

Detailhandelsvisie
Kerkbuurt
Actualisatie 2019
Gemeente Sliedrecht

Detailhandelsvisie Kerkbuurt Actualisatie 2019

Gemeente Sliedrecht

Rapportnummer:	P01422_2
Datum:	18 februari 2019
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer H. de Jong
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer, Daniëlle Bouwmans
Trefwoorden:	Retailvisie
Bron foto kافت:	BRO
Beknopte inhoud:	Korte actualisatie van de in 2011 door BRO gemaakte detailhandelsvisie voor de Kerkbuurt. Dit is het hoofdwinkelcentrum van Sliedrecht. Tevens worden aanbevelingen gedaan voor de afbakening van het toekomstige kernwinkelgebied.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	4
2. AANBODANALYSE EN MARKTRUIMTE	5
2.1 inleiding	5
2.2 Aanbod en structuur gemeente Sliedrecht	5
2.3 Ruimtelijk-functionele structuur Kerkbuurt	7
2.4 Focus op het aanbod in de Kerkbuurt	9
2.5 Leegstand kern Sliedrecht en Kerkbuurt	11
2.6 Functioneren en marktruimte	13
3. TRENDS EN AMBITIES KERKBUURT	15
3.1 Trends en ontwikkelingen	15
3.2 Toekomstperspectief Kerkbuurt gemeente Sliedrecht	18
4. VISIE OP DE KERKBUURT	20
4.1 Visie op het centrum algemeen	20
4.2 Visie op het kernwinkelgebied Kerkbuurt	23
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	
Bijlage 2: Uitgangspunten marktbenadering	

1. INLEIDING

In 2011 heeft BRO voor en in nauwe samenwerking met de gemeente Sliedrecht en de lokale ondernemers een ruimtelijk-functionele visie opgesteld voor de Kerkbuurt, inclusief DPO voor de gehele gemeente. In dit document zijn diverse aanbevelingen voor versterking van de detailhandelsstructuur gedaan.

Er is de afgelopen jaren veel gebeurd in de detailhandel; landelijk, maar ook regionaal en in Sliedrecht zelf. Dat heeft ook haar weerslag gehad op het winkelaanbod en de toekomstkansen in de Kerkbuurt. In dit kernwinkelgebied is sprake van een toenemende leegstand en de vraag is in hoeverre deze een structureel karakter heeft. De gemeente wenst wederom inzicht in het economisch perspectief en de actuele marktruimte voor detailhandel en verwante voorzieningen (horeca, dienstverlening) in de Kerkbuurt anno 2019, als hoofdwinkelcentrum voor geheel Sliedrecht.

Voorliggend onderzoek behelst de compacte actualisatie van de hoofdlijnen van het onderzoek en de visie uit 2011. De aanpak is gebaseerd op kennis van Sliedrecht, recente ontwikkelingen in de regio alsmede brede ervaring met vergelijkbare situaties elders in Nederland.

Leeswijzer/opbouw

In het kader van dit plan zijn diverse deelonderzoeken uitgevoerd:

- Analyse van het winkel- en voorzieningenaanbod en de leegstand;
- Analyse vraagstructuur, economisch functioneren en marktruimte;
- Trends en visie gemeente;
- Toekomstperspectief Kerkbuurt.

Deze elementen worden in de volgende hoofdstukken beschreven

2. AANBODANALYSE EN MARKTRUIMTE

2.1 inleiding

In januari 2019 is het winkel- en voorzieningenaanbod in Sliedrecht geïnventariseerd en geanalyseerd. De aanbodgegevens zijn geleverd door Locatus Retailverkenner, met als opnamedatum december 2018.

2.2 Aanbod en structuur gemeente Sliedrecht

Draagvlak

De gemeente Sliedrecht telt 25.020 inwoners.¹ De gemeente bestaat uit één kern, met eveneens 25.020 inwoners.

Gemeente Sliedrecht

Er zijn 161 winkels in de gemeente c.q. de kern Sliedrecht met een totale omvang van 100.706 m² winkelvloeroppervlak (wvo; zie volgende tabel).

Tabel 2.1: Kerngegevens winkels gemeente Sliedrecht

	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Gemeente Sliedrecht	161	100.706	626

Winkelaanbod kern Sliedrecht

- Het totale winkelaanbod in de kern Sliedrecht is zowel in verkooppunten als in wvo aanzienlijk ruimer dan hetgeen gemiddeld is voor referentiekernen met een vergelijkbaar inwonertal (tabel 2.2). Dit wordt met name verklaard door de omvangrijke branchegroep wonen, die zich primair concentreert op woonboulevard Nijverwaard.
- Daarnaast is de branche plant & dier veel ruimer dan gemiddeld, met name door de aanwezigheid van een grootschalige Intratuin (10.162 m² wvo) op bedrijventerrein Noordoost-Kwadrant.
- Uit figuur 2.1 blijkt dat de kern Sliedrecht in diverse branches een ruimer winkelaanbod heeft dan in qua inwonertal vergelijkbare kernen. Uitzonderingen zijn de branches levensmiddelen, persoonlijke verzorging, huishoudelijke en luxe artikelen, antiek en kunst, fietsen- en autoaccessoires en overige detailhandel.
- Met name het benedengemiddeld aanbod (in zowel aantal verkooppunten als omvang) in de dagelijkse artikelsector is opvallend. In kernen van deze omvang is het dagelijkse aanbod doorgaans groter dan in Sliedrecht het geval is. Met de herontwikkeling van het Burgemeester Winklerplein (primair gericht op dagelijkse boodschappen) komt hierin evenwel verandering. De toekomstige omvang en branchering van dit boodschappencentrum is evenwel nog niet definitief. Waarschijnlijk wordt per saldo maximaal ca. 2.000 m² wvo dagelijkse artikelen toegevoegd, grotendeels

¹ CBS (2018). Regionale kerncijfers.

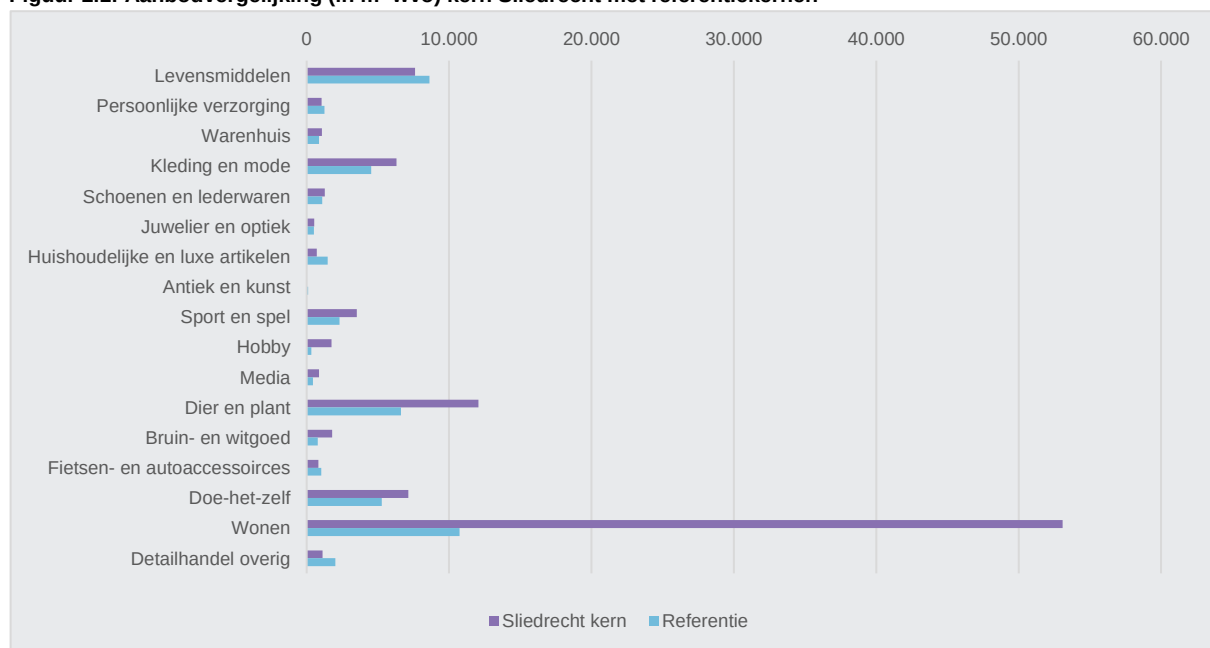
t.b.v. een nieuwe supermarkt (wellicht een verplaatser elders uit Sliedrecht). Het niet-dagelijkse aanbod (met mogelijkere grotere effecten op de Kerkbuurt) wordt op het Burgemeester Winklerplein waarschijnlijk slechts beperkt verruimd.

- De winkels in de kern Sliedrecht hebben gemiddeld genomen een relatief grote schaal, zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. Vooral de schaalgrootte in de niet-dagelijkse sector is ruim met een gemiddelde van 692 m² wvo per winkel. Voor een belangrijk deel betreft dit overigens het winkelaanbod op Nijverwaard en niet in de Kerkbuurt (zie par. 2.4).

Tabel 2.2: Winkelaanbod kern Sliedrecht

	Sliedrecht (25.020 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (20.000 tot 30.000 inwoners) ²		
	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Dagelijkse artikelen	28	8.660	309	36	9.879	278
Niet-dagelijkse artikelen	133	92.046	692	98	38.086	389
Totaal	161	100.706	626	133	47.965	360

Figuur 2.1: Aanbodvergelijking (in m² wvo) kern Sliedrecht met referentiekernen³



² Gewogen naar het inwonertal van de kern Sliedrecht: 25.020 inwoners (2018).

³ Gewogen naar het inwonertal van de kern Sliedrecht: 25.020 inwoners (2018).

Supermarkten

Sliedrecht telt 6 supermarkten met een totale omvang van 6.613 m² wvo. De supermarkten zijn hiermee (gemiddeld 1.102 m² wvo) iets groter dan in referentiekernen (1.080 m² wvo). De grootste supermarkt is Albert Heijn aan het Burgemeester Winklerplein met een omvang van 1.529 m² wvo. Daarentegen is het aanbod per 1.000 inwoners in Sliedrecht kleiner dan in referentiekernen: 265 m² wvo tegenover 285 m² wvo per 1.000 inwoners.

Horeca en dienstverlening kern Sliedrecht

- In tegenstelling tot het detailhandelsaanbod is het horeca- en dienstverleningsaanbod in de kern Sliedrecht kleiner dan gemiddeld genomen in de referentie. Met name het aantal horecazaken en ambachten is relatief beperkt.
- Het aanbod aan ontspanning, financiële instelling en particuliere dienstverlening is in Sliedrecht juist relatief ruim aanwezig.



2.3 Ruimtelijk-functionele structuur Kerkbuurt

Structuurbeeld

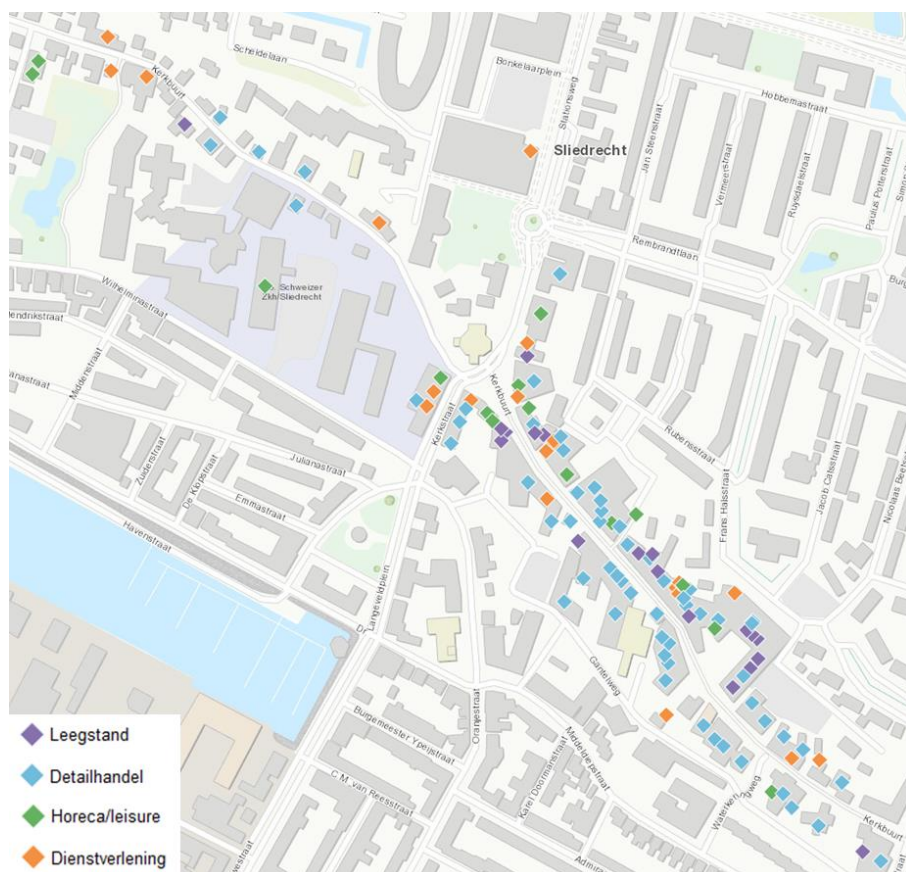
Op hoofdlijnen kan het hoofdwinkelcentrum Kerkbuurt vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief als volgt worden gekenschetst:

- Het centrum ligt geografisch redelijk centraal in de kern Sliedrecht .
- Het betreft een nogal langgerekte dijkstructuur (de afstand van Kerkstraat tot P.C. Hooftlaan is 550 meter), met veel opgangen.
- Behalve winkels biedt het centrum ook horeca, dienstverlening en cultuur (Sliedrechts Museum). Met name aan de oostzijde zijn ook diverse woningen.
- De belangrijkste trekkers zijn Jumbo en Hema, beide gevestigd aan het Merwedeplein. Daarnaast hebben enige modezaken een grote wervingskracht op bezoekers.
- Tegenover het Merwedeplein ligt het meest intensief bewinkelde deel van het centrum, met de beste uitstraling en deels nieuwbouw.
- De meeste horecazaken bevinden zich aan de westzijde van de Kerkbuurt. De verblijfskwaliteit en uitstraling van dit gebied is evenwel zeer matig; het heeft ook qua gevelbeeld een wat rommelig karakter, met veel achterstallig onderhoud.
- Aan de oostzijde van de Kerkbuurt zijn op maaiveld ook woningen gesitueerd, maar ook bebouwing met achterstallig onderhoud. Op het nu braakliggende terrein worden binnenkort appartementen gebouwd.

- De belangrijkste entreegebieden zijn de pleinruimte aan de westzijde en het Merwedeplein (via een trap). Er zijn daarnaast veel opgangen naar de Kerkbuurt, met aan de noordzijde diverse parkeerlocaties. De inrichting en aankleding van de opgangen is evenwel overwegend matig.
- Het Merwedeplein heeft een belangrijke ontmoetingsfunctie, maar een matig gevelbeeld en momenteel veel leegstand. De hoogte van de bebouwing is feitelijk te laag in verhouding tot de maatvoering van het plein, waardoor het een onvoldoende besloten karakter heeft.
- Het kernwinkelgebied oogt in het algemeen netjes qua inrichting en uitstraling, met uitzondering van het entreegebied aan de westzijde en het Merwedeplein. Er bestaan in dat opzicht dus grote contrasten in het gebied. De openbare ruimte is overwegend stenig; met relatief weinig groen.
- De Kerkbuurt kent een toenemende leegstand, vooral aan de westzijde, maar ook aan het Merwedeplein is de leegstand opvallend.
- De parkeerplaatsen rondom de Kerkbuurt zijn matig bereikbaar; alleen via relatief smalle wegen door woonwijken. Nabij het westelijk entreegebied bestaat nauwelijks parkeergelegenheid.
- Circa 250 meter noordelijk van de Kerkbuurt ligt het meer op boodschappen gerichte Burgemeester Winklerplein, dat binnenkort ingrijpend wordt geherstructureerd en gemoderniseerd.

Spreiding voorzieningen

Figuur 2.2 Voorzieningen Kerkbuurt



De Kerkbuurt (hier afgebakend tussen Kerkstraat en P.C. Hooftlaan) kent een rijk geschakeerd aanbod van voorzieningen. In het 'middendeel' (tussen Zeeman en Waterkeringweg) domineert de winkel-functie, deels in moderne panden. De winkels in het westelijk en oostelijk deel van de Kerkbuurt worden veelvuldig afgewisseld met dienstverlening en horeca, maar ook veel leegstand. De horeca kent een zekere clustering in het westelijk entreegebied, zonder hier evenwel een duidelijk 'stempel' te drukken.

Ook aan de aansluitende Kerkstraat en de Stationsweg zijn enige winkels en andere zaken gesitueerd. Dit geldt ook voor de westelijke 'uitloper' van de Kerkbuurt, met een nogal verspreid aanbod van zowel winkels als dienstverlening. Deze gebieden kunnen als aanloopstraten worden beschouwd.

Andere opvallende voorzieningen in de Kerkbuurt zijn het Sliedrechts Museum en de Chr.-Geref. Kerk Beth-El. Er bestaat in het centrum relatief veel leegstand, en dan met name in het westelijk deel van de Kerkbuurt en aan de oostwand van het Merwedeplein.

2.4 Focus op het aanbod in de Kerkbuurt

Detailhandel centrum

In de volgende figuur is het detailhandelsaanbod in de Kerkbuurt inzichtelijk gemaakt en afgezet tegen referentie-centra van kernen met een vergelijkbaar inwonertal. Met de Kerkbuurt wordt in dit rapport bedoeld op het gebied gevormd door de gehele Kerkbuurt (Oost en West) en door de Stationsweg nr. 1 tot en met nr. 29.

- Het winkelaanbod in de Kerkbuurt bestaat uit 61 winkels met een totale omvang van 14.757 m² wvo. Dit is relatief klein voor een hoofdwinkelcentrum van een kern met de omvang van Sliedrecht.
- Gemiddeld zijn in centrumgebieden in plaatsen met 20.000 tot 30.000 inwoners 83 winkels aanwezig met een omvang van 17.419 m² wvo. De belangrijkste oorzaak is het nabijgelegen 'boodschappencentrum' Burgemeester Winklerplein, met 2.558 m² dagelijks en 1.535 m² niet-dagelijks aanbod. Indien dit wordt opgeteld bij de Kerkbuurt, dan ligt het winkelaanbod veel meer op het niveau van vergelijkbare centrumgebieden.
- De Kerkbuurt telt twee supermarkten: Jumbo, 1.540 m² wvo en het kleine, bijzondere Swing Market (202 m² wvo) die een sociaal-maatschappelijke functie heeft. In vergelijkbare centrumgebieden van referentiekernen zijn gemiddeld drie supermarkten aanwezig met een gemiddelde omvang van ca. 1.100 m² wvo. Ook inclusief het Burgemeester Winklerplein (Albert Heijn) is het supermarktaanbod in het Sliedrechtse centrum dus nu nog beperkt, maar een extra supermarkt maakt wel deel uit van de vernieuwingsplannen voor dit plein.
- Het niet-dagelijkse aanbod in de Kerkbuurt ligt meer rond het gemiddelde, zij het dat de winkels gemiddeld 16% groter zijn dan gemiddeld. Inclusief het Burgemeester Winklerplein is deze sector in het centrum zelfs relatief ruim vertegenwoordigd.
- Met name in de branches levensmiddelen, huishoudelijke en luxe artikelen, sport en spel en wonen is het aanbod in omvang in de Kerkbuurt zeer beperkt in vergelijking met dat in vergelijkbare

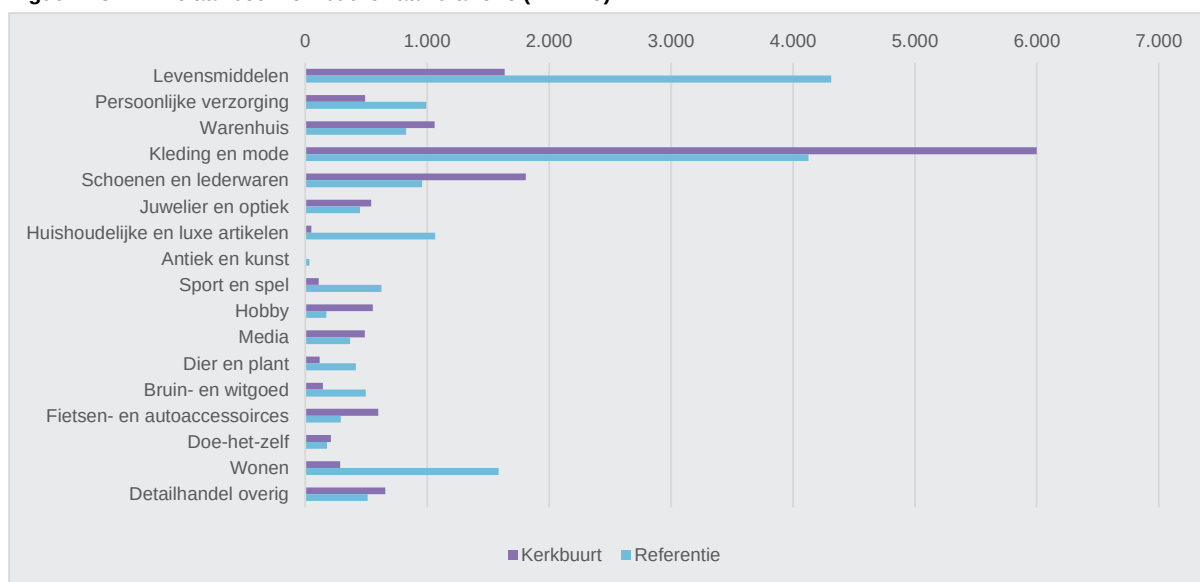
centrumgebieden (figuur 2.3). Belangrijkste oorzaak is het concurrerende aanbod elders in Sliedrecht, met name op het Burgemeester Winklerplein en Nijverwaard.

- Branches die in de Kerkbuurt relatief sterk zijn vertegenwoordigd, zijn kleding en mode, schoenen en lederwaren, juwelier/optiek, hobby-artikelen en fietsen/auto-accessoires.
- Het winkelaanbod op de Kerkbuurt is in totaliteit sinds 2011 iets afgenomen, namelijk met 223 m² (van 14.980 m² tot 14.757 m²). Deze beperkte afname deed zich vooral in de niet-dagelijkse sector voor. Het aantal winkels nam per saldo af met drie; er kwam één dagelijkse winkel bij en er slo-ten vier niet-dagelijkse winkels.
- In tegenstelling tot het winkelaanbod, is het aanbod van horeca en dienstverlening (zie volgende paragraaf) sinds 2011 wel duidelijk toegenomen op de Kerkbuurt, namelijk met per saldo + 8 za-ken. De grootste groeiers waren de branches ontspanning, horeca en financiële dienstverlening.

Tabel 2.3: Winkelaanbod Kerkbuurt naar sector

	Kerkbuurt			Vergelijkbare centrumgebieden (20.000 tot 30.000 inwoners) ⁴		
	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Dagelijkse arti- kelen	6	2.126	354	22	5.304	241
Niet-dagelijkse artikelen	55	12.631	230	61	12.115	199
Totaal	61	14.757	242	83	17.419	210

Figuur 2.3: Winkelaanbod Kerkbuurt naar branche (m² wvo)⁵



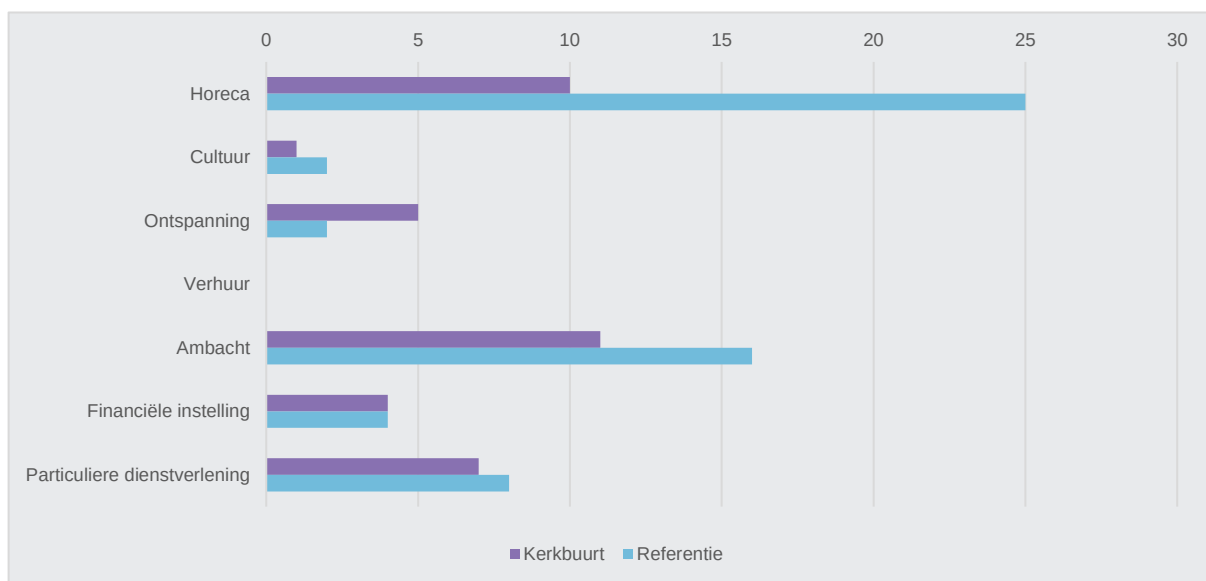
⁴ Gewogen naar het inwonertal van de kern Sliedrecht: 25.020 inwoners (2018).

⁵ Dit is het gemiddeld te verwachten aantal zaken in centra van soortgelijke omvang (20.000-30.000) als Sliedrecht. Er heeft een weging plaatsgebonden op het inwonertal van Sliedrecht.

Horeca en dienstverlening centrum

- In totaal zijn er 10 horecazaken en 28 dienstverlenende bedrijven (zie tabel 2.4 voor definities) gevestigd in de Kerkbuurt. In vergelijking met referentiecentra is dit vrij beperkt.
- Met name het aantal horecazaken is opvallend ondervertegenwoordigd; gemiddeld telt dit type centra 25 horecazaken. Ook de branche Ambacht is matig vertegenwoordigd. De branche ontspanning is juist goed vertegenwoordigd in de Kerkbuurt.

Figuur 2.4: Horeca- en dienstverlening Kerkbuurt en referentie



Tabel 2.4: Indeling leisure en dienstensector

Hoofdgroep	Voorbeelden
Cultuur	Bibliotheek, museum, theater
Ontspanning	Bioscoop, zonnebankstudio, fitness
Verhuur	Videotheek, rijwielverhuur
Ambacht	Kapsalon, schoonheidssalon, nagelstudio, schoen/kledingreparatie, edelsmid
Financiële instelling	Bank, financieel advies, goudinkoper
Particuliere dienstverlening	Uitzendbureau, reisbureau, makelaar

2.5 Leegstand kern Sliedrecht en Kerkbuurt

- In de kern Sliedrecht staan in totaal 27 panden leeg. Het merendeel hiervan betreft aanvang/frictie (13 panden) of langdurige leegstand (12 panden). Structurele leegstand komt in Sliedrecht vrijwel niet voor.
- Het grootste deel van de leegstand bevindt zich in de Kerkbuurt. Hier staan 19 panden leeg. Het merendeel van de leegstand betreft hier eveneens langdurige leegstand. De meeste leegstand in

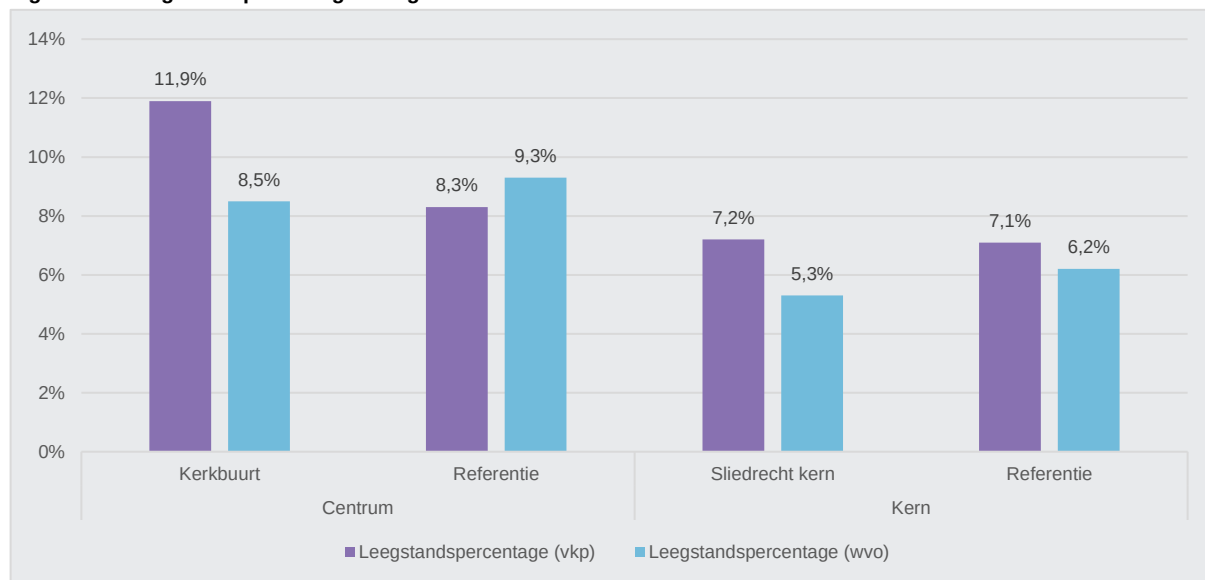
het centrum bevindt zich in het westelijk deel van de Kerkbuurt en aan de oostzijde van het Merwedeplein (figuur 2.5).

- In de kern Sliedrecht staan twee grootschalige panden (> 500 m² wvo) met een winkelbestemming leeg, allemaal gevestigd op woonboulevard Nijverwaard: Leeghwaterstraat 105 (959 m² wvo, langdurig) en Leeghwaterstraat 239 (3.810 m² wvo, langdurig). De rest van de leegstaande panden in Sliedrecht is kleiner dan 300 m² wvo en/of heeft geen winkelbestemming.
- Uit figuur 2.5 blijkt dat de leegstand in de gehele kern Sliedrecht in verhouding tot de referentie gemiddeld is. Het leegstandspercentage in verkooppunten is iets hoger terwijl het leegstandspercentage in m² wvo beperkter is dan in de referentie,
- Daarentegen is de leegstand in het centrum (Kerkbuurt) in aantal verkooppunten fors hoger dan in de referentie: 11,9% ten opzichte van 8,3%. De leegstand in m² wvo is daarentegen juist wat beperkter dan in referentiecentra. Dit is een indicatie dat er weliswaar relatief veel kleinschalige verkooppunten leeg staan in de Kerkbuurt, maar de totale omvang van de leegstaand niet bijzonder afwijkt.

Tabel 2.5: Leegstand naar duur in centrum (Kerkbuurt) en kern Sliedrecht

	Kerkbuurt		Overig kern Sliedrecht		Totaal kern Sliedrecht	
	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo
Aanvang/frictie	8	411	5	1.582	13	1.993
Langdurig	9	1.422	3	4.814	12	6.236
Structureel	2	220	-	-	2	220
Totaal	19	2.053	8	6.396	27	8.449

Figuur 2.5: Leegstandspercentages vergeleken



2.6 Functioneren en marktruimte

Economisch functioneren en marktruimte Kerkbuurt

In deze paragraaf wordt een benadering gemaakt van het economisch functioneren van het winkel-aanbod in de Kerkbuurt.

Vraagaspecten (zoals de bevolkingsontwikkeling, bestedingen en koopstromen) zijn uiteraard van grote invloed op het huidig en toekomstig functioneren van de voorzieningen. Deze (kwantitatieve) uitgangspunten worden beschreven in bijlage 2. Voor de inschatting van het functioneren en de marktruimte is dezelfde methodiek gebruikt als in de vorige visie. Er is gebruik gemaakt van cijfers uit het zeer actuele Koopstromenonderzoek Randstad 2018. De Kerkbuurt en het Winklerplein werden daarin weliswaar als één centrum beschouwd, maar de koopkrachtbinding is toebedeeld naar de Kerkbuurt o.b.v. het aandeel winkelvloeroppervlak. Veronderstelling is daarbij dat de omzet per m² niet wezenlijk verschilt tussen beide centra.

Op basis van de vraag- en aanbodanalyse van de bestaande situatie is een benadering gemaakt van het huidig en toekomstig (2025) economisch functioneren. Relevant voor de navolgende rekentabellen is dat er een vertaalslag wordt gemaakt tussen de totale omzet in euro's enerzijds en het aanbod in m² wvo anderzijds. De link tussen beide cijfers wordt gelegd door de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (in € per m² wvo) als indicatieve norm te hanteren.

Tabel 2.6: Functioneren en marktruimte winkelaanbod Kerkbuurt

	DAGELIJKSE artikelen		NIET-DAGELIJKSE artikelen	
	Kerkbuurt 2019	Kerkbuurt 2025	Kerkbuurt 2019	Kerkbuurt 2025
Inwonertal Sliedrecht	25.020	26.595	25.020	26.595
Besteding per hoofd (€)	2.596	2.596	2.462	2.462
Bestedingspotentieel (mln. €)	65,0	69,0	61,6	65,5
Koopkrachtbinding (in %)	19	19	18	18
Gebonden bestedingen (mln. €)	12,3	13,1	11,1	11,8
Toevloeiing (% van de omzet)	15	15	42	42
Omzet door toevloeiing (mln. €)	2,2	2,3	8,0	8,5
Totale omzet (mln. €)	14,5	15,4	19,1	20,3
Huidige omvang (m ² wvo)	2.126	2.126	12.631	12.631
Omzet per m ² wvo (€)	6.829	7.259	1.513	1.609
Normatieve omzet per m ² (€)	7.984	7.984	2.159	2.159
Haalbare omvang (m ² wvo)	1.818	1.933	8.855	9.412
Marktruimte (m ² wvo)	-308	-193	-3.776	-3.219

Conclusies dagelijkse sector Kerkbuurt

Op basis van de bovenstaande marktbenadering wordt geconcludeerd dat de sector dagelijkse artikelen in de Kerkbuurt zowel in de huidige situatie als richting 2025 vrijwel verzadigd is. De gemiddelde vloerproductiviteit bedraagt in de huidige situatie ca. € 6.800,- per m² wvo. Als gevolg van de verwachte bevolkingsgroei kan deze nog wel wat groeien, waarmee deze meer richting het normatieve cijfer gaat.

Er is geen wezenlijke uitbreidingsruimte aanwezig in de sector dagelijkse artikelen in de Kerkbuurt. Dit mede met het oog op de aanstaande, ingrijpende structuurversterking van het Burgemeester Winklerplein, met name in de dagelijkse sector. De koopkrachtbinding en –toevloeiing zullen in de Kerkbuurt dan ook niet meer wezenlijk kunnen toenemen. Wel bestaan in de Kerkbuurt, als centrum met een deels recreatief winkelaanbod, nog steeds mogelijkheden voor bijzondere, gespecialiseerde food-assortimenten, al dan niet gecombineerd met horeca. Wellicht kan daarmee ook enig extra consumentenpotentieel (nieuwe doelgroepen) vanuit het vernieuwde Burgemeester Winklerplein worden getrokken.

Conclusies niet-dagelijkse sector Kerkbuurt

De sector niet-dagelijks functioneert in de Kerkbuurt matig: ca. 30% beneden het landelijk gemiddelde. Het omzetsniveau kan tot 2025 nog wel wat toenemen door de bevolkingsgroei, maar deze blijft dan nog steeds aanzienlijk beneden de normatieve vloerproductiviteit. Ook bij enige groei van de koopkrachtbinding of –toevloeiing blijft dat het geval, mede omdat winkels in centrumgebieden doorgaans een wat hogere omzet per m² behoeven dan daarbuiten. Indien voor het centrum een hogere normatieve vloerproductiviteit wordt gehanteerd, dan neemt de negatieve marktruimte nog verder toe.

Er bestaat derhalve in algemene zin geen distributieve uitbreidingsruimte in de sector niet-dagelijkse artikelen in de Kerkbuurt. Alleen voor branches c.q. winkelformules die nadrukkelijk complementair zijn aan het bestaande aanbod en/of nieuwe doelgroepen trekken bestaan mogelijkheden.

Voor extra horeca en dienstverlening zijn de potenties in de Kerkbuurt overigens aanmerkelijk groter. In hoofdstuk 4 komen we daar nader op terug.

3. TRENDS EN AMBITIES KERKBUURT

3.1 Trends en ontwikkelingen

In deze bijlage worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de detailhandel en verwante branches kort beschreven. Landelijke trends die niet zonder meer één op één kunnen worden geprojecteerd op de situatie in Sliedrecht, maar wel sterk medebepalend zijn voor de toekomstige ontwikkeling van het centrum.

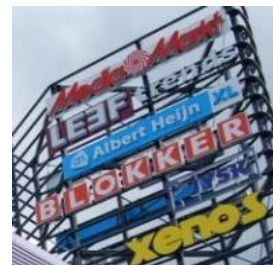
Aanbodzijde

Schaalvergroting

Deze trend doet zich al decennia voor. Voor een rendabel functioneren van winkels is een steeds groter vloeroppervlak nodig. Dit uit zich zowel in de dagelijkse- (supermarkten) als niet-dagelijkse sector (mode, bruin/witgoed, sport, etc.).

Branche- en sectorvervaging

De gangbare branche-indelingen sluiten steeds minder aan op het consumentengedrag. Steeds meer winkelformules richten zich op een mix van branches waardoor vaste typeringen steeds minder opgaan. Een goed voorbeeld is Ikea. De sectoren retail en horeca smelten ook steeds meer samen, ook wel *blurring* genoemd. Een 'winkel' biedt steeds vaker ook horeca of dienstverlening in hetzelfde pand.



Concurrentie tussen steden en winkelgebieden intensiveert

Winkelgebieden raken steeds meer in onderlinge concurrentie als gevolg van veranderend consumentengedrag en leegstand. Mensen kiezen niet automatisch meer voor de meest nabije winkels, maar voor sfeervolle, liefst levendige centra met veel keuze. Vooral bedrijven in aanloopstraten, kleine buurtstrips en op solitaire locaties hebben het daardoor moeilijk.

Kleurrijke en sfeervolle centra zijn de winnaars

Mensen bezoeken centra steeds minder enkel om te winkelen. Men wil er ook iets eten of drinken, 'cultuur snuiven' of een evenement bezoeken. Mensen willen, kortom, iets 'beleven'. Veelzijdige centra die actief hun gehele product communiceren en regelmatig evenementen en activiteiten (groot en klein, gericht op verschillende doelgroepen) organiseren blijven in trek.

In het algemeen blijft de detailhandelsfunctie van grotere centra met veel keuzemogelijkheden minimaal gelijk en soms groeit deze zelfs nog. Dit gaat ten koste van kleinere en middelgrote centra zonder sterk profiel.

Filialisering en netwerkverdichting

Er is sprake van een verdichting van het netwerk van filiaalbedrijven. Het aandeel filiaalbedrijven in Nederland nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 37%. Dit ten koste van het aantal zelfstandige bedrijven. Met name in de A1-winkelgebieden is het aantal filiaalbedrijven gestegen waardoor de hoofdwinkelstraten van centrumgebieden in dat opzicht nog steeds elkaar lijken.

Nieuwe winkelconcepten

Naast de traditionele winkels verrijzen webwinkels, afhaalpunten en pop-up stores. Bij afhaalpunten kan de klant de online bestelde artikelen afhalen of retourneren. Ook zijn er afhaalpunten waar producten gepresenteerd worden en artikelen gekocht of besteld kunnen worden.

Supermarktorganisaties, maar ook 'pure players' in de internethandel (bol.com, amazon.com, Coolblue) zijn actief bezig om een netwerk van *afhaalpunten* (pick up points) op te zetten. Deels gebeurt dat bij bestaande winkels, deels op goed bereikbare locaties als tankstations of op bedrijventerreinen. Daarnaast zijn *pop-up stores* erg in trek; winkel/horecaformules die tijdelijk een leegstaand pand betrekken.

Toenemende leegstand

Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van kleinere en middelgrote plaatsen, dorpen, buurtwinkelcentra en de randgebieden van binnensteden. Naast marktomstandigheden en veranderend consumentengedrag ligt hier ook vergrijzing van het ondernemersbestand aan ten grondslag. In veel gevallen ontbreekt namelijk bedrijfsopvolging, waardoor winkels sluiten.

Vraagzijde

Economische groei

Het consumentenvertrouwen en daarmee de koopbereidheid groeit sinds 2014 met overtuigende cijfers. Sinds 2016 is zelfs een versnelling zichtbaar, ook qua bestedingen in fysieke (ook niet-dagelijkse) winkels. Het vertrouwen in de woningmarkt neemt toe, de overwaarde van huizen groeit weer en de uitgaven stijgen mee.



Veranderend consumentengedrag

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, maar het omgekeerde geldt ook. Door de overvloed aan informatie (internet, tv, gedrukte media) is de hedendaagse consument kritisch en prijsbewust. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra (gemak van ruime keuze).
- Door internet en groeiende mobiliteit groeit het referentiekader van consumenten verder. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt, mede door de enorme keuze online, steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in winkels (volledig assortiment), naast de prijs.
- De consument waardeert verruiming van de winkeltijden. Koopzondagen worden steeds populairder. De opkomst van het 'nieuwe werken' en wisselende tijdspatronen creëren een wens naar avond- en zondagsopenstelling. Ondernemers zullen hierin moeten meebewegen.

Winkelen als vrijetijdsbesteding

De consument vraagt naar beleving, vernieuwing, betekenis en vermaak. In de beperkte vrije tijd wil de consument het maximale bereiken. Multifunctionaliteit, vernieuwend aanbod en merkbeleving gaan een steeds grotere rol spelen, met name in binnensteden. De functie van winkels verandert, het gaat vooral om het bekijken en beleven van de producten. De aankooptransactie hoeft niet per se op hetzelfde moment plaats te vinden. Winkelen staat na buitenrecreatie en sport op de derde plaats van de vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders⁶.

Omzetstijging via internet

De omzet van online detailhandel groeide het laatste decennium snel, maar de groei neemt inmiddels iets af. De online verkopen betreffen vooral de branches kleding en mode, bruin- en witgoed, speelgoed, muziek/downloads en sport en spel.

De consument kijkt en koopt tegenwoordig wanneer dat hem/haar het beste uitkomt en steeds vaker is dat via internet. Het aankoopmoment is door internet immers 24/7 mogelijk. Uit onderzoek is gebleken dat steeds meer retailers zich bewust zijn van multichanneling. Het gaat er daarbij om dat alle voor de consument relevante kanalen in samenhang worden aangeboden: winkels ('bricks'), webwinkels ('clicks'), mobiele websites ('ticks'), folders ('flicks') en sociale media ('smicks')⁷.

Beleving centraal

De keuze van de consument om een centrum te prefereren boven andere winkelcentra of internet is met het koopmotief (recreatief winkelen) veelal gekoppeld aan beleving. Middelgrote centrumgebieden als Sliedrecht dienen zich te richten op een sterke combinatie van boodschappen doen en recreatief winkelen. Bij dit laatste wil de consument zoveel mogelijk keuzemogelijkheden hebben en geprikkeld

⁶ Celth, CBS, PleasureworldNRIT; Trendrapport Toerisme, recreatie en vrije tijd 2018.

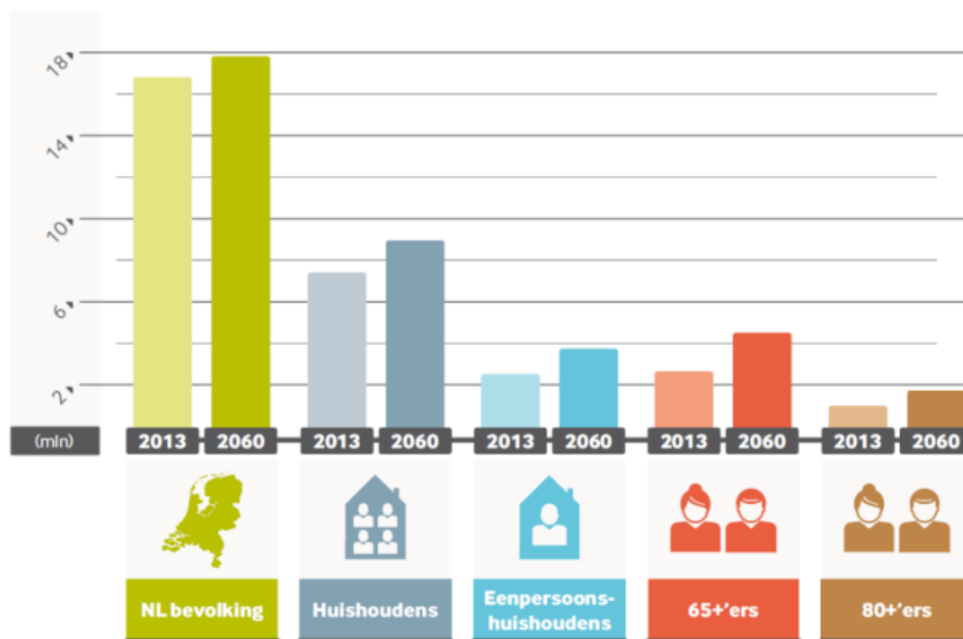
⁷ Bron: Retailtrends.

worden om (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum, die op vele wijzen gestalte kan krijgen, zijn hierbij erg belangrijk.

Demografische transitie

Een structurele factor in de ontwikkeling van winkelgebieden vormt de demografische transitie die in verschillende delen van Nederland plaatsvindt. Het betreft met name vergrijzing, ontgroening en een groeiend aantal huishoudens. Deze demografische veranderingen hebben uiteraard ook gevolgen voor de bestedingen in winkels⁸. Jongeren hebben immers een ander koopgedrag dan ouderen en er moeten meer huizen worden ingericht.

Figuur 3.1: Demografische transitie in beeld



3.2 Toekomstperspectief Kerkbuurt gemeente Sliedrecht

Door de gemeente Sliedrecht is in januari 2019 het Toekomstperspectief Kerkbuurt opgesteld, als een bondige beschrijving van de ontwikkelingsrichting. Ondernemers en vastgoedeigenaren werken, zo wordt gesteld, samen met de gemeente actief aan de bekendheid, uitstraling, invulling en aantrekkelijkheid van het winkelgebied.

Belangrijke conclusies uit dit document, als basis voor het Toekomstperspectief:

- De winkelfunctie van de Kerkbuurt staat steeds meer onder druk, vooral zichtbaar in leegstand, matig economisch functioneren en weinig investeringsbereidheid bij ondernemers en vastgoedeigenaren.

⁸ Bron afbeelding: Platform 31; Winkelgebied van de toekomst (februari 2014).

- De concurrentiepositie dreigt verder te verzwakken door versterking van winkelgebieden elders in Sliedrecht en de regio.
- De detailhandel in de Kerkbuurt is wat eenzijdig van karakter, met relatief veel (sterke) mode en luxe, maar slechts beperkt andere branches.
- Structurele ingrepen vanuit heldere keuzes zijn nodig om een verder leegstand, verschraling, kwaliteitsvermindering te voorkomen. Deze ingrepen zijn zowel functioneel als ruimtelijk van aard.
- Het centrum is nu te langgerekt. Een compacter en duidelijker afgebakend kernwinkelgebied biedt helderheid aan consumenten en ondernemers.
- Het kernwinkelgebied behoeft een aantrekkelijke entree aan de Stationsweg en een aantrekkelijk Merwedeplein als ontmoetingspunt.
- Aanloopstraten met een veelzijdige invulling en (veelal) lagere huurniveaus zijn van groot belang voor een sterk hoofdwinkelcentrum.
- Samenwerking tussen partijen is essentieel voor het welslagen van de plannen. Deze samenwerking is de afgelopen jaren sterk verbeterd.

Uitgangspunten Toekomstperspectief kernwinkelgebied:

- De Kerkbuurt is in 2022 een compact winkelgebied met een combinatie van winkels, woningen en horeca, die elkaar versterken.
- Basis voor de ruimtelijke opgave is het gebied tussen Stationsweg en Waterkeringweg. De delen van de Kerkbuurt aan weerszijden hiervan (West en Oost) kunnen worden beschouwd als aanloopstraten met een combinatie van wonen, dienstverlening en (beperkt) winkels.
- De westelijke entree en het Merwedeplein zijn de kerngebieden voor ontmoeting en activiteiten, ondersteund door horeca.
- De toegankelijkheid van de Kerkbuurt wordt geoptimaliseerd door adequate bewegwijzering, parkeervoorzieningen en faciliteiten als een lift bij het Merwedeplein.
- De inzet van gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren is belangrijk om te komen tot verplaatsing van winkels naar het kernwinkelgebied, die nu hierbuiten zijn gevestigd.
- De gemeente gaat toekomstige leegstaande panden buiten het kernwinkelgebied herbestemmen naar een andere passende functie.
- Vanuit het traject van De Nieuwe Winkelstraat wordt het beschreven ruimtelijk perspectief als leidraad gebruikt bij de uitwerking van de relevante acties.
- Voor Kerkbuurt-Oost bestaat een raadsbesluit voor het opnieuw auto-toegankelijk maken.

4. VISIE OP DE KERKBUURT

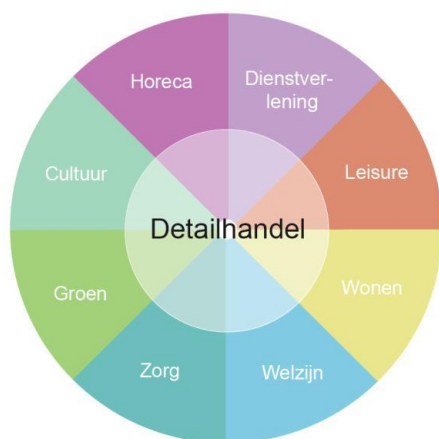
4.1 Visie op het centrum algemeen

Ambitie Kerkbuurt: gastvrij visitekaartje voor Sliedrecht

De Kerkbuurt is de bestemming voor recreatief winkelen in de gemeente. Het aanbod van kleding en mode, schoeisel, cadeauartikelen en de Hema vormen daarbij de belangrijkste trekkers. Op het verzorgingsniveau van Sliedrecht vervult echter ook supermarkt Jumbo een belangrijke rol. Het zorgt voor een continue wervingskracht op mensen, de gehele week door. De wervingskracht van de detailhandel en verwante functies in de Kerkbuurt staat echter onder druk, met een toenemende leegstand als gevolg. Een overzichtelijk en levendig kernwinkelgebied alsmede vestiging van een extra, laagdrempelige 'trekker' zijn dit gebied dan ook zeer wenselijk. Voor de dagelijkse boodschappen blijft het Burgemeester Winklerplein de belangrijkste bestemming in Sliedrecht. Ook de Kerkbuurt kan profiteren van de aanstaande structuurversterking van dit centrum.

Veelzijdig

Juist middelgrote centra als de Sliedrechtse Kerkbuurt staan economisch onder druk door vergrijzing, webwinkelen en (grootschalige) winkelontwikkelingen elders. Zonder gerichte sturing kan dit leiden tot (extra) leegstand. Het onderscheidende karakter van het Sliedrechtse centrum komt vooral voort uit het overzichtelijke karakter, veel lokale ondernemers en gratis parkeren. Samenwerking tussen detailhandel, horeca, cultuur (museum), ambacht en dienstverlening⁹ is voor een centrum als Sliedrecht onontbeerlijk. Bijzondere activiteiten en evenementen zetten het centrum breder op de kaart en genereren 'free publicity'.



⁹ Hieronder wordt verstaan uitzendbureaus, reisbureaus, kappers, schoonheidssalons, banken, financiële interimbedrijven, telecomwinkels, makelaars enzovoort.

Qua aanbod, inrichting en communicatie moet het centrum aansluiten op de diverse koopmotieven. De Jumbo, Hema en dagelijkse winkels kunnen desgewenst doelgericht en 'efficiënt' worden bezocht (voldoende parkeergelegenheid, veel opgangen naar de Kerkbuurt), terwijl het recreatieve winkelaanbod, de horeca en andere functies vooral om verblijfsvriendelijke en verzorgde omgevingskwaliteiten vragen.

Horeca en dienstverlening verbreden het aanbod

Horeca is de gastheer van winkelcentra en vertoont landelijk een enorme dynamiek aan zowel de vraagzijde (stijgende uitgaven, meer dagbezoek) als de aanbodzijde (productdifferentiatie, schaalvergroting, koppeling met detailhandel). Zeker in Sliedrecht is uitbreiding en verbreding in het centrum wenselijk en kansrijk. Extra mogelijkheden zijn er vooral voor winkelondersteunende horeca (koffie, broodjes, gebak, ijs, chocolade, juices, etc.) en meer specialistische horecaformules. Streekproducten kunnen extra toeristen en recreanten naar het centrum trekken. Daarnaast biedt het centrum en met name de aanloopstraten goede vestigingskansen voor extra dienstverlening en ambacht. Vaak zullen ook winkels hiervan profiteren.

Vernieuwing faciliteren, juist in het centrum

De vernieuwing in de detailhandel en samensmelting met andere sectoren (blurring) gaat in hoog tempo verder. Beleidsmatig moet weloverwogen worden meebewogen met de veranderende wensen van consumenten, ondernemers en vastgoedpartijen. Indien onvoldoende wordt ingespeeld op dynamische processen als schaalvergroting, digitalisering, internetverkoop en blurring, bestaat het risico dat consumentenbestedingen nog meer gaan verschuiven richting internet en omliggende plaatsen. Dat kan uiteindelijk resulteren in (verdere) verschraling van het aanbod in de Kerkbuurt.

Kwalitatieve impulsen, innovatieve concepten en vervanging van 'oud door nieuw' versterken doorgaans de verzorgingsstructuur. Het meest kansrijk daarvoor is in principe het centrum, want daar zijn de overlevingskansen voor ondernemers het grootst. Ook hier geldt dat kwaliteit leidend moet zijn boven kwantiteit.

Blurring vergroot de aantrekkingskracht van het centrum

Ook combinaties van detailhandel en horeca (blurring) zijn kansrijk; het speelt in op de consumenten-vraag en genereert extra inkomsten voor winkels. Uitgangspunt kan (bijvoorbeeld) zijn maximaal 25% van het oppervlak in m² wvo en maximaal 25 m² bvo. Als overige voorwaarden voor gemengde concepten kunnen worden gesteld:

- de horecafunctie staat ten dienste van c.q. ondergeschikt is aan de detailhandelsfunctie;
- de horecafunctie heeft geen eigen entree;
- de openingstijden zijn gelijk aan de hoofdfunctie;
- het schenken van alcoholhoudende dranken is niet toegestaan;
- loketverkoop direct in de (voor)gevel is niet toegestaan;
- eventueel verplicht stellen gastentoilet.

Het centrum biedt nu al diverse vormen van publieksgerichte en zakelijke dienstverlening. Voorbeelden zijn kapsalons, banken, makelaars, uitzendbureaus en hypotheekverstrekkers. Deze mix benadrukt de veelzijdigheid en versterkt de wervingskracht van het centrum. Dienstverlening is in haar vestigingspolitiek sterk volgend op retail. Met name in het westelijk deel van de Kerkbuurt bestaan goede vestigingsopties, ook voor nieuwe zaken.

Bijzondere aandacht voor beeldkwaliteiten en straatinrichting

De omgevings- en beeldkwaliteiten zijn zeer belangrijk voor de (ruimtelijk-fysieke) uitstraling van de Kerkbuurt. Het betreft dan zowel de gevelkwaliteit (gevelbeeld) van de panden, reclame-uitingen en de kwaliteit en uitstraling van de luifels/overkappingen. Daarnaast behoeven de uitstallingen, reclame-uitingen en de kwaliteit van de luifels/overkappingen nog steeds de nodige aandacht. Heldere richtlijnen en adequate handhaving vormen de basis.

Behalve de bestrating draagt ook straatmeubilair bij aan de uitstraling van het centrum: duurzaam meubilair met een aantrekkelijke uitstraling. Belangrijke elementen zijn fietsbeugels, bankjes, afvalbakken, en lichtmasten. Een eenduidige ontwerplijn in het gehele centrum zorgt voor samenhang en herkenbaarheid. Ook kunstwerken verrijken het centrum.

Heldere, gastvrije parkeerstructuur

Voldoende parkeerruimte voor auto's nabij het centrum is van eminent belang. Het gratis parkeren is daarbij een belangrijke troef voor de Kerkbuurt, die in stand moet blijven. Direct nabij het centrum moet voldoende capaciteit beschikbaar zijn voor kort parkeren, eventueel middels een blauwe zone.

Het fietsparkeren moet zoveel mogelijk worden geconcentreerd nabij de centrumtrees. Gezien het stijgende aantal (relatief dure) elektrische fietsen zijn voldoende toezicht en oplaadfaciliteiten eveneens belangrijk.

Gezamenlijke inzet partijen essentieel

Doelstelling is dat iedereen zich achter de structuurversterking van de Kerkbuurt schaart en hier ook naar gaat handelen. De afgelopen tijd is hierin een zeer positieve tendens zichtbaar, die moet worden uitgebouwd. De rolverdeling is daarbij op hoofdlijnen als volgt:

- De ondernemer die de ambitie gaat uitstralen in gastheerschap en ondernemerschap.
- De gemeente die de ambitie uitwerkt in wet & regelgeving, de openbare ruimte en facilitering van ondernemers en vastgoedeigenaren.
- De vastgoedeigenaar in aankoop, uitstraling van panden (gevelbeeld) en passende huurovereenkomsten.

De markt verleiden met duidelijkheid

Landelijk opererende belangenorganisaties¹⁰ vragen om heldere keuzes aangaande de winkel- en horecastructuur en actueel beleid. Investeerders in de winkelmarkt baseren zich immers altijd op de lan-

¹⁰ Daaronder vallen de NRW, IVBN, Detailhandel Nederland, INRetail, Horeca Nederland, NEPROM

gere termijn en men wil het risicoprofiel (kans op een dalende vastgoedwaarde) zoveel mogelijk beperken. Een actueel, toekomstgericht en consequent uitgevoerd beleid met heldere keuzes wordt door marktpartijen gewaardeerd en vormt een belangrijk criterium bij investeringsstrategieën.

4.2 Visie op het kernwinkelgebied Kerkbuurt

Een compacter winkelgebied

Er bestaat voor de Kerkbuurt in algemene zin geen distributieve uitbreidingsruimte meer voor uitbreiding van het winkelaanbod, ook omdat het Burgemeester Winklerplein ingrijpend wordt versterkt en het (dagelijkse) winkelaanbod aldaar uitgebreid. Alleen voor branches c.q. winkelformules die nadrukkelijk complementair zijn aan het bestaande aanbod en/of nieuwe doelgroepen trekken bestaan in de Kerkbuurt nog aanvullende marktpotenties.

Een kernwinkelgebied moet idealiter bovenal overzichtelijk en 'levendig' zijn, met een bij voorkeur ononderbroken winkellint. De Kerkbuurt is te lang om in de toekomst in haar geheel te functioneren als kernwinkelgebied: de afstand van Kerkstraat tot P.C. Hooftlaan meet 550 meter. De (toenemende) winkelleegstand aan met name het westelijke uiteinde duidt reeds op een verzadigde winkelmarkt.

Voor een optimaal winkelklimaat moet in de Kerkbuurt dan ook worden gestreefd naar een compact, herkenbaar en levendig kernwinkelgebied, dat direct aansluit op de trekkers Jumbo en Hema en de belangrijkste parkeergelegenheid. Het Merwedeplein moet worden versterkt als 'ontmoetingsplein'; middels een ingrijpende ruimtelijke en stedenbouwkundige herontwikkeling en een nieuwe invulling van de oostzijde met winkels en representatieve horeca. Juist deze locatie leent zich goed voor vestiging van een extra, laagdrempelige winkelformule met meerwaarde voor het gehele centrum. Hieronder is, indicatief, de mogelijke begrenzing van het toekomstige kernwinkelgebied aangegeven.

Figuur 4.1: Mogelijke afbakening kernwinkelgebied Kerkbuurt



Aan de westzijde kunnen zich meer horecazaken en dienstverleners vestigen; hiervoor bestaat lokaal immers in principe wel marktruimte. Belangrijke voorwaarde is (ook hier) een ingrijpende ruimtelijke en stedenbouwkundige versterking van het westelijke entreegebied, met een uitnodigende inrichting. Ook in algemene zin is versterking van het gevelbeeld een belangrijke uitdaging voor de Kerkbuurt, over de gehele lengte.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, alsmede de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in levensmiddelen speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) netto totale omzet per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar de gemiddelde inkomenssituatie in het betreffende gebied.

Brutovloeroppervlakte (bvo)

Ook wel bebouwd oppervlak van een ruimte of een groep van ruimten is de oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.

Winkelvloeroppervlakte (wvo)

De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn, uitgedrukt als percentage van het bestedingspotentieel.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn, uitgedrukt als percentage van de totale omzet in dat gebied.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied, uitgedrukt als percentage van het bestedingspotentieel.

Bijlage 2: Uitgangspunten marktbenadering

Koopstromen

Voor de koopstromen zijn de gegevens uit de visie 2011 geactualiseerd. Er is gebruik gemaakt van cijfers uit het zeer actuele Koopstromenonderzoek Randstad 2018 (KSO2018). De Kerkbuurt en het Winklerplein werden daarin weliswaar als één centrum beschouwd, maar de koopkrachtbinding is toegedeeld naar de Kerkbuurt o.b.v. het aandeel winkelvloeroppervlak.

De volgende tabel geeft de overige uitgangspunten voor de marktbenadering weer.

Tabel: Uitgangspunten marktanalyse

Variabele	Waarde	Bron
inwonertal	2019: 25.020 inwoners 2025: ca. 26.595 inwoners	Primos Prognose, ABF Research, 2018
Bestedingen per hoofd (€)	- Landelijk gemiddelde is: € 2.641,- per persoon per jaar. Voor niet-dagelijks is dit € 2.538,- - Het besteedbaar inkomen in Sliedrecht ligt 4% onder het landelijk gemiddelde. Daarom wordt een correctie op de bestedingen toegepast. Besteding dagelijks = € 2.596,- Besteding niet-dagelijks = € 2.462,-	Notitie omzetkengetallen 2017 INRetail Gemiddeld besteedbaar inkomen: CBS, 2018
Koopkrachtbinding	- Dagelijks: 19% - Niet-dagelijks: 18% - Voor de toekomst wordt dit cijfer constant verondersteld	Cijfers KSO2018 incl. Winklerplein: - Dagelijks: 42% (45% WVO ligt in Kerkbuurt) - Niet-dagelijks: 20% (89% WVO ligt in Kerkbuurt)
Koopkrachttoevoei+ng als aandeel van de omzet	- Dagelijks 15% - Niet dagelijks: 42% - Voor de toekomst wordt dit cijfer constant verondersteld	Cijfers conform KSO2018 incl. Winklerplein:
Internetcorrectie	Er wordt geen aanvullende internetcorrectie toegepast om de groei van dit aandeel te verrekenen. Landelijk nemen de detailhandelsbestedingen de afgelopen jaren zo snel toe, dat zij het aanvullende interneteffect compenseren. Hierbij wordt opgemerkt dat het huidige interneteffect reeds is opgenomen in de gehanteerde bestedingscijfers.	
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo (€)	- Dagelijks: € 7.984,- per m² wvo - Niet dagelijks: € 2.159,- per m² wvo	Notitie omzetkengetallen 2017 INRetail