 m² bvo (ca. 7.000 m² wvo)
- Stilwerk (focus op design): ca. 4.000 m² bvo. (ca. 3.000 m² wvo)
- Aanvullende non-food: ca. 8.000 m² bvo. (ca. 6.100 m² wvo)

Economisch draagvlak in de directe omgeving verdubbelt

In de omliggende buurten (Kop van Zuid, Katendrecht en Afrikaanderplein) wonen op dit moment circa 16.590 inwoners. Alleen in dit gebied verdubbelt het aantal inwoners.

- Op basis van de reeds bekende plannen van de gemeente Rotterdam bedraagt de totale plancapaciteit Zuid en Afrikaanderwijk ca. 7.400 woningen. Ca. 2.200 van deze woningen hebben de status 'hard'.
- Uitgaande van een gemiddelde huishoudensgrootte van 2,0 in de drie buurten resulteert het totale toekomstige

potentieel in circa 14.800 extra inwoners. Wanneer alleen gekeken wordt naar de harde plancapaciteit gaat het om circa 4.400 extra inwoners.

- Daarnaast is reeds gestart met een aantal bouwprojecten. Deze worden de komende tijd opgeleverd. Het gaat om circa 720 woningen. Omgerekend naar aantal inwoners gaat het om circa 1.440 extra inwoners.
- Het toekomstige totaal aantal inwoners voor alleen de buurten Kop van Zuid, Katendrecht en Afrikaanderplein komt hiermee uit op 32.830 inwoners.



Figuur 1B: Retailprogrammering Rijnhavenkwartier.

3.1.2 Beleidsmatige kaders

In deze subparagraaf wordt ingegaan op de belangrijkste aspecten uit het beleid voor het Rijnhavenkwartier. Een uitgebreidere toelichting op het beleid is te vinden in de bijlage.

De beoogde uitbreidingen van de supermarkten en de komst van extra dagelijks aanbod sluiten deels aan bij beleidsambities van het provinciaal, regionale en gemeentelijke beleid. Er zijn echter ook knelpunten met het beleid te benoemen.

- De beleidsmatige focus op provinciaal en regionaal niveau ligt op versterking van de bestaande structuur en concentratie van voorzieningen. Nieuwe ontwikkelingen dienen zo veel mogelijk plaats te vinden in of aan de rand van bestaande winkelgebieden. In het Rijnhavenkwartier gaat het om een nieuw te ontwikkelen winkelconcentratie. Het aanbod wordt geconcentreerd op één plek en heeft een strategische ligging voor de omliggende buurten (Katendrecht, de Wilhelminapier en Afrikaanderwijk), gekoppeld aan de gebiedsontwikkeling met substantiële woningbouw.
- Uitbreiding van de bestaande supermarkten draagt bij aan uitstraling en toekomstbestendigheid. Moderne supermarkten dragen nadrukkelijk bij aan de kwaliteit van het voorzieningenniveau, de consumentenverzorging en in het verlengde daarvan de leefbaarheid van het gebied. De bestaande supermarkten in de directe omgeving van Rijnhaven zijn echter geen onderdeel van een winkelconcentratiegebied, maar vervullen wel een belangrijke rol voor de leefbaarheid in de directe omgeving.
- Van belang is een vitale, dynamische en concurrerende detailhandelsstructuur met ruimte voor kwaliteit. Zoals in de Gebiedskoers wordt benoemd is het huidige dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied beperkt. Door woningbouw en forse bevolkingsgroei in het gebied is het aanbod te beperkt om de vraag duurzaam te kunnen afdekken. Uitbreiding van het dagelijks aanbod en modernisering van supermarktaanbod draagt nadrukkelijk bij aan de detailhandelsstructuur in het gebied.
- De initiatieven zetten duidelijk in op een versterking van de consumentenverzorging en keuzemogelijkheden in het verzorgingsgebied. Met de komst van het nieuwe winkelcluster wordt het gebied aantrekkelijker voor de (nieuwe) inwoners.

Reflectie op de provinciale omgevingsverordening

In de omgevingsverordening wordt concreet aangegeven waar nieuwe detailhandel aan dient te voldoen. Omdat de toevoeging van de extra vierkante meters dagelijks aanbod nieuwe detailhandel betreft wordt op de drie punten uit de omgevingsverordening door BRO gereflecteerd.

- *Binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie in de centra van steden, dorpen en wijken;* op dit moment is de locatie waar de beoogde extra vierkante meters dagelijkse detailhandel worden toegevoegd geen bestaand winkelgebied. In de Gebiedskoers wordt hier al wel op voorgesorteerd door het toekomstige winkelgebied op te nemen in de detailhandelsstructuur.
- *Binnen een nieuwe wijkgebonden winkelconcentratie in een nieuwe woonwijk;* in het gebied komen 13.500 tot 24.000 extra inwoners bij. Een forse uitbreiding van het aantal inwoners. Deze stijgende bevolkingsaantallen resulteren een toenemende behoefte aan dagelijkse voorzieningen.
- *Binnen een nieuwe goed bereikbare en centraal gelegen winkelconcentratie als gevolg van herallocatie*: de locatie van de beoogde ontwikkeling is uitstekend te bereiken, zowel per auto als openbaar vervoer. Ook heeft de beoogde locatie een gunstige ligging centraal voor de buurten Katendrecht, Kop van Zuid en Afrikaanderwijk. Het beoogde winkelcluster is gelegen aan de drukke Posthumalaan. De straat gaat over in de Erasmusbrug die de noord- en zuidkant met elkaar verbindt. Verder is vlakbij het metrostation Rijnhaven gelegen. De nieuwe winkelconcentratie biedt mogelijkheden voor het vestigen van winkeliers uit minder kansrijke gebieden. In de Gebiedskoers wordt beschreven dat winkels aan bijvoorbeeld het Afrikaanderplein niet actief worden verplaatst, maar dat ingezet wordt op een ‘natuurlijke’ afschaling van dit gebied ten gunste van Rijnhaven. Doel voor de lange termijn is dus dat de detailhandelsfunctie bij het Afrikaanderplein afneemt, zodat de detailhandelsfunctie aan het Rijnhavenkwartier kan toenemen.

Concluderend ziet BRO op basis van de drie genoemde punten voldoende beleidsmatige aanknopingspunten om de nieuwe detailhandelsontwikkelingen mogelijk te maken.

3.2 Aanbod in beeld

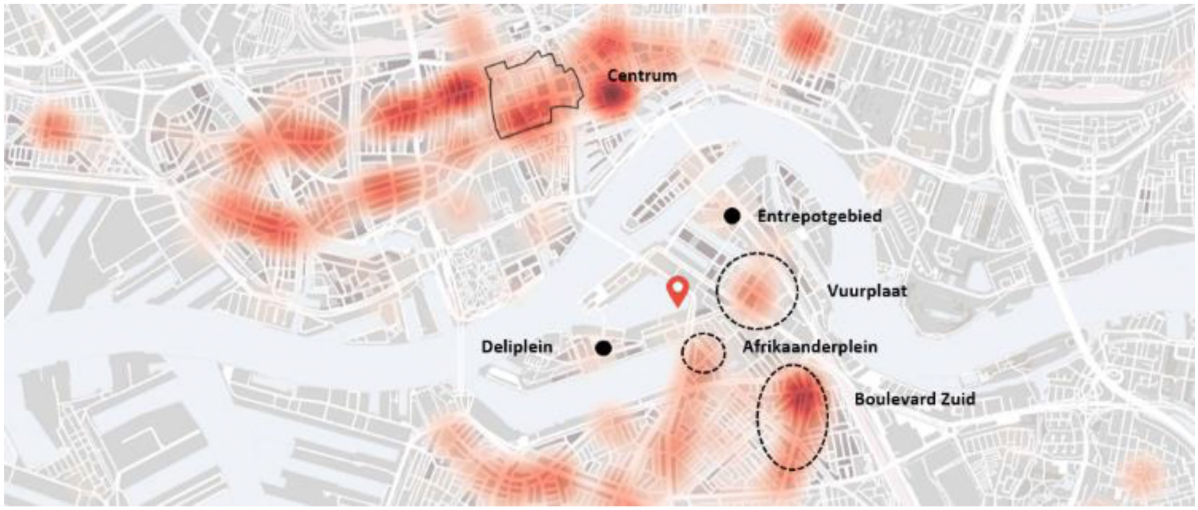
3.2.1 Huidige situatie

- In figuur 2 is het dagelijks aanbod in de directe omgeving van het Rijnhavenkwartier te zien. Op de kaart word en naast de verschillende winkelgebieden ook het aantal verkooppunten zichtbaar. Hoe donkerder de kleur hoe hoger het aantal verkooppunten.
- Figuur 3 toont het niet-dagelijks aanbod. Ook hier zijn de verschillende winkelgebieden zichtbaar en het aantal verkooppunten. Hoe donkerder de kleur hoe hoger het aantal verkooppunten.

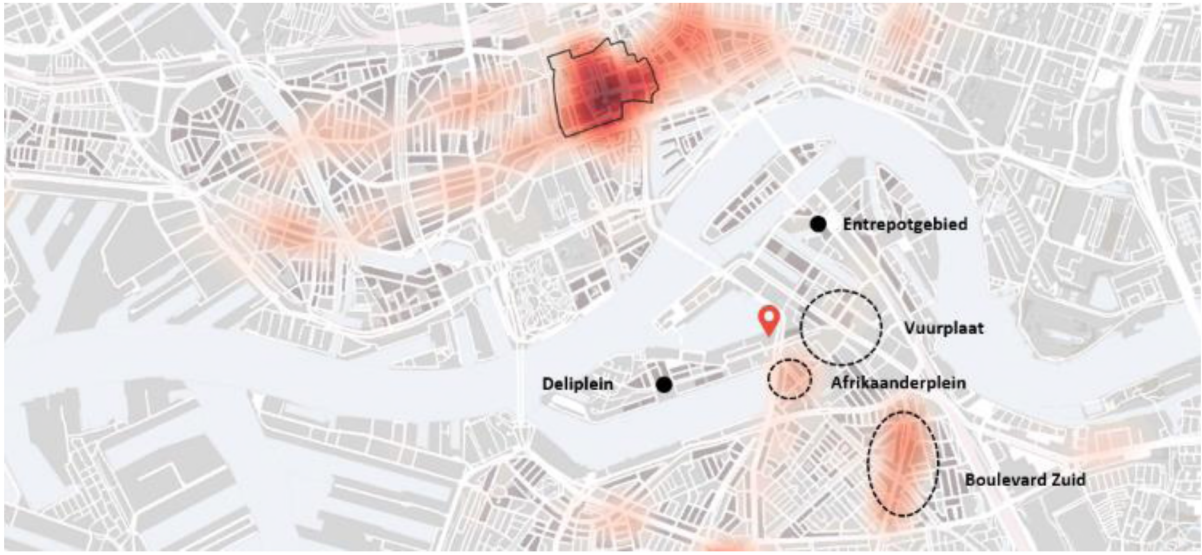
Nabijgelegen winkelgebieden
De winkelgebieden Afrikaanderplein en Vuurplaat en de buurthubs Deliplein en Entrepotgebied zijn het dichtst bij het initiatief gelegen. De buurthubs vormen clusters van voorzieningen, maar worden niet gezien als winkelgebieden.

In de Gebiedskoers Detailhandel 2022-2025 wordt voor Vuurplaat en het Afrikaanderplein het volgende perspectief geschetst:

- **Vuurplaat** is een goed functionerend boodschappencluster. Het economisch functioneren van zowel het dagelijks als niet-dagelijks aanbod laat een sterke verbeter ing zien de afgelopen jaren. De verklaring hiervoor ligt met name in de toename van het aanbod in de periode 2017-2020. Het gebied is versterkt met de uitbreiding van de Lidl-supermarkt en komst van de Action. Het verspreide winkelaanbod in de omgeving is afgenomen. Vuurplaat kenmerkt zich als een wijkcentrum met de nadruk op het dagelijkse boodschappensegment.
- Het dagelijks en niet-dagelijks aanbod functioneert matig op het **Afrikaanderplein**. Het gebied biedt geen samenhangend aanbod en er is veel van hetzelfde.



Figuur 2: Het dagelijks aanbod in de directe omgeving van het Rijnhavenkwartier (Locatus, 2022)



Figuur 3: Het niet-dagelijks aanbod in de directe omgeving van het Rijnhavenkwartier (Locatus, 2022)

Het winkelaanbod in het gebied is afgenomen sinds 2017. Tegelijkertijd is de verspreide bewinkeling in de omgeving toegenomen. Het Afrikaanderplein wordt gezien als een buurtcentrum. Uitbreiding van winkelruimte is hier niet aan de orde en nieuwe detailhandel wordt zoveel mogelijk beperkt in het bestemmingsplan. De winkels die er zitten worden gehandhaafd, maar er wordt geen nieuwe detailhandel toegevoegd. Doel voor de lange termijn is dat de detailhandelsfunctie hier afneemt, zodat de detailhandelsfunctie aan het Rijnhavenkwartier kan toenemen.

3.2.2 Overige randgebieden in Rotterdam

Rotterdam kent, net als het toekomstige Rijnhavenkwartier, veel unieke plekken met ieder een eigen dynamiek. Deze dynamiek ontstaat niet van de ene op de andere dag, maar groeit vaak met de tijd. Een belangrijke trekker kan leiden tot een bepaald cluster van verwant aanbod. Ondernemers profiteren van elkaars aanwezigheid en bekendheid.

Voor deze analyse is gekeken naar de volgende gebieden:
- Witte de Withstraat
- Hoogkwartier
- Zwaanshals
- Bergpolder
- Nieuwe Binnenweg
- Luchtsingel en Hofbogen

Witte de Withstraat
De Witte de Withstraat is een van de hipste en levendigste straten van Rotterdam. In de jaren zeventig had de straat een slechte reputatie door de illegale gokhuizen en louche cafés. Dit veranderde toen in de jaren 90 een uitgebreide metamorfose in gang werd gezet. Nu zijn in de straat veel kunstgaleries, cafés, restaurants en winkels die net even anders zijn als in andere winkelgebieden.



Figuur 4: Overige randgebieden in Rotterdam

Hoogkwartier
Het Hoogkwartier is een Rotterdamse buurt die steeds meer wint aan populariteit. Sinds 2010 vestigen steeds meer nieuwe creatieve ondernemers zich in het gebied. Denk bijvoorbeeld aan vernieuwende winkels, creatieve bedrijven, koffietentjes en verschillende lunchcafés.

Zwaanshals
Het Zwaanshalskwartier is een winkelgebied ten noorden van het centrum en positioneert zichzelf als hét gebied voor food, fashion en design. In het winkelgebied vindt je geen grote ketens maar juist de lokale ondernemers. De diversiteit van het gebied maakt dat je er gemakkelijk de hele middag kan verblijven.

Bergpolder
In het Noorden van Rotterdam is de wijk Bergpolder gelegen. Bergpolder is een van de veertig Krachtwijken die door oud-minister Vogelaar zijn aangewezen. Met extra geld werd de

wijk op verschillende manieren aantrekkelijker gemaakt. In het winkelgebied zijn verschillende lokale ondernemers gevestigd, onder andere een sportwinkel, meubelwinkel en verschillende beauty zaken.

Nieuwe Binnenweg

De Nieuwe Binnenweg noemt zichzelf de langste winkelstraat van Nederland. De straat kent een divers aanbod: diverse boetiekjes, speciaalzaken en diverse horecazaken.

Luchtsingel en Hofbogen

De Hofbogen, gelegen ten noorden van het centrum, is in de loop der jaren een urban hotspot geworden. Onder de oude spoorlijn zijn verschillende restaurants en cafés gevestigd maar ook diverse modewinkels.

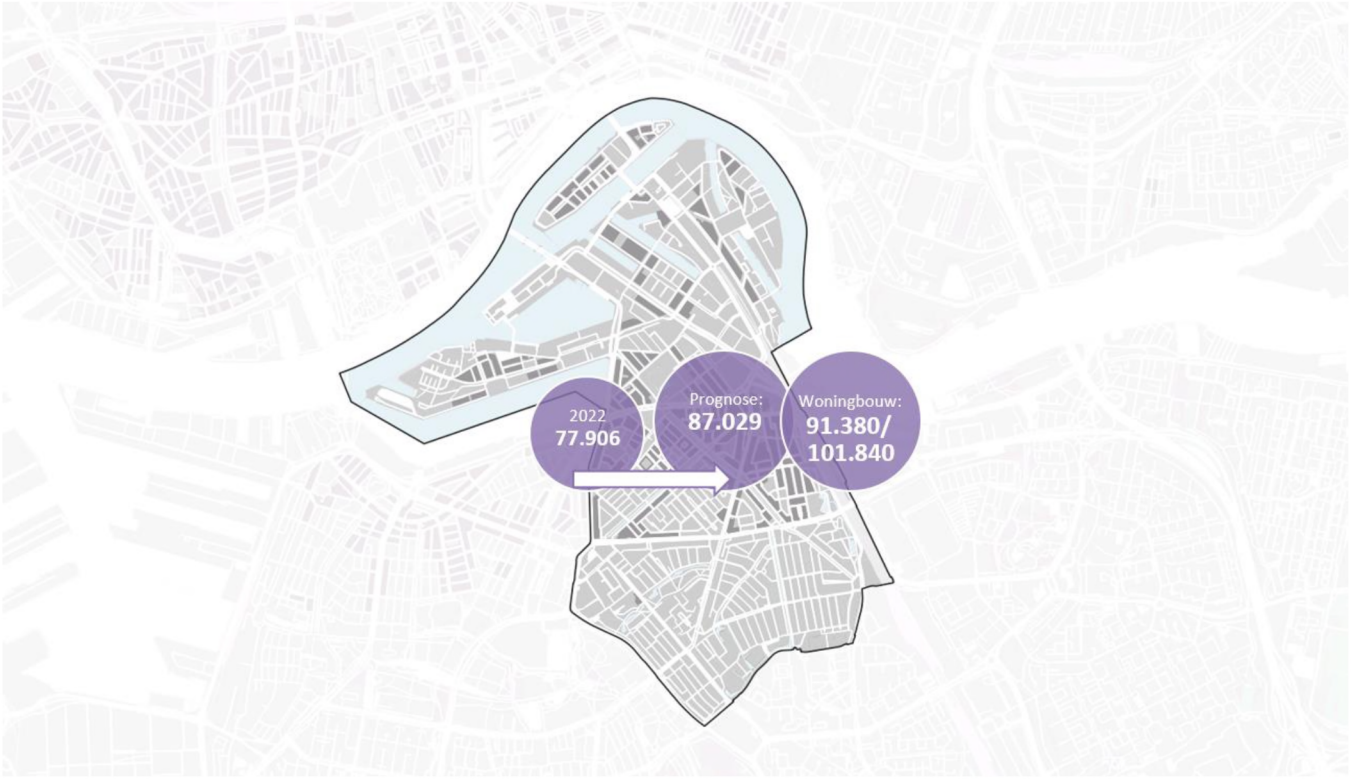
4 Dagelijks aanbod

4.1 Inleiding

Voor het DPO dagelijks aanbod wordt een verdiepingsslag gemaakt op de huidige behoefteanalyse. Hieraan wordt een DPO voor het niet-dagelijks aanbod toegevoegd. Concreet wordt onderzocht of de ontwikkeling van circa 7.000 m² wvo aan dagelijks aanbod, niet leidt tot verdringing in het verzorgingsgebied.

In de notitie Retailconcept Rijnhavenkwartier Rotterdam (2022) wordt een suggestie gedaan voor de verdere invulling van het dagelijks aanbod:

- *Voor de branchering geldt dat die verder moet gaan (dus completer moet zijn) dan tegenwoordig in reguliere 'wijkcentra' het geval is. Daarnaast zal in veel branches sprake moeten zijn van minimaal een dubbele bezetting met winkels om aan de uiteenlopende behoeften tegemoet te komen. Stadsbewoners (met veel lager autobezit) wensen niet alleen qua winkels maar ook qua diensten meer in hun directe omgeving. Dat is het voordeel (de ratio) van het leven in de intensieve stad.*
- *Voor de inkleuring met formules is een breed spectrum van typen aanbieders nodig. Met in dit geval een focus op de bovenkant van de markt. De doelgroep die hier komt wonen heeft minder ruimte maar legt meer nadruk op kwaliteit. Dat betekent meer speciaalzaken (veel meer dan alleen slager, bakker en agf: ook vele soorten delicatessen) maar dit vereist ook aanbieders die meer specialisatie, kwaliteit en service bieden. Daarnaast kunnen ook traditionele mid-market aanbieders deel uitmaken van de invulling.*



Figuur 5: Toename bevolking in de wijk Feijenoord.

4.2 Analyse huidige situatie

4.2.1 Verzorgingsgebied

- De dagelijkse detailhandel in het Rijnhavenkwartier zal een diffuus verzorgingsgebied kennen. Dit komt door de zeer centrale en goed bereikbare locatie. Vanwege nabijheid zal het grootste deel van de bestedingen waarschijnlijk uit de directe omgeving komen, met name Katendrecht, Kop van Zuid en de Afrikaanderwijk.
- In dit onderzoek is gekozen om het primaire verzorgingsgebied af te bakenen op de wijk Feijenoord. Via koopstromen en in de effectenanalyse wordt ook rekening gehouden met gebied overstijgende koopstromen en effecten.

4.2.2 Consumentendraagvlak

- De wijk Feijenoord is gelegen ten zuiden van de Nieuwe Maas. Feijenoord is een dynamische wijk waar veel verschillende activiteiten zijn te beleven. In totaal telt de wijk

circa 77.909 inwoners[1]. Gemeentelijke prognoses tonen aan dat het aantal inwoners in 2030 gestegen is naar 87.029 een stijging van 12%. Deze prognose houdt echter nog geen rekening met de recent bekende woningbouwplannen die plaatsvinden in de wijk.

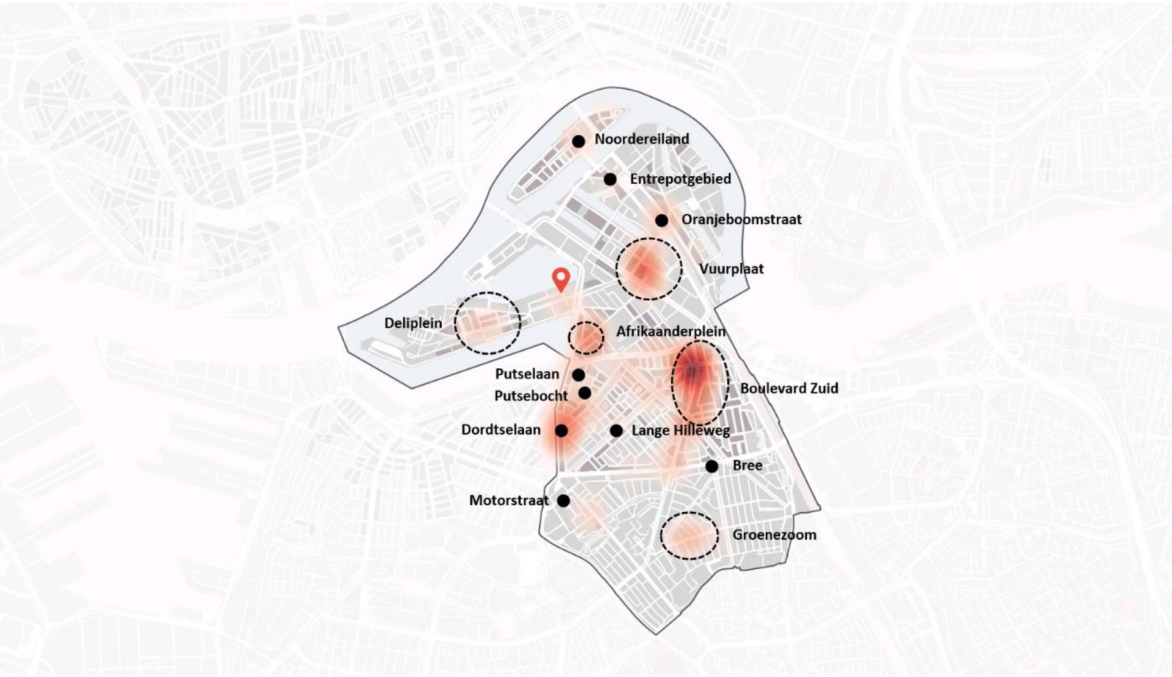
- Op basis van de reeds bekende plannen van de gemeente Rotterdam bedraagt de totale plancapaciteit (hard en zacht) voor de wijk Feijenoord ca. 9.700 woningen. 4.470 woningen hebben de status 'hard'[2].
- Daarnaast is reeds gestart met een aantal bouwprojecten. Deze worden de komende tijd opgeleverd. Het gaat om circa 2.270 woningen.
- De gemiddelde huishoudensgrootte in de wijk Feijenoord bedraagt 2,0. Uitgaande van de gemiddelde huishoudensgrootte resulteert het totale toekomstige potentieel in circa 23.940 extra inwoners. Wanneer alleen gekeken wordt naar de harde plancapaciteit en de bouwprojecten die reeds gestart zijn gaat het om circa 13.480 extra inwoners. Het totaal aantal inwoners voor de wijk Feijenoord in 2030 ligt hiermee op basis van deze berekening tussen de 91.380 en 101.840 inwoners.
- Het merendeel van de woningbouwplannen concentreert zich in en rondom het Rijnhavenkwartier. De verwachting voor het toekomstige aantal inwoners in de wijk Feijenoord is weergegeven in figuur 5.
- De verwachting is echter dat het aantal inwoners nog verder zal toenemen gezien de hoge woningnood. Bovendien is alleen gekeken naar de harde en zachte plannen. Eventuele extra woningbouwplannen, waar op dit moment verkenningen voor worden uitgevoerd, zijn hierin niet meegenomen. De verwachte 101.840 inwoners is dus nog een voorzichtige benadering.
- Het gemiddelde inkomen in het verzorgingsgebied bedraagt € 21.900 en ligt hiermee 21% onder het landelijk gemiddelde van € 27.800 per inwoner per jaar.

4.2.3 Dagelijks aanbod

Feijenoord: dynamische wijk

Feijenoord is een dynamisch gebied met een grote diversiteit aan woon- en werkmilieus. De wijk kent diverse winkelclusters met dagelijks aanbod.

- Het is een omvangrijk gebied met veel eigenheid en historische vestigingen. De centrumgebieden in Feijenoord hebben een sterk eigen verzorgingsgebied en zijn daarmee complementair aan elkaar. De structuur van Feijenoord wordt grotendeels bepaald door het grootste centrumgebied, Boulevard Zuid. Dit gebied voorziet in dagelijkse artikelen en in een breed aanbod aan niet-dagelijks assortiment.
- Naast Boulevard Zuid wordt de structuur bepaald door de boodschappencentra en verschillende gebieden met een gemixte functie, waar naast winkels ook andere voorzieningen aanwezig zijn. De belangrijkste boodschappen clusters in de wijk zijn: Vuurplaat, Afrikaanderplein en Deliplein. Figuur 6 geeft een overzicht van het



Figuur 6: Ligging winkelgebieden, buurthubs en dagelijks aanbod in de wijk Feijenoord. Hoe donkerder de kleur hoe meer dagelijks aanbod.

[1] Onderzoek010, 2022.
[2] Voor deze analyse is gekeken naar alle woningbouwplannen die opgeleverd worden uiterlijk 2030.

dagelijks winkelaanbod en de boodschappenclusters op basis van de Gebiedskoers.

- **Vuurplaat** is een goed functionerend boodschappencluster. Het economisch functioneren van zowel het dagelijks als niet-dagelijks aanbod laat een sterke verbetering zien de afgelopen jaren. De verklaring hiervoor ligt met name in de toename van het aanbod in de periode 2017-2020. Het gebied is versterkt met de uitbreiding van de Lidl-supermarkt, uitbreiding van Albert Heijn en komst van de Action. Het verspreide winkelaanbod in de omgeving is afgenomen. Vuurplaat kenmerkt zich als een wijkcentrum met de nadruk op het dagelijkse boodschappensegment.
- Het dagelijks en niet-dagelijks aanbod functioneert matig op het **Afrikaanderplein**. Het gebied biedt geen samenhangend aanbod en er is veel van hetzelfde. Het winkelaanbod in het gebied is afgenomen sinds 2017. Tegelijkertijd is de verspreide bewinkeling in de omgeving toegenomen. Het Afrikaanderplein wordt gezien als een buurtcentrum. Uitbreiding van winkelruimte is hier niet aan de orde en nieuwe detailhandel wordt zoveel mogelijk beperkt in het bestemmingsplan. De winkels die er zitten worden gehandhaafd, maar er wordt geen nieuwe detailhandel toegevoegd. Doel voor de lange termijn is dat de detailhandelsfunctie hier afneemt, zodat de detailhandelsfunctie aan het Rijnhavenkwartier kan toenemen.

Tabel 1: Dagelijks winkelaanbod in het verzorgingsgebied en de provincie Zuid-Holland.

Branche	Verzorgingsgebied Feijenoord (77.909 inwoners)			Zuid-Holland (3.753.944 inwoners)
	VKP	WVO	WVO/1.000 inwoners	WVO/1.000 inwoners
Dagelijks	151	24.606	316	344
Waarvan supermarkten	*22*	*16.085*	*206*	*241*

- In het westen van de wijk ligt **Deliplein**. In combinatie met de Fenix Food Factory heeft het gebied een uniek foodaanbod. Het Deliplein beschikt overwegend over horeca aanbod.

- In totaal heeft het dagelijks winkelaanbod in de wijk Feijenoord een omvang van circa 24.606 m² wvo verdeeld over 151 winkels[3].
- Ten opzichte van het provinciaal gemiddelde is het dagelijks aanbod per 1.000 inwoners beduidend lager, zie tabel 1. In de wijk Feijenoord bedraagt het dagelijks aanbod per 1.000 inwoners 316 m² wvo ten opzichte van 344 m² wvo gemiddeld in de provincie Zuid-Holland. Er is momenteel sprake van onderverzorging.
- De supermarkten in het verzorgingsgebied hebben een beperkte omvang. De gemiddelde supermarktgrootte bedraagt ca. 730 m² wvo. Vier supermarkten in de wijk hebben een omvang die groter is dan 1.000 m² wvo. In de huidige opzet zijn de supermarkten te klein en daardoor onvoldoende toekomstbestendig.
- Ook het supermarktaanbod per 1.000 inwoners ligt ver onder het provinciaal gemiddelde. In de wijk Feijenoord bedraagt het supermarkt aanbod per 1.000 inwoners 206 m² wvo ten opzichte van 241 m² wvo gemiddeld in de provincie Zuid-Holland.
- Het supermarktaanbod in het verzorgingsgebied is in kwalitatieve zin redelijk gevarieerd. De wijk Feijenoord telt in totaal 22 supermarkten. Lidl en Albert Heijn zijn met drie supermarkten het meest vertegenwoordigd in de wijk. Verder zijn er in totaal 7 zelfstandige supermarkten.
- Het (vers)speciaal aanbod is met name aanwezig in de grotere winkelgebieden. In de directe omgeving van het Rijnhavenkwartier is het aanbod beperkt. Nabij het Deliplein is een slijterij en een bakkerij gevestigd en verder is er bij het Afrikaanderplein dagelijks aanbod te vinden. Dit is voornamelijk regulier aanbod (o.a. bakkers, toko, een slagerij, tabak, lectuur en een poelier).
- Verder wordt is er twee keer per week een warenmarkt op het Afrikaanderplein. Recent is ook gestart met kleinschalige warenmarkt bij het Deliplein.

Leegstand

De leegstand op basis van Locatus bestaat uit alle verkooppunten die in gebruik zijn geweest als winkel, horeca, leisure of andere commerciële diensten maar waar momenteel geen actieve functie aanwezig is. De Locatus leegstand is daardoor breder dan alleen de winkelleegstand.

- De leegstand in het verzorgingsgebied bedraagt circa 6.345 m² wvo, verdeeld over 65 panden. Dit komt neer op een leegstandscijfer van circa 6,1% van het totale wvo en circa 6,6% van het totaal aantal verkooppunten.

[3] Locatus, downloaddatum augustus 2022, veldwerk-datum augustus 2022.

Dit is hoger dan het landelijk gemiddelde van respectievelijk 6% en 6,4%.
- De gemiddelde omvang van een leegstaand pand is klein en bedraagt circa 98 m² wvo.
- Op dit moment bevindt de leegstand zich voornamelijk op drie locaties: de Foodhallen Rotterdam (4 panden), 'de pols' van Katendrecht (5 panden) en Boulevard Zuid (26 panden).
- De leegstaande panden zijn van een dermate kleine omvang dat hier geen moderne supermarkten in gevestigd kunnen worden. Ook voor andere winkelinvullingen vormt de maatvoering een belemmering.

4.3 Behoefte en effecten

4.3.1 Uitgangspunten

Distributieplanologisch onderzoek

- Tabel 2 toont de uitgangspunten en bronnen die zijn gebruikt voor distributieplanologische berekeningen.
- De berekening is opgesteld voor het dagelijks aanbod in het eerder gedefinieerde verzorgingsgebied, zowel voor de huidige situatie (2022) als de toekomstige verwachte situatie (2030). Deze 10-jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.
- De berekening geeft enerzijds inzicht in het economisch functioneren van het supermarktaanbod in de huidige en toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Anderzijds geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'.

Tabel 2: Uitgangspunten distributieplanologische benadering

Variabele	Waarde	Bron
Inwonertal verzorgingsgebied	2022: 77.906 inwoners. 2030: 87.029 (op basis van de bevolkingsprognose voor de wijk Feijenoord), 91.380 inwoners (dit betreft de harde plancapaciteit en de bouwprojecten die reeds gestart zijn) en 101.840 inwoners (dit betreft de zachte plancapaciteit, harde plancapaciteit en de bouwprojecten die reeds gestart zijn)	CBS StatLine; Schatting o.b.v. woningbouw plannen
Bestedingen per hoofd (€)	Landelijk bedraagt de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking (5-jaars gemiddelde, meest actueel) voor de dagelijkse sector € 2.654,- (excl. btw). Dit cijfer wordt gewoonlijk naar de lokale situatie gecorrigeerd als het inkomensniveau in het verzorgingsgebied afwijkt van het landelijke gemiddelde. Het gemiddeld inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied ligt 21% onder het landelijk gemiddelde. Daarom is een correctie op het landelijke bestedingscijfer toegepast en zodoende komt de besteding uit op € 2.429-[4] In de dagelijkse sector is al jaren sprake van een groei van online bestedingen. Tegelijkertijd is jaarlijks sprake van een groei van de toonbankbestedingen van 1% tot 3% per jaar. Naar de toekomst toe is dit echter lastig te voorspellen en daarom houden wij de fysieke bestedingen in 2031 gelijk.	Retailinsiders (2022), Omzetkengetallennotitie 2021. CBS StatLine, Gemiddeld inkomen per inwoner, 2020 (meest actueel).
Koopkrachtbinding	54% (huidig), 60% (toekomst).	KSO, 2022.
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	31% (huidig), 40% (toekomst).	KSO, 2022.
Huidig winkelvloeroppervlak	24.606 m² wvo	Locatus, 2022.
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m² wvo).	€ 7.823,- per m² wvo (5-jaars gemiddelde).	Retailinsiders (2022), Omzetkengetallennotitie 2021.

- De 'norm voor goed functioneren' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In perifere delen van Nederland blijkt uit onderzoek dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen binnen de detailhandel en tussen formules.
- Aangezien de berekeningen slechts een indicatie geven van de situatie in hoeverre het aanbod goed, gemiddeld of slecht functioneert en in hoeverre sprake is van kwantitatieve behoefte, dienen de uitkomsten ook genuanceerd geïnterpreteerd te worden.

[4] Uitgaande van een prijselasticiteit van 0,4

4.3.2 Toelichting gehanteerde koopstromen

In 2021 is in onder andere de provincie Zuid-Holland het koopstromen onderzoek uitgevoerd. De input uit het koopstromen onderzoek is gebruikt voor het opstellen van de distributieve berekening.

- De koopkrachtbinding (exclusief online) in de wijk Feijenoord voor het dagelijks aanbod is 54%. Met andere woorden, circa 54% van inwoners in de wijk Feijenoord is voor de dagelijkse aankopen georiënteerd op de eigen wijk. De binding in de wijk is beperkt. De lage binding hangt mogelijk samen met de beperkte kwaliteit van het aanbod. Zoals eerder beschreven is het dagelijks aanbod in de wijk in de huidige situatie beperkt ten opzichte van het provinciaal gemiddelde evenals de gemiddelde grootte van de supermarkten in de wijk. De aansluiting van het dagelijks aanbod met de huidige behoeftes van de consument is minder passend en resulteert daardoor mogelijk in een lagere binding. Consumenten zijn eerder geneigd boodschappen elders buiten de wijk te doen.
- De toevloeiing in de wijk Feijenoord bedraagt 31%. Dit betekent dat 31% van de totale omzet van dagelijkse aanbieders in de wijk van buiten komt.
- In de toekomstige situatie wordt het reëel geacht dat de binding toeneemt. Met name gezien het feit dat het dagelijks aanbod in het verzorgingsgebied beperkt is levert deze toevoeging een enorme impuls aan het gebied. Daar waar bezoekers eerst elders gaan voor de dagelijkse boodschappen, doen ze dit in de toekomst dichter bij huis.
- Bovendien betekent uitbreiding en modernisering van beide supermarkten een impuls voor het supermarkt aanbod. De meerwaarde van de alternatieven elders nemen hierdoor af.
- De mate waarin de binding toeneemt is lastig in te schatten. De exacte invulling is op dit moment nog niet bekend, wel wordt hiervoor een voorstel voor gedaan. Op basis van deze notitie is de verwachting dat de binding naar verwachting maximaal toeneemt tot 60%.

4.3.3 Bestedingen

De omzetkengetallen (winkelomzet per hoofd en per m² wvo) zijn gebaseerd op de meest recent gepubliceerde notitie Omzetkengetallen (2021). Volgens landelijke afspraken is gekozen het 5-jaarsgemiddelde te hanteren, gewogen naar inkomen. In de toekomst laten we de bestedingen gelijk aan het huidige niveau, omdat er enerzijds al jaren sprake is van structurele groei van toonbankbestedingen in de sector maar anderzijds sprake is van groei van online. In feite strepen we deze ontwikkelingen tegen elkaar weg.

4.3.4 Toevloeiing

Het toekomstige Rijnhavenkwartier gebied is een dynamisch gebied waar verschillende doelgroepen samen komen. Het samenkomen van deze verschillende (toekomstige) doelgroepen heeft invloed op de toevloeiing in het gebied. Om deze reden is een hogere toevloeiing voor de toekomst gehanteerd.

Toerisme & cultuur
In het primaire verzorgingsgebied zijn verschillende hotels gelegen waaronder hotel NHow, Room Mate hotel, hotel New York en het Bed, Bites & Business hotel. Verder komen er in het gebied nog twee luxe hotels bij. Ook het cultuuraanbod heeft een aantrekkende werking op het aantal bezoekers. Zo zijn Nieuwe Luxor Theater, Theater Walhalla, het Nederlands Fotomuseum, dansgezelschap Conny Janssen Danst, theater LantarenVenster, SS Rotterdam en het Landverhuizersmuseum (in aanbouw) in het gebied gevestigd.

Tot slot trekt de cruiseschepen terminal gelegen in het primaire verzorgingsgebied. Voor corona trok de terminal jaarlijks circa 108 cruiseschepen. Een groot cruiseschip telt tussen de 7.000 en 8.000 passagiers en de kleinere cruiseschepen circa 2.000 passagiers. Met de ontwikkelingen die spelen in het Rijnhavenkwartier ontstaat een potentiële bezoekplek voor cruise-gasten.

Bezoekers binnenstad
De transformatie van het gebied naar een nieuw stuk binnenstad zorgt voor tal van extra bezoekers mede door het samen komen van allerlei verschillende functies als wonen, winkelen, eten & drinken, werken, ontspannen, hotelverblijf, kunst en design.

Scholieren/studenten
In het gebied zijn verschillende hogescholen gelegen. Onder andere Inholland Hogeschool, het VAVO Rijnmond College en een locatie van de Hogeschool Rotterdam. Hierdoor bezoeken dagelijks grote groepen scholieren het gebied.

Werken
Rondom het gebied zijn al verschillende grote kantoren gevestigd. Ook in de toekomstplannen komt er extra ruimte voor kantoren. Denk hierbij aan ontwerpstudio's, vergader-, evenementen- en kantoorruimten.

Metro
Een groot deel van deze verschillende doelgroepen maakt gebruik van het nabijgelegen metrostation Rijnhaven. Het metrostation is een van de drukkere metrostations in Rotterdam. Om inzicht te geven in het aantal passanten in het gebied is gekeken naar de reizigersaantallen. Uit het vervoerplan RET 2021 (maart 2020) blijkt dat het metrostation op een gemiddelde werkdag in november 2019 circa 5.022 in-

stappers telt. Met de ontwikkeling van het gebied als binnenstadsrandgebied is de verwachting dat het aantal in- en uitstappers alleen maar meer zal toenemen.

4.3.5 Economisch functioneren

Tabel 3 toont een indicatieve benadering van het economisch functioneren van het dagelijks aanbod in het verzorgingsgebied.

- In de huidige situatie bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit naar verwachting circa € 5.575 per m^2 wvo, dit ligt 29% onder het landelijk gemiddelde. Eerder in de aanbodanalyse werd geconcludeerd dat er sprake was van onderverzorging, het aanbod blijft achter bij het aanbod gemiddeld in de provincie Zuid-Holland. De specifieke context van het verzorgingsgebied (beperkte binding en een lager gemiddeld inkomen) zorgen ervoor dat het huidige aanbod op dit moment beneden het landelijk gemiddelde functioneert.
- Richting 2030 neemt het inwonertal in het verzorgingsgebied stevig toe en daarmee het totale bestedingspotentieel. De zeer forse groei van de bevolking geeft op zichzelf al een duidelijke indicatie van kwantitatieve behoefte. Een toename van 13.500 tot 23.900 inwoners staat gelijk aan ca. € 32,7 tot € 58 miljoen extra bestedingen. Deze extra bestedingen zijn gebaseerd op de toename van de bevolking. Bij een gemiddelde vloerproductiviteit van € 7.823 per m^2 staat dit gelijk aan ca. 4.190 tot 7.420 m^2 wvo uitbreidingsruimte. Daarnaast dient er rekening gehouden te worden met een verandering in de koopstromen als gevolg van de verschillende plannen en initiatieven.
- De diversiteit van verschillende functies die samen komen in het gebied (wonen, winkelen, werken en studeren) en de beoogde sprong van de binnenstad over de rivier naar Zuid komt de binding en toevloeiing ten goede. Een exacte inschatting van de toekomstige binding en toevloeiing is lastig te geven. Vandaar dat gekozen is voor een behouden toename voor zowel de binding als de toevloeiing.
- Daarnaast is de verwachting dat het gemiddeld besteedbaar inkomen in het gebied zal toenemen. De woningbouw vindt met name plaats in en rondom het Rijnhavenkwartier. In deze hoogstedelijke omgeving ligt het gemiddeld besteedbaar inkomen op dit moment al hoger dan gemiddeld in de wijk Feijenoord. Deze toekomstige nieuwe bewoners hebben gemiddeld hogere inkomens die past bij de urban lifestyle die in het gebied beoogt wordt.

De berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact worden voorspeld. De uitkomsten moeten als indicatief worden gezien. Bij winkelontwikkelingen wordt steeds meer waarde gehecht aan kwalitatieve aspecten. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op de langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Bovendien gaat het om de aanvaardbaarheid van eventuele leegstandseffecten, niet om de aanvaardbaarheid van omzeteffecten. Inzicht in het omzeteffect is echter noodzakelijk om inzicht te krijgen in de kans op leegstand.

4.3.6 Kwalitatieve behoefte

De beoogde uitbreiding van dagelijks aanbod is een positieve ontwikkeling voor de bestaande structuur en de consumentenverzorging in het gebied.

- Het supermarktaanbod per 1.000 inwoners ligt onder het provinciaal gemiddelde, de komende jaren zal dit veranderen. De bevolking neemt stevig toe, waardoor het huidige supermarktaanbod beperkt is. Uitbreiding van het supermarktaanbod is daarom een wenselijke ontwikkeling om de consumentenverzorging duurzaam op peil te houden.
- De supermarkten in het gebied zijn qua omvang aan de kleine kant. De toekomstbestendigheid komt hierdoor onder druk te staan. Uitbreiding van de reeds gevestigde supermarkten naar een moderne maat is noodzakelijk om te voorkomen dat supermarkten op termijn verdwijnen uit de structuur.
- Ook het overige dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied is beperkt. Uit de cijfers blijkt dat het aanbod per 1.000 inwoners onder het provinciaal gemiddelde ligt. Ook hier geldt dat dit getal beduidend lager wordt door de forse stijging van de bevolking.
- Ook als gekeken wordt naar het type dagelijks aanbod in het verzorgingsgebied is te zien dat de diversiteit beperkt is. Het aanvullend dagelijks aanbod is met name te vinden bij het Afrikaanderplein, maar betreft vrij veel van hetzelfde. Ook het aantal speciaalzaken in het gebied is beperkt.
- In de notitie Retailconcept Rijnhavenkwartier Rotterdam (2022) wordt een aanbeveling gedaan voor de invulling van het Rijnhavenkwartier, zie paragraaf 4.1. Hoe meer het aanbod onderscheidend is ten opzichte van het bestaande aanbod, hoe beter ingespeeld wordt op de kwalitatieve behoefte die een hoog stedelijk gebied als dit heeft.

4.3.7 Effecten

In tabel 3 worden de toekomstige effecten op het dagelijks aanbod inzichtelijk gemaakt wanneer er maximaal 7.000 m² wvo dagelijkse detailhandel wordt toegevoegd in het gebied.

- Op basis van de toename van het aanbod moet rekening worden gehouden met een toekomstige vloerproductiviteit die ligt tussen de € 7.025,- tot € 7.850,- per m² wvo. Dit ligt circa -10% onder tot 0% op het landelijk gemiddelde. Door de forse toename van het aantal inwoners verbeterd in alle scenario's de gemiddelde vloerproductiviteit.
- BRO acht het derde scenario, waarbij het aantal inwoners in het verzorgingsgebied toeneemt tot 101.840 inwoners, als meest realistisch voor het gebied. Het is zelfs nog een behouden inschatting gezien de forse woningbouwopgave waar op dit moment sprake van is. Bovendien worden er in het gebied nog enkele studies voor extra woningbouwlocaties gedaan die in dit scenario nog niet zijn meegenomen.
- In het derde scenario, waarbij het aantal inwoners toeneemt tot circa 101.840 inwoners, functioneert al het dagelijks aanbod (het reeds gevestigde aanbod en de uitbreiding van circa 7.000 m² wvo) in de wijk Feijenoord nagenoeg gelijk aan het landelijk gemiddelde. Door de forse toename van het aantal inwoners in het gebied functioneert het toekomstige dagelijkse aanbod beduidend beter. De omzet per m² wvo stijgt van € 6.025,- naar € 7.850,- per m² wvo. Een stijging van ca. 30%.
- De effecten zullen mogelijk merkbaar zijn in de omliggende winkelgebieden Afrikaanderplein en Vuurplaat. Deze twee winkelgebieden zijn het dichtst bij het initiatief gelegen. Echter neemt het consumentendraagvlak dermate toe dat de gemiddelde vloerproductiviteit in het verzorgingsgebied verbeterd. Bovendien is er in de huidige situatie sprake van onderverzorging. Het dagelijks aanbod is onvoldoende voor het huidig aantal inwoners in het gebied.
- Mogelijk wordt niet de complete 7.000 m² wvo ingevuld met dagelijks aanbod. Er zijn meerdere scenario's denkbaar.
  - Allereerst is het maar de vraag of de volledige 7.000 m² wvo dagelijks wordt ingevuld met dagelijkse detailhandel. BRO acht het realistisch dat in praktijk een beperkt deel van de meters worden ingevuld met frequent benodigd niet dagelijks aanbod (huishoudelijk, textiel, bloemen, lectuur).
  - In de berekeningen is uitgegaan van volledig nieuwvestiging. Bekend is dat de huidige Jumbo aan de Brede Hilledijk vertrekt en zich zal gaan vestigen in het boodschappencluster. De nieuwe supermarkt krijgt een omvang van circa 1.600 m² wvo. De huidige Jumbo supermarkt heeft een omvang van circa 800 m² wvo. Hiermee blijft nog 6.200 m² wvo over voor verdere invulling. Ook is de Jumbo in het Entrepotgebied reeds verkleind met het oog op de grotere vestiging in de Pols van Katendrecht.
  - Ook ziet wellicht de Lidl aan de Paul Krugerstraat (Afrikaanderwijk) mogelijkheden tot verplaatsing.

Tabel 3: Distributieve uitbreidingsruimte

	2022	Scenario 1: 2031 (o.b.v. prognose)	Scenario 2: 2031 (o.b.v. woningbouw)	Scenario 3: 2031 (o.b.v. woningbouw)
Inwonertal	77.906	87.029	91.380	101.840
Winkelomzet per hoofd (€)	2.429	2.429	2.429	2.429
Bestedingspotentieel (mln. €)	189,2	211,4	222,0	247,4
Koopkrachtbinding (%)	54%	60%	60%	60%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	102,2	126,8	133,2	148,4
Koopkrachttoevloeiing (%)	31%	40%	40%	40%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	45,9	84,6	88,8	98,8
Totale bestedingen (in mln. €)	**148,1**	**211,4**	**222,0**	**247,4**
WVO totaal (m² wvo)[5]	24.600	31.600	31.600	31.600
Omzet per m² wvo	6.025	6.700	7.025	7.850
Vergelijkbaar landelijk vijfjaarsgemiddelde (€)	7.823	7.823	7.823	7.823
Verschil omzet met landelijk gemiddelde	-23%	-14%	-10%	0%
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo) afgerond	**Geen**	**Geen**	**Geen**	**40**

[5] Inclusief de uitbreiding van het dagelijks aanbod met ca. 7.000 m² wvo.

Deze supermarkt is immers relatief kleinschalig met 780 m² wvo.

- Verder ligt verplaatsing van andere dagelijkse voorzieningen uit winkelgebied Afrikaanderplein (Paul Krugerstraat) voor de hand, gezien het beperkte toekomstperspectief van het winkelaanbod. Dit is bovendien beleidsmatig gewenst. In de huidige situatie is er circa 1.600 m² wvo aan dagelijks aanbod gevestigd in het winkelgebied.
- Verdringing van bestaand aanbod in het primaire verzorgingsgebied is niet onaanvaardbaar omdat het dagelijks aanbod en specifiek de supermarkten allen verspreid aanwezig zijn.
- Ook eventuele leegstand aan de Paul Krugerstraat is niet onaanvaardbaar, omdat beleidsmatig niet langer wordt ingezet op dit winkelgebied.
- Het vastgoed is van dien aard dat herinvulling en/of transformatie goed mogelijk is. Ook is de ruimte in dit deel van Rotterdam schaars. De kans op structurele leegstand acht BRO klein.
- De consumentenverzorging en detailhandelsstructuur zal niet in het geding komen. De ontwikkeling van Rijhaven resulteert in een toekomstbestendig, modern en nieuw winkelconcentratiegebied voor dagelijkse boodschappen. Als dit leidt tot verdringing van solitair aanbod elders, is per saldo structuurversterking bereikt.

5 Niet dagelijks aanbod

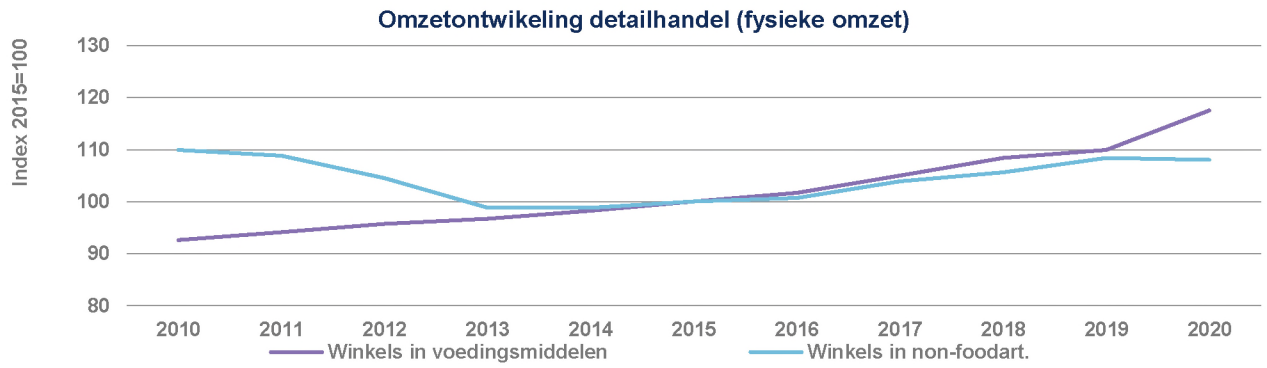
5.1 Inleiding

Onderzocht wordt of het Rijnhavenkwartier zich complementair kan ontwikkelen aan het aanbod in Hart van Zuid en de noordelijke binnenstad. Hierbij dient de haalbaarheid van een toevoeging van 6.100 m² wvo niet dagelijks aanbod, exclusief Stillwerk (3.000 m² wvo) te worden aangetoond. Dit wordt gedaan door middel van trends en ontwikkelingen, vergelijkingen in Nederlands-, en internationaal perspectief.

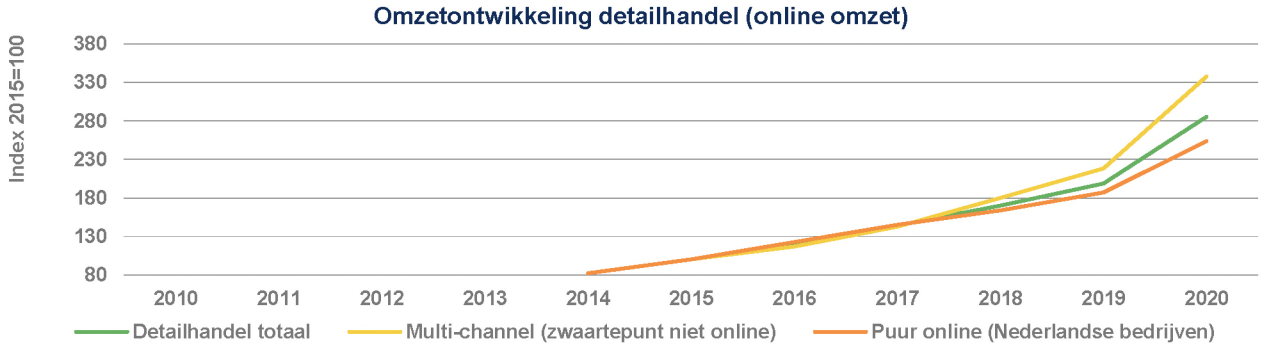
5.2 Trends en ontwikkelingen binnensteden

5.2.1 Omzet en bestedingen

- De omzet in de detailhandel neemt sinds 2014 gestaag toe. Wel is er duidelijk verschil zichtbaar tussen de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Waar de omzet (en bestedingen) in de dagelijkse sector fors toenemen, gaat dit in de niet-dagelijkse sector iets minder hard. In 2020 was hier zelfs sprake van een beperkte krimp (als gevolg van corona).
- Binnen de niet-dagelijkse sector bestaan grote verschillen. Zo is er in de sector mode en luxe (recreatief winkelen) sinds 2015 t/m 2020 sprake van een afname van bestedingen (ruim 8%), terwijl er in de sector in en om het huis (doelgericht winkelen) sprake is van een forse groei (ruim 16%) van de bestedingen. Dit laatste is vooral zichtbaar in woon-, tuin- en doe-het-zelfbranche.
- Het aantal online bestedingen is de afgelopen jaren sterk toegenomen, evenals het aantal producten en diensten dat online verkrijgbaar is. Ook lokale ondernemers doen meer online. De opkomst van online winkelen heeft de fysieke winkelmarkt blijvend onder druk gezet, met name voor recreatieve winkels (kleding, mode, schoenen, warenhuizen). De afgelopen jaren zijn meerdere winkelketens failliet gegaan. Hoewel de leegstand de afgelopen jaren afnam (o.a. door transformatie naar wonen en horeca), is sinds 2019 weer sprake van een toename (o.a. door verzadiging horeca). De verwachting is dat het aantal faillissementen en bedrijfsbeëindigingen (en daarmee de leegstand) de komende tijd zal toenemen, mede als gevolg van de coronacrisis.



Figuur 7: Omzetontwikkeling detailhandel (fysieke omzet).



Figuur 8: Omzetontwikkeling detailhandel (online omzet).

- Hoewel de verwachting voor de komende jaren is dat de online bestedingen zullen toenemen, is ook de verwachting dat winkels steeds meer multi-channel doen. Dit betekent zowel een fysieke winkel als een webwinkel.
- Groei van online gaat niet gelijk met een afname van het winkelaanbod. Integendeel, in veel sectoren is ondanks de groei van online ook sprake van een groei van fysieke winkels (zie Koopstromenonderzoek 2021).
- De opkomst van het internet heeft geleid tot een structureel gewijzigd koopgedrag door consumenten. Men verwacht dat alles gemakkelijk en snel te koop is.

- Fysieke winkels worden steeds meer een showroom of experience center waar de consument terecht kan voor advies of het ervaren van een product.
- De consument is steeds mobieler en voor grotere centra bereid om grote(re) afstanden af te leggen. Anderzijds is de laatste jaren, en mede door corona, een opleving ontstaan van het 'koop lokaal' principe. Moderne buurt- en wijkcentra hebben nog steeds bestaansrecht indien het aanbod goed aansluit op de behoefte van de lokale inwoners. Met name middelgrote centra vallen 'tussen wal en schip'. Ze zijn veelal onvoldoende onderscheidend en bieden te weinig toegevoegde waarde ten opzichte van de grotere en kleinere centra en het internet.
- De recente uitbraak van de Oekraïne oorlog, grondstoffentekorten en de energiecrisis heeft in rap tempo geleid tot (forse) prijsstijgingen en daling van het consumentenvertrouwen, wat voelbaar zal worden in (consumenten) bestedingen als deze crises aanhouden.

5.2.2 Recreatief winkelen

- Als gevolg van meer online aankopen daalt het recreatieve winkelaanbod al jaren. (Inter)nationale modeketens gaan failliet, maar tegelijkertijd staan er ook nieuwe ondernemers op met gespecialiseerde producten en bijzondere formules. Hierbij ligt de nadruk meer op kwaliteit en uniciteit, in plaats van 'massa is kassa'.
- De grotere binnensteden in het land waren lange tijd steevast de grote winnaars, doordat ze zich onderscheiden met een (zeer) uitgebreid en divers recreatief winkelaanbod in combinatie met een ruim horeca en overig leisure aanbod. Een bezoek aan de grotere binnensteden geeft uitstekend invulling aan de hedendaagse consumentenbehoefte (sfeer en beleving) en is voor veel mensen een 'dagje uit'.
- De afgelopen jaren hebben de grote binnensteden echter te maken gehad met forse klappen. Met name buitenlandse toeristen bleven weg. Ook regionale bezoekers kiezen vaker voor de eigen omgeving ('koop lokaal') of kiezen voor online aankopen. De periodieke gedwongen lockdown van de horeca heeft ook een negatieve invloed op de binnensteden en recreatieve aankopen, aangezien recreatief winkelen en bezoek aan horeca sterk gecombineerd worden.
- Uit de bezoekers-, omzet- en koopstromendata blijkt dat de behoefte aan beleven, ontmoeten en recreatief winkelen niet minder is geworden. Dit biedt perspectief voor de grotere binnensteden.

5.2.3 Doelgericht winkelen

- Zoals blijkt uit de omzetontwikkeling is al jaren sprake van forse groei van omzet en bestedingen in de woon-, doe-het-zelf- en tuinbranche. Klassieke woonboulevards en retailparken profiteren hiervan. Dit blijkt ook uit de zeer beperkte leegstand op dergelijke locaties.
- Zolang de woningmarkt en economie op volle toeren draait, zal de sector profiteren. Wel neemt de concurrentie van het internet steeds meer toe. Ook in deze sector wordt steeds meer via het internet gekocht. Tot nu toe gaat dit echter (nog) niet ten koste van omzet in winkels.
- Hoewel in de hele detailhandel gemak en efficiëntie belangrijke kernwoorden zijn geldt dat bovenal voor deze sector. Een goede autobereikbaarheid, ruim en gratis parkeren voor de deur en concentratie van aanbod wordt door de consument verwacht.
- De consument is bereid verder te reizen voor complete woonboulevards/retailparken met voldoende keuzemogelijkheden. De aanwezigheid van een of meerdere trekkers is vaak bepalend, zoals een IKEA of Stilwerk.
- Tegelijkertijd openen veel woonwinkels en bouwmarkten in binnensteden compacte versies of city stores van hun filialen. Consumenten kunnen hier basisbenodigdheden halen en gebruik maken van services zoals verfmengmachine, verhuur van gereedschap of een informatiepunt voor het plaatsen van online bestellingen.

5.2.4 Overige algemene trends

- Blurring is een begrip dat gebruikt wordt om de vermenging van horeca en detailhandel te duiden. Denk aan het biertje bij de kapper. Vanuit ondernemerschap is blurring positief, omdat conceptueel meer geëxperimenteerd kan worden. De consument kan meer beleving ervaren. Het begrip is echter beladen in het kader van de Drank en Horecawet (schenken van alcohol).
- Brancheverwaging komt steeds meer voor. Dit betekent in winkels het assortiment steeds breder wordt, waardoor ook artikelen worden verkocht die niet 'zuiver' tot de branche behoren. Denk aan bouwmarkten die ook meubels verkopen, supermarkten met niet-dagelijks winkelaanbod en tuincentra die verschuiven naar warenhuizen. Een bepaalde mate van branchevreemd assortiment is noodzakelijk en gebruikelijk om te kunnen functioneren.
- Brancheverbreding is een beleidsmatige term die meestal betrekking heeft op perifere concentraties. Hier zijn vaak branchebeperkingen opgenomen, bijvoorbeeld uitsluitend volumineuze artikelen. Steeds vaker verbreedt het profiel naar thema boulevards op het gebied van 'in en om het huis' of zelfs complete Retailparken met grootschalige sport- en spelzaken. Vanuit vastgoedeigenaren is veelal een wens om te verbreden, maar dit kan op gespannen voet staan met de complementariteit met reguliere centra. Weloverwogen keuzes zijn hierin noodzakelijk.
- Opleving warenmarkt: de behoefte aan kwaliteit, lokale producten, ambacht en 'foodbeleving' is bij uitstek te vinden op de warenmarkt. In veel steden is daardoor

sprake van een opleving van de warenmarkt. Ook draagt de warenmarkt in belangrijke mate bij aan de beleving en reuring in centrumgebieden.

5.2.5 Trends binnensteden

Het toekomstperspectief van het Rijnhavenkwartier hangt samen met landelijke trends in grotere binnensteden in Nederland. De belangrijkste kansen en opgaven vanuit landelijke trends zijn beschreven, maar ook de relatie met de Rotterdamse specifieke context.

- Binnensteden veranderen van 'places to buy' naar 'places to be'. Een sterkere verblijfsfunctie draagt bij aan de behoefte aan sfeer en beleving die de afgelopen jaren sterk is toegenomen
- Het teruglopende perspectief als recreatieve aankooplocatie maakt dat er opnieuw moet worden gekeken naar de functie van binnensteden. De toenemende variatie aan functies is aan te duiden als kans. Functies als horeca, dienstverlening, wonen en werken vinden namelijk steeds meer hun weg naar de binnenstad. Daarmee maken binnensteden de transitie van winkelgebied naar verblijfsgebied, zoals zichtbaar in Zwolle, Eindhoven, Haarlem, Leiden, Tilburg en Breda.
- In de retail is daarnaast al enkele jaren een terugtrekkende beweging van filiaalbedrijven waarneembaar. Verwacht wordt dat deze trend ook de komende jaren gaat doorzetten. De afname van filiaalbedrijven biedt kansen voor lokaal ondernemerschap en het toevoegen van uniek en divers aanbod waarmee binnensteden zich (verder) kunnen onderscheiden. Ook hier is Rotterdam van oudsher sterk in, met duidelijk onderscheidende deel-/sfeergebieden met een eigen profiel. Dit is enerzijds onderscheidend met andere grotere binnensteden in de regio en anderzijds zorgt dit voor een minder grote afhankelijkheid van het grootwinkelbedrijf.
- Een nadeel van de vele kleinschalige en zelfstandige aanbieders in Rotterdam is dat deze ondernemers vaak tegen hun pensioen aanlopen en bedrijfsopvolging beperkt is. Ook de schuldenlast door de coronamaatregelen draagt niet bij aan de toekomstbestendigheid. Hier is hierdoor niet uit te sluiten dat bestaande ondernemers gaan verdwijnen.
- De binnenstad is daarnaast een steeds belangrijkere woonomgeving. Door de woningdruk in steden is transformatie van leegstaande publieksfuncties naar wonen een veel besproken onderwerp. Transformatie naar wonen heeft echter ook een keerzijde, namelijk het (definitieve) verlies van publieksaantrekkende/economische functies en daarmee reuring. Bovendien kunnen er belangenconflicten ontstaan (overlast versus reuring).

Daarnaast is het creëren van een aantrekkelijke woonomgeving meer dan enkel het investeren in woningen. Er dient ook aandacht te zijn voor maatschappelijke voorzieningen (huisartsen, onderwijs, kinderopvang,

etc.), mobiliteit, duurzaamheid en vergroening. Ook als werklocatie wint de binnenstad aan terrein. De zakelijke dienstverlening (accountants, notarissen, etc.) is van oudsher een belangrijkere groep in de binnenstad. Het huisvesten van (kleinschalige) kantoorfuncties is een belangrijke kans voor het realiseren van dynamiek in de binnenstad.



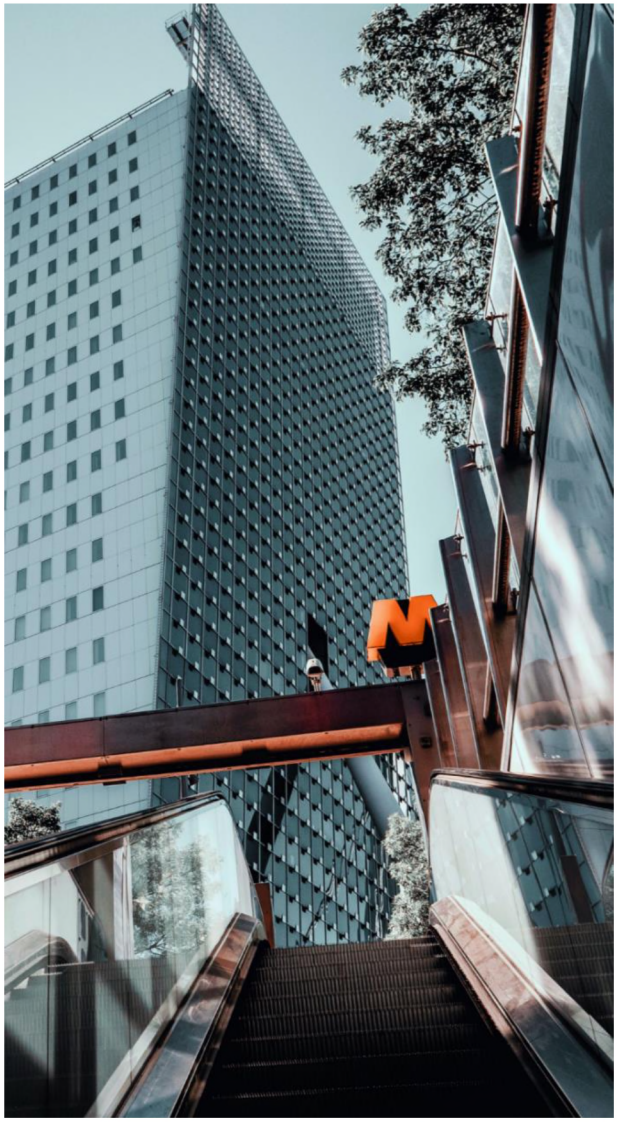
Figuur 9: Hoogbouw in Rotterdam.

5.3 Vergelijkingen in Nederlands perspectief

In het plangebied zal Stilwerk in 2023 haar deuren openen. Door deze nieuwvestiging zullen meer bedrijven zich in het gebied willen vestingen. In dit hoofdstuk gaan we verder in op de mogelijkheid om het Rijnhaven-kwartier complementair te laten ontwikkelen aan het Hart van Zuid en de noordelijke binnenstad. Daarvoor is een benchmark gemaakt om de groeipotentie van Rijnhaven in beeld te brengen.
Om de groeipotentie van het Rijnhavenkwartier in beeld te brengen is gekeken naar vergelijkbare gebieden in Nederland; het Honigcomplex (Nijmegen), Bassin (Maastricht), Strijp-S (Eindhoven) en het Modekwartier (Arnhem). Daarnaast is ook over de grens gekeken naar 't Eilandje (Antwerpen), het oude havengebied in Hamburg en Vesterbro & Nørrebro (Kopenhagen).

5.3.1 Conclusies

- De benchmarkgebieden zijn stuk voor stuk gebieden met een rijke historie. In de loop van de tijd zijn de meeste gebieden hun functie verloren door innovaties of minder aantrekkelijk geworden door achterstallig onderhoud.
- Vaak zijn moderne herontwikkelingen vertraagd door crisissen waardoor gemeenten besloten tijdelijke activiteiten toe te staan op de locaties. Door de vestiging van pop-up retailers werden de gebieden weer aantrekkelijk, kwam er ook interesse van grotere/gerenommeerde winkelketens en liep de leegstand terug.
- Het omarmen van de geschiedenis van de locaties levert succes op, zowel op buurtniveau als voor concepten. Juist niet voor de hand liggende unieke concepten waarbij het karakter van het pand/buurt wordt gekoppeld aan nieuwe trends zorgen voor een trekkende werking op bezoekers.
- De benchmarkgebieden zijn over het algemeen nog steeds voortdurend in ontwikkeling. Ondernemers, maar ook de gemeenten zelf zien kansen om de gebieden verder te ontwikkelen, zowel wat betreft woningbouw als voor nieuwe voorzieningen. Dit heeft niet alleen voordelen voor het gebied zelf, maar biedt ook kansen voor de gehele binnenstad.
- In de loop van de tijd is het aantal jonge mensen met een urbane levensstijl sterk toegenomen in de wijken. Zij hebben over het algemeen net als de bewoners van de volkswijken behoefte aan recreatieve activiteiten in de buurt.
- In de gebieden zitten veel zelfstandige lokale ondernemers die een band hebben met het gebied. Deze ondernemers hebben meerdere verdienmodellen. Zo wordt er naast het verkopen van producten ook een gerelateerde dienst aangeboden, workshops gegeven of is er naast de fysieke winkel ook een webwinkel. De winkel wordt vooral gebruikt om de klant te binden aan het product.
- De spreiding van winkels en functies door het gebied kan succesvol zijn, mits er goed wordt ingespeeld op de al aanwezige karakteristieken en kwaliteiten van het gebied. Hierbij is het aanbod per hoofdbranche deels afhankelijk van het aanbod in de rest van de binnenstad. Zo zijn er bij het Bassin in Maastricht relatief weinig mode & luxewinkels aanwezig doordat het aanbod in de rest van de binnenstad al relatief ruim is ten opzichte van andere steden.
- De beoogde thema's in het retailconcept Rijnhaven (design, art&culture en creativiteit) zijn over het algemeen succesvol in de benchmarkgebieden. De concepten betreffen vaak een niche, zijn duurzaam of zijn gekoppeld aan de geschiedenis/karakter van het gebied.



Figuur 10: Rotterdam in beeld.

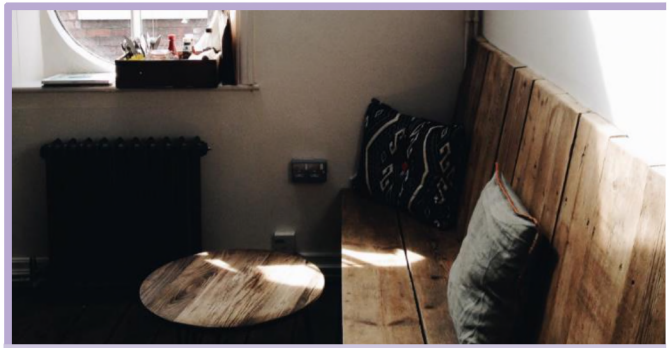
5.3.2 Honigcomplex, Nijmegen

- De voormalige Honingfabriek zou na de sluiting eigenlijk gesloopt worden. Door de kredietcrisis heeft de herontwikkeling vertraging opgelopen waarop de gemeente besloot het gebied tijdelijk een andere bestemming te geven en ruimte te bieden aan ondernemers.
- 8 jaar lang is het complex een creatieve en inspirerende ontmoetingsplaats geweest in Nijmegen en is hier onder meer horeca zich gaan vestigen.
- Het complex bevindt zich in een volkswijk waar tevens veel studenten zijn gevestigd. Beide doelgroepen zoeken ontspanning in de buurt, wat het complex populair maakt.
- Als gevolg van het succes van de tijdelijke bestemming zijn de bouwplannen aangepast en blijft het industriële karakter van het gebied behouden. Het gebied zal ook in de toekomst het creatieve en innovatie hart van het waalfront blijven. Enkele voorbeelden van populaire concepten worden hieronder gegeven.

Bouwwerk 13
Een kleinschalige meubelmakerij die met gebruikt hout werkt in combinatie met metaal of glas. Verder houdt het bedrijf zich bezig met bouwkundige werkzaamheden.

NYMA makersplaats
Verschillende makers, van instrumentenbouwers tot webdesigners, en verschillende ambachten zijn hier samen gevestigd om het beste in elkaar naar boven te halen.

Sit & Heat
Op het Honigcomplex werd gewerkt aan een efficiëntere manier van terrasverwarming om energie te besparen. De warmte komt vanuit de kussens en wordt geïsoleerd door degene die op het kussen zit.



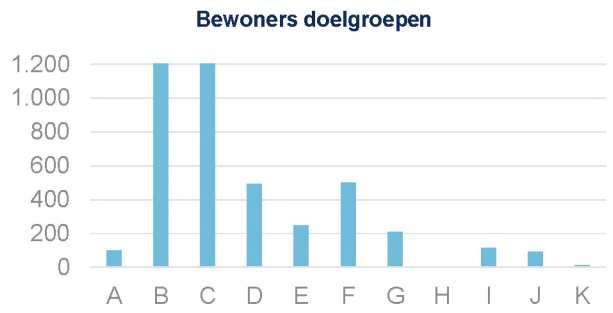
Bouwwerk 13



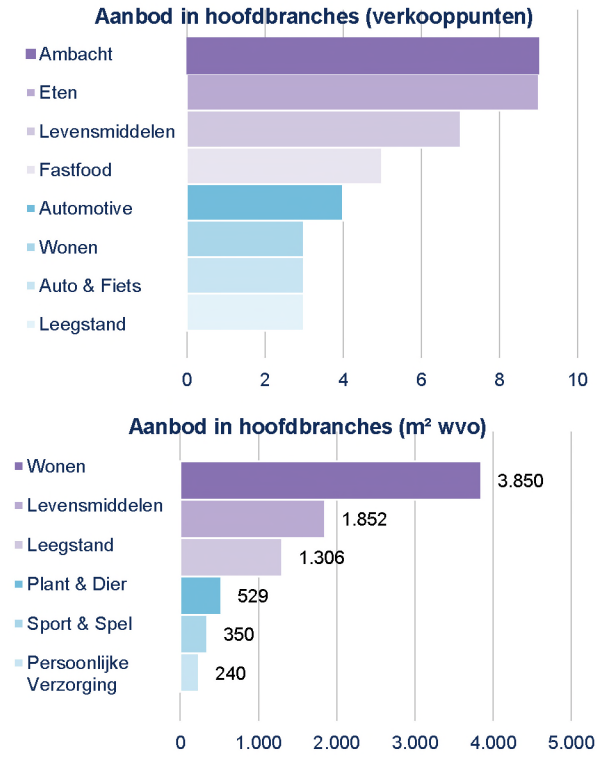
NYMA makersplaats



Sit & Heat



Figuur 11: Whize 2021, zie bijlage 2 voor een toelichting.



Figuur 12: Meest vertegenwoordigde hoofdbranches

5.3.3 Bassin, Maastricht

- Het Bassin was vroeger een belangrijke haven voor het transport vanuit Maastricht. Vanaf hier werd het beroemde porselein van Petrus Regout over de hele wereld verscheept.
- Door de groei van vrachtschepen is de haven herbestemd tot passantenhaven. De oude pakhuizen zijn omgebouwd tot woningen en in de kelders zit tegenwoordig horeca en galerietjes gevestigd.
- Aan de noordoostelijke kant van de haven wordt de Maasboulevard verder doorgetrokken waardoor het gebied nog aantrekkelijker wordt voor voetgangers. Er ontstaat ruimte voor nieuwe woningen en een ondergrondse parkeerplaats.
- In het gebied wonen veel jonge mensen (studenten) gecombineerd met Volks & uitgesproken. Daarnaast trekt het gebied veel watertoerisme doordat het gebied internationaal goed staat aangeschreven. Door de ontwikkeling aan de noordkant van het bassin moet het Bassin de binnenstad gaan ontlasten. Hieronder volgen enkele concepten die de bezoekers naar het gebied trekken.

Vormstof
Workshops en lezingen over porselein om het product weer op de kaart te zetten. Ook zijn er producten verkrijgbaar via een webshop.

Theater Lumière
In het theater worden arthousefilms, documentaires en filmklassiekers afgespeeld. Verder is er een café, een restaurant een terras aan het bassin aanwezig.

De Yogaschool
Aan het Bassin zit een kleinschalige yogastudie gevestigd. Daarnaast organiseert het bedrijf meerdere events gerelateerd aan het gebied, zoals yoga & sloepen.



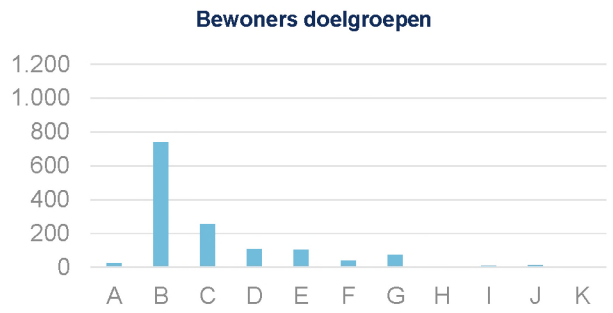
Vormstof



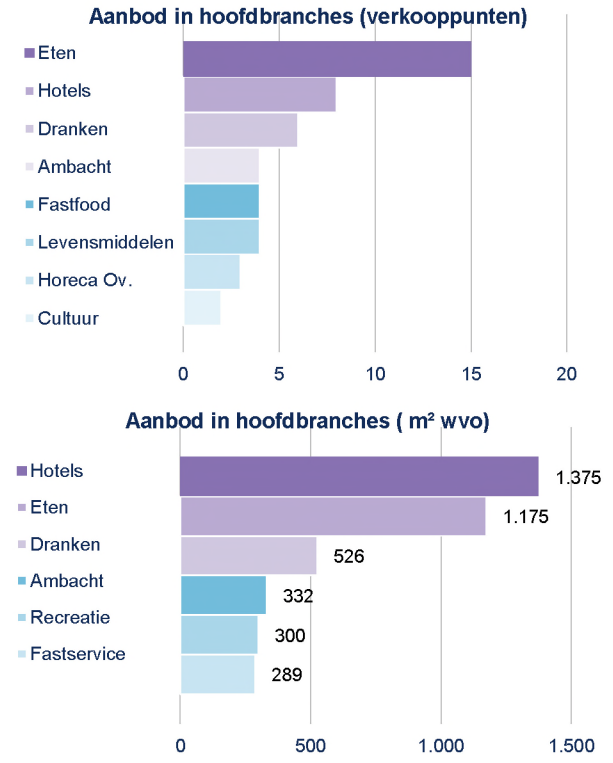
Theater Lumière



De Yogaschool



Figuur 13: Whize 2021, zie bijlage 2 voor een toelichting.



Figuur 14: Meest vertegenwoordigde hoofdbranches.

5.3.4 Modekwartier, Arnhem

- Het Modekwartier ligt in de Arnhemse wijk Klarendal, een authentieke volkswijk met veel leven op straat.
- Het modekwartier is ontstaan als onderdeel van de wijkontwikkeling met als doel de leefbaarheid van het gebied te verbeteren. Er zijn tientallen panden opgekocht, opgeknapt en verhuurders op mode- en designgebied. De eerste winkels opende in 2006.
- Tegenwoordig bevinden er zich circa 60 kleinschalige winkels en ateliers in het gebied, goed voor ongeveer twee-derde van de verkooppunten. De winkels worden afgewisseld met woonhuizen.
- In de wijk wonen nog steeds dezelfde soort mensen waardoor de sfeer in de wijk behouden is gebleven. Wel zijn er in beperkte mate jongeren met een urbane levensstijl in het gebied komen wonen.
- In het gebied zijn naast modewinkels ook andere concepten gevestigd hieronder volgen een aantal voorbeelden.

Botma & Van Bennekom
Natuurlijke, handgemaakte, verzorgingsproducten van biologische ingrediënten. De producten worden zijn afkomstig uit de eigen zeepatelier.

ABC Liberitas
Een boekencafé tussen de modewinkels waar tweedehandsboeken kunnen worden gelezen, workshop worden gegeven en spelletjes gespeeld met koffie of speciaalbier.

Rolling Vinyl
Een winkel met benodigdheden voor het ontwerpen van je eigen skateboard. Daarnaast zijn er customized skateboards door artiesten van over de hele wereld te koop.



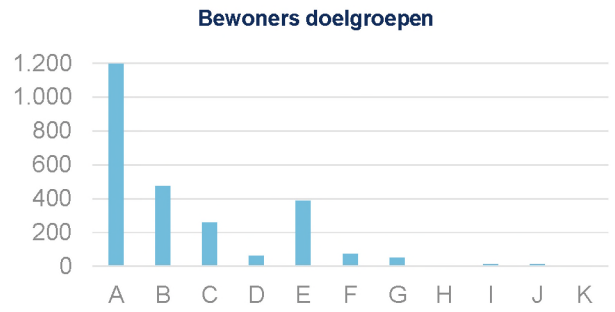
Botma & Van Bennekom



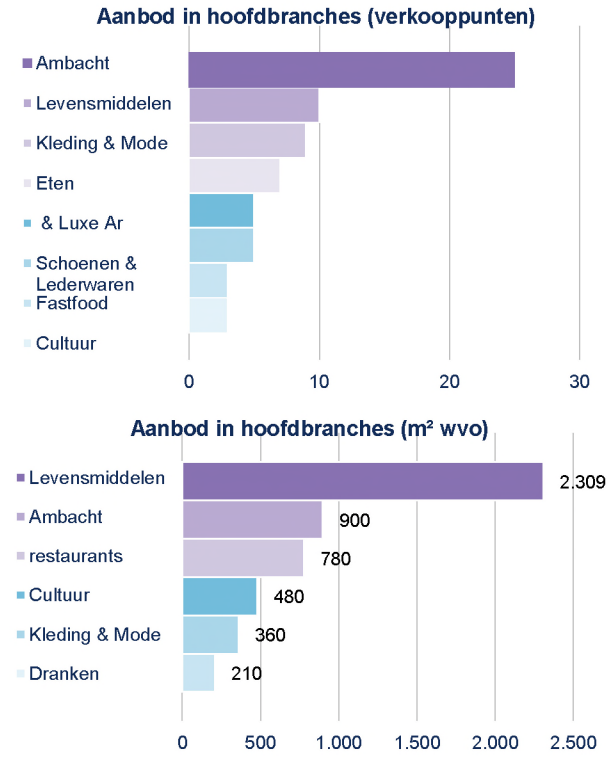
ABC Liberitas



Rolling Vinyl



Figuur 15: Whize 2021, zie bijlage 2 voor een toelichting.



Figuur 16: Meest vertegenwoordigde hoofdbranches.

5.3.5 Strijp-S, Eindhoven

- Het voormalige fabrieksterrein van Philips moest na het vertrek van Philips naar Amsterdam en andere plekken over de wereld een nieuwe bestemming krijgen.
- Het terrein wordt in vier fases herontwikkeld tot een vernieuwend stuk stad voor creatieve en ondernemende personen. Sinds 2016 wonen er mensen in de nieuwbouwwoningen en het inwoneraantal groeit nog steeds.
- Het gebied trekt met name bewoners die in de doelgroep Jong & Hoopvol vallen. Ook de doelgroep Volks & Uitgesproken is goed vertegenwoordigd in het gebied.
- Ook het aantal verkooppunten is sindsdien fors toegenomen van 48 in 2016, naar 69 in 2019 en 83 tegenwoordig. Er is veel beweging door de vele initiatieven in het gebied, een combinatie van gerenommeerde bedrijven en startups en een vernieuwend woonmilieu met uiteenlopende vormen van vrijetijdsbestedingen.
- Het gebied wordt gekenmerkt door een rijke mix aan functies van unieke concepten. Hieronder volgen een paar voorbeelden.

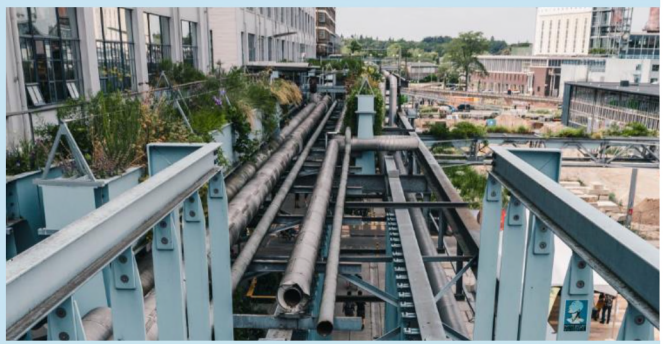
Skatepark Area 51
Een indoor skatebaan van 2.800 m² met ruimte voor alle niveaus en disciplines. Er is een apart lesgedeelte voor kinderen en kinderfeestjes.

Strijp Lovers
Een organisator van vergaderingen, bedrijfsfeestjes en netwerkevents in samenwerking met bewoners en lokale partijen. Daarnaast worden er inspiratietours gegeven.

SX
Een centrum voor sport, marketing en media. De combinatie moet voor kruisbestuiving, het vermenigvuldigen van activiteiten en meer beleving zorgen.



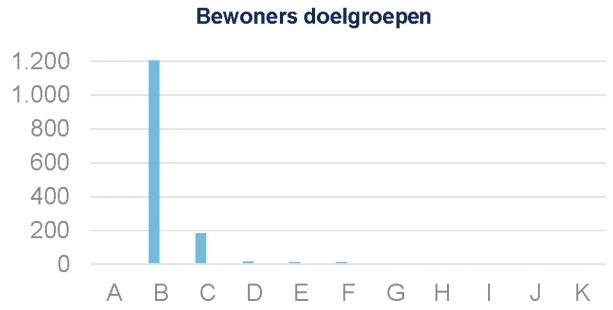
Skatepark Area 51



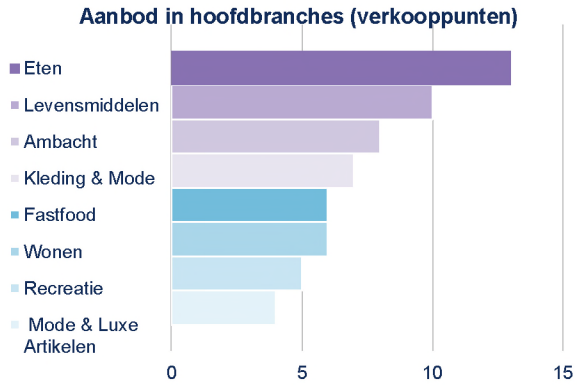
Strijp Lovers

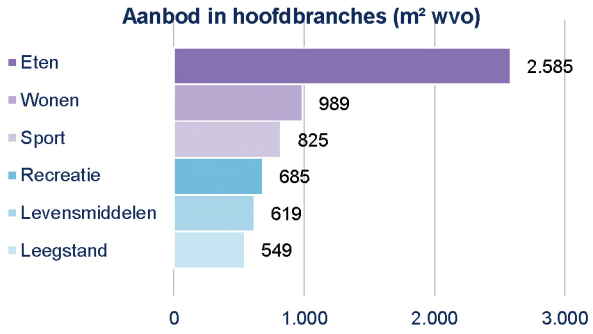


SX



Figuur 17:Whize 2021, zie bijlage 2 voor een toelichting.





Figuur 18:Meest vertegenwoordigde hoofdbranches.

5.4 Vergelijkingen in internationaal perspectief

5.4.1 't Eilandje, Antwerpen

Het gebied ten noorden van het centrum en aan de Schelde staat bekend om de Oude haven en het MAS, maar sinds veel pakhuizen zijn opgeknapt zijn en veel nieuwe type bestemmingen toegevoegd aan het gebied.

Siematic du Port

Flagshipstore van de Duitse luxe keukens fabrikant, waar de nieuwste modellen keukendesigns worden getoond.

Felix Pakhuis
Het voormalig pakhuis is tegenwoordig een multifunctioneel pand waar events, brunches en workshops georganiseerd worden. Ook is er een bakkerij en bar aanwezig

Galerie Verbeeck – Van Dyck
Hedendaagse kunstgalerie waar elk jaar enkele grote exposities plaatsvinden en kunst gerelateerde events worden georganiseerd.

Waagnatie Expo & Events
Een grote loods nabij het centrum geschikt voor het organiseren van o.a. evenementen, beurzen en concerten. De locatie is goed bereikbaar voor organisatie en bezoekers

Bocadero Waagnatie
Een bruisend stadstrand met buitenbar, overdekt terras, indoor Beach waar salsa workshops worden georganiseerd. De locatie kan gedeeltelijk afgehuurd worden.

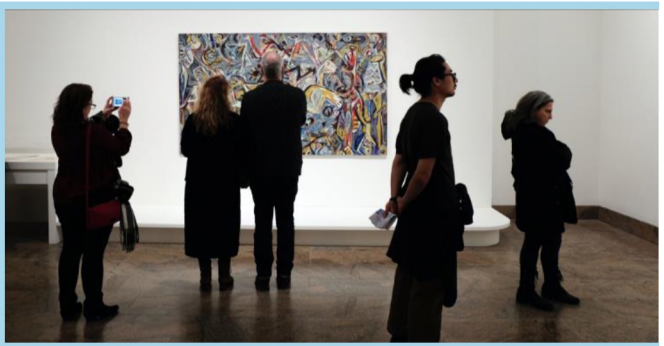
Atelier Millevaches
Een slagersatelier met een eigen boerderij. Vlees van eigen wij is het devies. Een goed dierenleven, goede kwaliteit vlees en een correcte prijs wordt gegarandeerd.



Siematic du Port



Felix Pakhuis



Galerie Verbeeck – Van Dyck



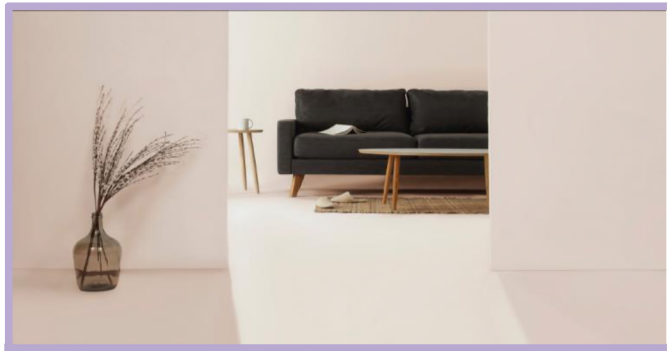
Waagnatie Expo & Events



Bocadero Waagnatie



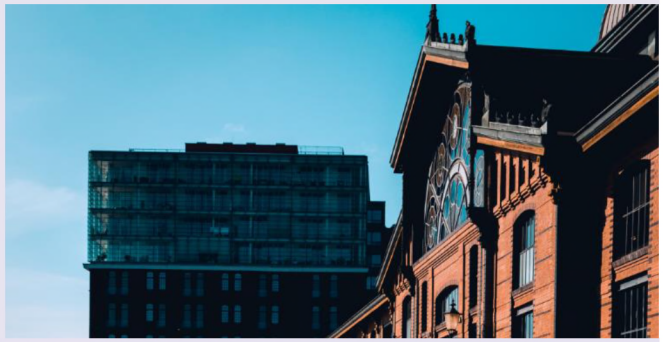
Atelier Millevaches



BoConcept

5.4.2 Oude havengebied, Hamburg

Het gebied rondom Stilwerk, gelegen aan de Elbe heeft een visserverleden, wat nog steeds goed te merken is aan de gebouwen, winkels, restaurants en kroegen die hier gevestigd zijn. Het gebied is goed bereikbaar met de auto, openbaar vervoer en via het water.



Hamburger Fischmarkt



U-Bootmuseum Hamburg



Braustättchen am Fischmarkt



Elbschmiede Altona



The Golden Pudel Club

BoConcept
Een internationaal premium retailmerk afkomstig uit Denemarken. Meubels worden zelf ontworpen, geproduceerd en verkocht, met ruimte voor maatwerk voor de klant.

Hamburger Fischmarkt
De vismarkt is een trekpleister voor locals en toeristen. Er is live muziek, er worden evenementen georganiseerd en op er is een wekelijks feest.

U-Bootmuseum Hamburg
Het museum bevindt zich in een U-Boot die nog intact is. Bezoekers kunnen meerdere kamers in de onderzeeër bekijken. Ook worden er rondleidingen gegeven.

Braustättchen am Fischmarkt
Een speciaalbier winkel waar zowel lokale als internationale biertjes worden verkocht. Er verschillende evenementen georganiseerd waarbij het bier centraal staat

Elbschmiede Altona
Een trouwlocatie in van de oudste gebouwen in de stad. Het gebouw heeft een uitstraling die past bij de havenstad. Ook andere type evenementen vinden hier plaats.

The Golden Pudel Club
Een nachtclub met slechts een kleine zaal die altijd vol is. Door de unieke omgeving en de ruimte om de club heen waar de muziek ook is te horen, is dit toch een trekpleister



Fotografisk Center



Rita Blå's Lopper



Sønder Boulevard



Hot Kotyr



Wilgart



Ravnsborggade

5.4.3 Vesterbro & Nørrebro, Kopenhagen

Het voormalig red light district van Kopenhagen is tegenwoordig een van de meest populaire wijken van de stad. In de wijk wonen veel studenten, artiesten en andere creatieve personen. De tattooshops zitten tegenwoordig naast boetiekjes en in leegstaande warenhuizen zitten nu startups.

Fotografisk Center
Een expositieruimte waar verschillende evenementen plaatsvinden met als doel een debat te creëren. Daarnaast is er een boekenwinkel aanwezig.

Rita Blå's Lopper
Een van de grootste vlooienmarkten van Kopenhagen die bekend staat om de goede sfeer en hoge kwaliteit producten. De markt heeft afwisselende locaties.

Sønder Boulevard
Een van de drukste autostraten van Kopenhagen is tegenwoordig een linear park waar naar veel groen ruimte is voor sport, evenementen en regelmatig Rita Blå's Lopper.

Hot Kotyr
Een vintage shop die zich heeft gefocust op een product: Vintage lighting. De hele winkel hangt vol met lampen afkomstig uit de jaren 40-70.

Wilgart
In deze boetiek/werkplaats worden als in van de laatst plekken handgemaakte petten gemaakt. Het ervaren van het proces is onderdeel van het product.

Ravnsborggade
Een klein straatje waar vintage en retro winkels worden afgewisseld met eettentjes, luxe winkels en antiekzaken. De bekendste winkels zijn Prag, Fremtiden en ABC Antik.

5.5 Overige nieuwe winkelconcepten

- In Londen wordt een Nike-winkel geopend van meer dan 1.500 m². In de winkel is veel ruimte voor digitalisering in de vorm van onder andere storytelling via het platform Sport Pulse. Er hangen LED schermen in de winkel waar live sportevenementen in de stad zelf worden uitgezonden en er zijn interactieve schermen in de winkel waar klanten reviews en andere informatie op kunnen vragen. Ten slotte kunnen klanten product tags scannen voor meer informatie over het product, bijvoorbeeld of het product nog op voorraad is.[6]
- Tegelijkertijd opent Nike in Seoul een winkel die de grens tussen sport en digitaal nog verder vervaagt. In de wijk Hongdae, die bekend staat om de mode en kunstcultuur, krijgt online creativiteit, social media en beleving de ruimte door o.a. een eigen videostudio, augmented reality en kunstinstallaties. Verder worden er workshops en evenementen georganiseerd voor leden van Nike+ en is er een speciale gender neutrale zone in de winkel.
- Ikea en H&M openen samen een nieuw retailconcept om ontwerpers en lokale gemeenschappen met elkaar te verbinden. Atelier100 is een pilotproject met een duurzame en hyperlokale retail benadering. Iedereen die op minder dan 100km van de vestiging af woont mag zijn vernieuwende ideeën hier tonen. Geselecteerde ontwerpers krijgen begeleiding en financiële ondersteuning zodat nieuwe ideeën omgezet kunnen worden in commercieel levensvatbare producten. Verder zullen op de locatie workshops, lezingen en evenementen worden gegeven.[7]
- In Berlijn opent het Duitse postbedrijf DPD een winkel waar consumenten in een ontspannen sfeer pakketjes kunnen ophalen en verzenden. Consumenten kunnen de pakketjes hier meteen openmaken, passen of uitproberen in de vestiging. Verder zijn er fairtrade koffie en snacks te verkrijgen. Tevens wordt pakketjes met de fiets tot aan huis bezorgd, zijn er lockers beschikbaar door een samenwerking met Storebox en wordt bij het terugsturen van pakketjes een van de dozen van andere consumenten gebruikt.[8]
- In Berlijn heeft Schwarzkopf een eigen vestiging geopend. In The house of Schwarzkopf verkoopt de producent niet alleen direct producten aan haar klanten, maar consumenten kunnen de producten ook zelf ervaren in de haarsalon, wordt persoonlijk advies gegeven, nieuwe technologieën gedemonstreerd en wordt aandacht besteed aan de geschiedenis van het merk door middel van een heritage wall en een digitaal museum.[9]
- Een vergelijkbaar concept opent in Londen. Therabody, producent van massageapparaten voor thuis, opent een locatie waar naast de verkoop van hun producten ook massages, geluid- en lichttherapie, cryotherapie en PEMF therapie wordt aangeboden.[10]

[6] Retaildetail (2022) Nike lanceert twee nieuwe winkelconcepten tegelijk
[7] Retaildetail (2022) IKEA en H&M openen creatieve hub Atelier100 in Londen
[8] Retaildetail (2022) DPD opent eigen afhaalwinkels, met koffie en koekjes
[9] Schwarzkopf international; Introducing the House of Schwarzkopf
[10] Cityreality (2022) 10 highly anticipated retail openings of 2022

5.6 Kansen en effecten

5.6.1 Ontwikkeling randgebieden Rotterdam

- Voor verschillende randgebieden in Rotterdam is een analyse van het aanbod door de jaren heen gemaakt. Dit is gedaan aan de hand van Locatus data (2010, 2015, 2020 en 2022). Zichtbaar is dat in de randgebieden het aanbod zich ontwikkelt. Naarmate een gebied meer bekendheid krijgt wordt de functie van het gebied versterkt.
- De publieksfuncties en ook de retail in deze gebieden ontwikkelen zich volgens een eigen dynamiek, gebaseerd op de specifieke eigen kwaliteit en betekenis van deze deelgebieden. Ze zijn allen complementair ten opzichte van de grotere winkelgebieden in Rotterdam (binnenstad, Zuidplein en Alexandrium).
- In de grafieken (figuur 20) is de ontwikkeling zichtbaar van het aantal verkooppunten door de jaren heen. De grafieken tonen niet het volledige beeld aan verkooppunten per winkelgebied, per gebied worden van twaalf hoofdbranches het aantal verkooppunten getoond.

Tabel 4: Eigenschappen van de verschillende randgebieden

Naam	m² wvo	Aantal horeca (in verkooppunten)	Aantal ambachten (in verkooppunten)
Witte de Withstraat	5.300	34	4
Hoogkwartier	17.500	40	16
Zwaanshals	9.700	22	20
Bergpolder	15.600	37	25
Nieuwe Binnenweg	28.600	82	55
Luchtsingel en Hofbogen	4.300	17	4

Witte de Withstraat

- Door de jaren heen is zichtbaar dat de horeca functie van het gebied is toegenomen. In 2010 telde de straat 23 horeca verkooppunten, nu in 2022 zijn dat er 34. Zichtbaar is dat aanbod qua mode is afgenomen.
- Het gehele gebied heeft vandaag de dag een omvang van circa 5.300 m^2 wvo.

Hoogkwartier

- In de aanbod analyse is met name de sterke stijging van het aantal horeca verkooppunten zichtbaar. Ook is een duidelijke stijging zichtbaar in het aantal fitnesscentra.
- Het gebied heeft vandaag de dag een omvang van circa 17.500 m^2 wvo.

Zwaanshals

- De diversiteit van het gebied is duidelijk terug te zien in de aanbodsanalyse. De leegstand ten opzichte van 2010 is fors gedaald. Verder is zichtbaar dat het aanbod Kleding & Mode fors is toegenomen, evenals het horeca aanbod.
- Het gebied heeft vandaag de dag een omvang van circa 9.700 m^2 wvo.

Bergpolder

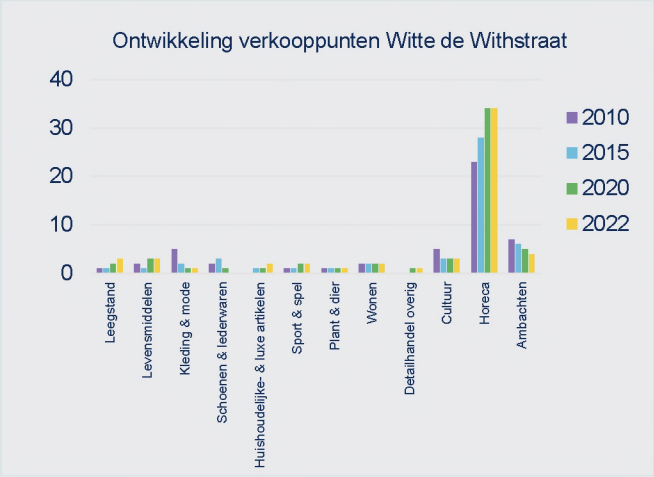
- Op basis van de aanbodsanalyse is zichtbaar dat in het gebied met name de ambachten sterk vertegenwoordigd zijn. Denk hierbij aan kappers, schoonheidssalons en kledingvermaak en reparatieateliers.
- Het gebied heeft vandaag de dag een omvang van circa 15.600 m^2 wvo.

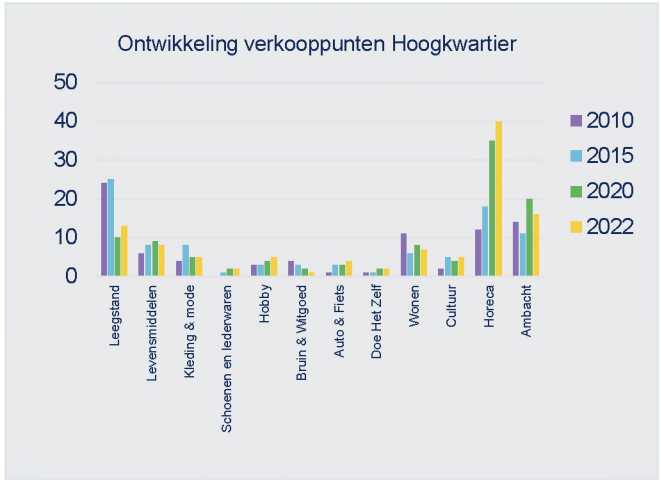
Nieuwe Binnenweg

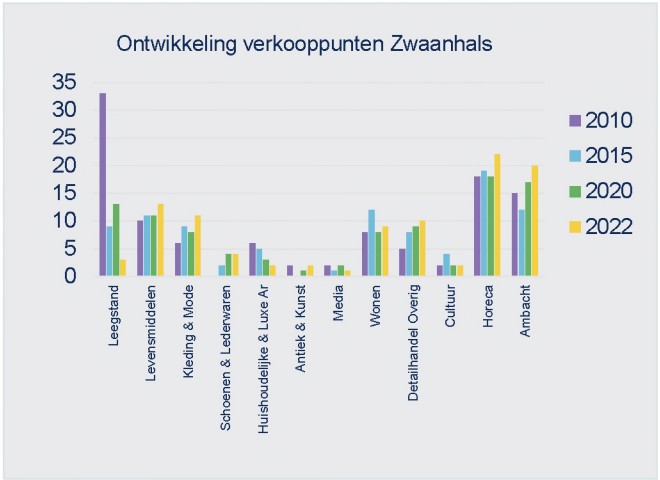
- Met name het aantal ambachten in de Nieuwe Binnenweg is fors toegenomen. Denk hierbij aan kappers, lijstenmakers, kledingvermaak en reparatieateliers. Het horeca aanbod verschilt enorm. In 2018 en 2022 telde de straat het hoogste horeca aanbod.
- Het gebied heeft vandaag de dag een omvang van circa 28.600 m^2 wvo.

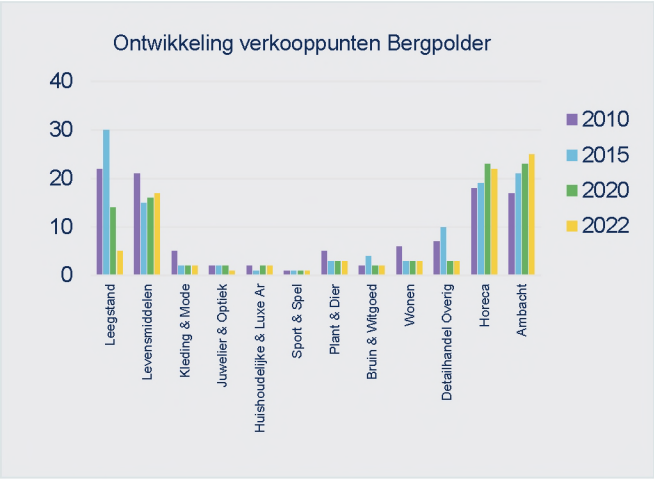
Luchtsingel en Hofbogen

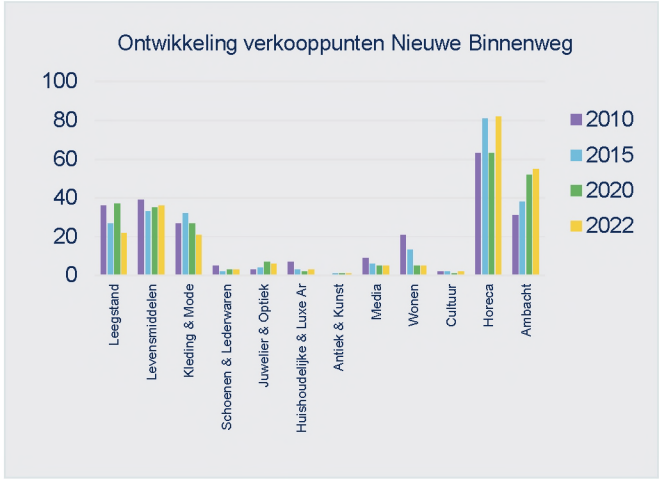
- Door de jaren heen is het horeca aanbod meer dan verdubbeld. Ook het aantal ambachten is toegenomen. Het gaat dan met name om een schoonheidssalon, nagelstudio en kapper.
- Het gebied heeft vandaag de dag een omvang van circa 4.300 m^2 wvo.

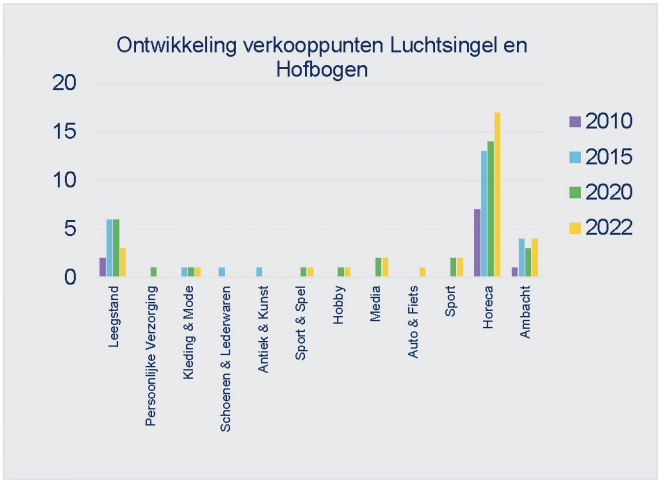












Figuur 20: Ontwikkeling verkooppunten randgebieden Rotterdam.

5.6.2 Aanbod buiten de hoofdwinkelgebieden

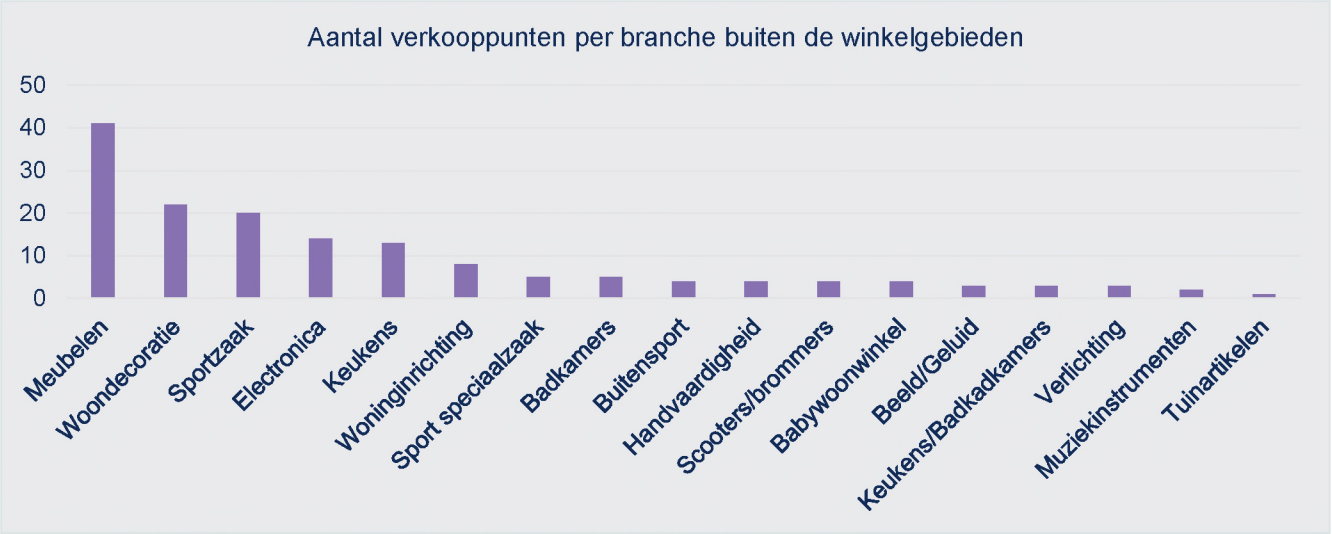
Op basis van de afbakeningen uit de Gebiedskoers is gekeken naar het aanbod buiten de hoofdwinkelgebieden en in hoeverre dit aanbod aansluit bij de beoogde invulling van het Rijnhavenkwartier. De analyse betreft het totale aanbod in de gemeente Rotterdam. Als mogelijke uitgangspunten voor de invulling van de overige vierkante meters niet-dagelijks worden verschillende suggesties gedaan[11], onder andere:

*Een **spin-of** vanuit Stilwerk.*

- Er zijn een aantal specifieke productgroepen waar Stilwerk zich niet op richt. Zo richt Stilwerk zich niet op beeld, geluid of andere home-appliances. Voor dergelijke formules kan het vestigen nabij Stilwerk een versterkend effect hebben. Ook richt Stilwerk zich niet op outdoor. Gezien de hoge stedelijkheid van het gebied zou een specifieke retailer die zich richt op bijvoorbeeld inrichting van balkons en loggia's interessant zijn.
- Verder kan niet iedere woningdesignretailer zich in Stilwerk kunnen vestigen. Er liggen daarom kansen om woninginrichters te vestigen in de nabijheid van Stilwerk. Uitgangspunt is design, merken en een beperkte omvang.

***Specifiek** ondernemerschap.*

- Onlineondernemers die een fysiek vestiging zoeken (verwant aan eerdergenoemde thema's).
- Zaken die design en productie (in atelier) combineren met verkoop in een kleine winkel (verwant aan eerdergenoemde thema's. Wat betreft branchering is een brede invulling mogelijk: naast woninginrichting b.v. ook fashion en accessoires.
- Naast verkoop van eigen productie kan het ook om artikelen van derden gaan. In kunst betreft dit art-galeries. In woninginrichting is MADE.com een voorbeeld.



Figuur 21: Verkooppunten per branche gelegen buiten de hoofdwinkelgebieden.

***Vrije tijd** en **hobby** gerelateerde branches.*

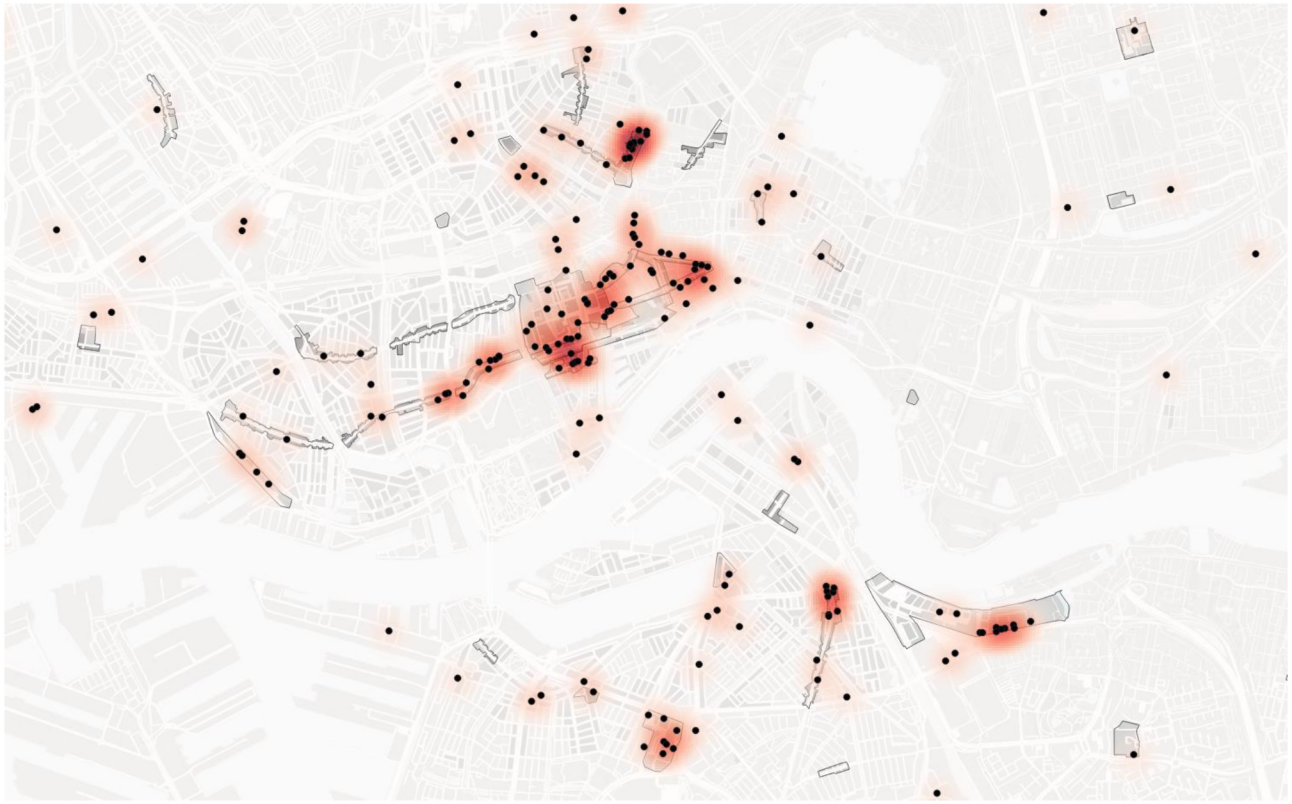
- Gedacht wordt aan onder andere: rijwielen (incl. werkplaats en accessoires) met breed assortiment maar ook gespecialiseerd (b.v. e-bikes) of gericht op een specifiek merk (b.v. Van Moof), diverse segmenten van sport (hiking&tracking, schoeisel, wintersport, watersport, etc.), muziekinstrumenten, hobby-artikelen, woonaccessoires, woningverfraaiing, design-&lifestyle (deels doe-het-zelf), stadsformule doe-het-zelf formats (b.v. Karwei) en vintage.

Op basis bovenstaande is een selectie gemaakt van het aantal verkooppunten buiten de bestaande winkelgebieden. In totaal gaat het om circa 126 bedrijven. Mogelijk is het Rijnhavenkwartier een interessante locatie voor deze ondernemers en is het mogelijk een relocatie te overwegen. Figuur 21 toont een overzicht met de relevante branches gelegen buiten de hoofdwinkelgebieden.

In figuur 22 is het aanbod binnen deze branches in kaart gebracht zowel binnen als buiten de bestaande gebieden. Naast de 126 bedrijven buiten de afgebakende winkelgebieden zijn er 156 bedrijven gevestigd binnen de afgebakende winkelgebieden in de gemeente Rotterdam.

[11] Zie notitie Retailconcept Rijnhavenkwartier Rotterdam.

Het totale reeds gevestigde aanbod binnen deze branches betreft 162.308 m² wvo en haalt op dit moment een omzetclaim van € 288,4 miljoen (162.308 x € 1.777[12]). Wanneer wordt gekeken naar de omzetclaim van het niet-dagelijks aanbod dat toegevoegd wordt in het Rijnhavenkwartier bedraagt dit € 16,2 miljoen. Dit is 6% van het vergelijkbaar totale aanbod in de gemeente Rotterdam. Een beperkte omvang. Daar komt bij dat met de komst van de (nieuwe) aanbieders in het gebied de binding en toevloeiing toeneemt. Bovendien hebben reeds gevestigde ondernemers de mogelijkheid zich te vestigen op het Rijnhavenkwartier.



Figuur 22: Huidige ligging mogelijke interessante verkooppunten voor het Rijnhavenkwartier.

[12] Kenngetallen notitie 2021, winkel omzet per m²wvo niet-dagelijks

Bijlage 1

Vigerend beleid

Vigerend beleid

Provinciaal beleid

Het provinciale detailhandelsbeleid is opgenomen in de Omgevingsvisie Zuid-Holland en de Omgevingsverordening Zuid-Holland[13]. Een vitale, diverse en evenwichtig opgebouwde detailhandelsstructuur is bepalend voor een goed woon- en leefklimaat van dorpen en steden. De provincie gaat ervan uit dat de vraag naar fysieke winkelruimte de komende jaren daalt, onder meer vanwege de opkomst van internetwinkelen, demografische ontwikkelingen en veranderende consumentenbehoefte. Daarom stelt de provincie strikte eisen aan uitbreidingsplannen en wordt detailhandel zo veel mogelijk geconcentreerd in centrumgebieden en bestaande winkelcentra. Dit betekent echter niet dat de provincie op slot zit voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen.

In de bijlage is de tekst uit de Omgevingsverordening opgenomen die betrekking heeft op detailhandel. Hierin wordt onder andere benoemd dat een bestemmingsplan uitsluitend voorziet in nieuwe detailhandel op basis van de volgende gronden:

- Binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie in de centra van steden, dorpen en wijken;
- Binnen een nieuwe wijkgebonden winkelconcentratie in een nieuwe woonwijk;
- Binnen een nieuwe goed bereikbare en centraal gelegen winkelconcentratie als gevolg van herallocatie.

Regionaal beleid

De MRDH en de provincie Zuid-Holland hebben een restrictief en consistent detailhandelsbeleid om de winkelstructuur te behouden. Dit betekent sturen op vraag en aanbod, en lokaal maatwerk op voorwaarde van ruimtelijke inpasbaarheid en regionale afstemming[14]. Het beleid van de MRDH is gebaseerd op het kwalitatief en kwantitatief versterken en optimaliseren van winkelgebieden binnen de bestaande hoofdstructuur van detailhandel. Ten aanzien van detailhandel gelden enkele beleidsuitgangspunten, waaronder:

- Het centrale beleidsuitgangspunt is het in stand houden en versterken van de bestaande winkelstructuur.
- Clustering van detailhandel in centra is van belang om verspreide bewinkeling terug te dringen. Nieuwe ontwikkelingen worden bij voorkeur gefaciliteerd in- of aangrenzend aan de bestaande winkelgebieden en themacentra.

In het regionale beleid is tevens een afwegingskader opgenomen voor nieuwe ontwikkelingen. Hieruit blijkt onder meer het volgende:

- Initiatieven groter dan 1.000 m^2 bvo in de periferie worden voorgelegd aan de regio en positief advies door de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland is noodzakelijk.
- Als een ontwikkeling past binnen het regionale beleid, maar niet plaatsvindt in of nabij een bestaande winkelconcentratie moet worden aangetoond dat er geen sprake is van blijvende negatieve effecten op de bestaande (of beoogde) detailhandelsstructuur.

Gemeentelijk beleid

Detailhandelsnota Rotterdam (2017)

De gemeente Rotterdam zet in op een krachtige, toekomstbestendige winkelstructuur, waarbij de consument centraal staat[15]. De focus ligt daarbij op concentratie van detailhandel in (of aansluitend aan) bestaande winkelconcentraties.

- Het uitgangspunt is efficiënt ruimtegebruik en aansluiting bij andere voorzieningen.

De gemeente wil in principe meewerken aan nieuwe initiatieven onder de volgende voorwaarden:

- Aantonen dat het initiatief meerwaarde heeft voor de lokale en/of regionale detailhandelsstructuur.
- Aantonen dat het een versterking is voor bestaande winkelgebieden en anders aangeven waarom het initiatief niet in- of aangrenzend aan een bestaand winkelgebied wordt gefaciliteerd.
- Aantonen dat er geen (blijvende) negatieve effecten zijn voor de bestaande of beoogde detailhandelsstructuur.

Door middel van gebiedsgerichte uitwerkingen maakt Rotterdam de koers voor winkelconcentraties en ontwikkelingen per gebied inzichtelijk[16].

- In de gebiedskoers voor Feijenoord wordt het Rijnhavenkwartier benoemd als binnenstadsrandgebied waarbij beleidsmatig de beoogde sprong van de binnenstad over de rivier naar Zuid wordt gemaakt. Uitgangspunt is dat het Rijnhavenkwartier een geconcentreerd en goed geprofileerd gebied is dat de detailhandelsstructuur versterkt.

[13] Provincie Zuid-Holland (2019), Omgevingsvisie Zuid-Holland; Provincie Zuid-Holland (2019), Omgevingsverordening Zuid-Holland.
[14] Metropoolregio Rotterdam Den Haag (2018), Strategie Werklocaties 2019-2030.
[15] Gemeente Rotterdam (2017), Detailhandelsnota Rotterdam.
[16] Gemeente Rotterdam (2017), Gebiedskoers detailhandel 2017-2020 Kralingen-Crooswijk.

- In de gebiedskoers wordt gesproken over een nieuw te ontwikkelen winkelconcentratie in de Pols van Katendrecht. Waarbij wordt aangegeven dat de vraag voor de dagelijkse boodschappen wordt beantwoord door minimaal de vraag vanuit het primaire verzorgingsgebied.
- Tot slot wordt benoemd dat een eventuele tweede (reguliere) supermarkt een positieve en complementaire werking heeft op de consumentenverzorging.

B|RO

Bijlage 2

Whize segmenten

Whize segmenten

Whize levert consumentensegmentatiedata. Deze data kan worden gebruikt bij het implementeren van micromarketing strategieën of vergelijkbare onderzoeken. De Nederlandse bevolking is het segmentatiemodel onderverdeeld in 11 segmenten waarmee een duidelijk beeld geschetst kan worden van de Nederlandse consument betreft hun sociodemografie, levensstijl, cultuur en koopgedrag. Hieronder volgt een korte beschrijving van de 11 segmenten:

A: Dromen en Rondkomen
Een groep met een laag welvaartsniveau, vaak woonachtig in stedelijk gebied. De leeftijd van deze groep ligt vaak tussen de 30 en 50 jaar en vervullen vaak eenvoudige functies.

B: Jong en hoopvol
Alleenstaanden onder de 30 jaar (Ook studenten) waarvan de toekomst nog open ligt. Ze hebben nog niet de middelen voor een koopwoning, dus huren ze vaak een klein appartement in grote steden.

C: Volks en uitgesproken
Uitgesproken groep met het zwaartepunt tussen de 45 en 60 jaar, vaak alleenstaand of samenwonend zonder kinderen. De groep is vaak laaggeschoold en zit regelmatig zonder werk thuis.

D: Bescheiden ouderen
65-plusser met een beperkt inkomen, vaak woonachtig in een appartement of eenvoudig rijtjeshuis in een dorp of kleine stad.

E: Stedelijke dynamiek
Druk, ambitieus en sociale groep veelal hoogopgeleide mensen tussen de 20 en 50. Groot deel is alleenstaand of heeft een gezin met jonge kinderen en woonachtig in vooroorlogse appartementen in grotere steden.

F: Gewoon gemiddeld
Deze groep staat midden in het leven, heeft kinderen en bezit een rijtjeshuis. Het gezin heeft een modaal inkomen omdat beide ouders werken. De groep heeft vaak een koopwoning in de vorm van een rijtjeshuis.

G: Gezellige Emptynesters
Actieve 60-plussers die van knusheid en traditie houden en geen verplichtingen meer hebben. Ze wonen in een rijtjeshuis of twee-onder-een kap in dorpen of kleine steden.

H: Landelijke vrijheid
Hardwerkende mensen tussen de 45 en 80 jaar die genieten van het buitenleven. Ze hebben vaak een vrijstaande koopwoning met veel grond eromheen in perifere dorpen.

I: Plannen en rennen
Carrière gedreven gezinnen tussen de 30 en 55 jaar met kinderen in alle leeftijden en een druk leven. Veelal tweeverdieners en een groep die vaak is verhuisd en hebben per levensfase een bijpassend huis.

J: zorgeloos en actief
50-plussers met alle tijd en middelen voor een onbezorgd leven. De kinderen zijn het huis uit, hebben geen hoge kosten meer en wonen zowel in kleine dorpen als grote steden.

K: Luxe leven
Groep van 45 tot 75 jaar die het materieel gezien ongekend goed heeft en soms ook aal in luxe geboren zijn. Deze groep gaat vaak golfen in het weekend, gaat op dure vakanties en heeft de nieuwste auto's voor de deur staan. De groep woon vaak in historische panden op luxe moderne woningen.

Hoofdvestiging Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam
Rhijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Venlo
Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01

www.bro.nl | info@bro.nl