

718827 (o.a.)

WERK AAN DE WINKEL

CASE STUDY ROTTERDAM



Bibliotheek TU Delft



C 3031530

8504
570G

1911-1912

1912-1913



Werk aan de Winkel

Case Study Rotterdam



Vakgroep Bouwmanagement & Vastgoedbeheer
Faculteit Bouwkunde
TU Delft

Delft, februari 1999

drs. P.Guyt
ir. W. van der Toorn Vrijthoff

Delftse Universitaire Pers, 1999

Uitgegeven door:

Delft University Press
Postbus 98
2600 MG Delft
Telefoon: 015-2783254
Fax: 015-2781661

In opdracht van:

Vakgroep Bouwmanagement & Vastgoedbeheer
Technische Universiteit Delft
Faculteit de Bouwkunde
Berlageweg 1
2628 CR Delft
Telefoon: 015-2784159
Fax: 015-2783171

CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN HAAG

Guyt, P.

Werk aan de Winkel, Case study Rotterdam
Guyt, P. en ir. W. van der Toorn Vrijthoff - Delft:
Delftse Universitaire Pers - III. - (Winkelmarkt, nr. VI, ISSN 1385-1780)
Met lit. opg.
ISBN 90-407-1863-6
NUGI 655
Trefwoorden: Winkelvoorzieningen/Rotterdam

Copyright 1999 by Delft University Press, The Netherlands

No part of this book may be reproduced in any form by print, photoprint, microfilm or any other means, without written permission from the publisher: Delft University Press, The Netherlands.

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING	VII
1 INLEIDING	1
1.1 Het onderzoekskader	1
1.2 Plaatsbepaling en doel van de case studies in het onderzoek.....	1
1.3 Opbouw case study Rotterdam	2
2 BESCHRIJVING HUIDIGE SITUATIE.....	3
2.1 Analyse van de vraagzijde.....	3
2.1.1 Bevolkingsontwikkeling	3
2.1.2 Economische ontwikkeling.....	4
2.1.3 Koopgedrag en koopstromen.....	4
2.2 Analyse van de aanbodzijde.....	6
2.2.1 Ontwikkelingen in de detailhandel(sstructuur)	6
2.2.2 Diensten en leisure	10
2.3 Regionale ontwikkelingen	11
3 TOEKOMSTSCENARIO'S	13
3.1 Kwalitatieve specificatie scenario's winkelmarktonderzoek	13
3.2 Kwantificering van de toekomstige vraag.....	14
4 GEWENSTE VERANDERINGEN IN HET AANBOD	17
4.1 Uitbreidingen.....	17
4.2 Aanpassingen.....	18
4.3 Bereikbaarheid	20
4.4 Kwaliteit openbare ruimte	23
4.5 De veranderingspotentie van de huidige vastgoedvoorraad	24

5	BELANGEN EN INTENTIES ACTOREN	25
5.1	De betrokken partijen	25
5.2	Gemeentelijk detailhandelsbeleid.....	26
5.3	(On)mogelijkheden bij het realiseren van de gewenste veranderingen.....	28
5.4	Confrontatie toekomstige vraag met detailhandelsbeleid.	29
6	ALTERNATIEVEN VOOR ROTTERDAM	31
6.1	Inleiding	31
6.2	Varianten in het 1,2%-scenario	32
6.3	Varianten in het 2,5%-groei-scenario.....	34
6.4	Alternatieven volgens KAWIR	36
7	SLOTOPMERKINGEN.....	37
7.1	Inleiding.....	37
7.2	Aanbevelingen.....	37
	LITERATUUR	39
	BIJLAGEN	41

SAMENVATTING

De case studies in het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" zijn bedoeld als lokale illustratie bij mogelijke toekomstscenario's. Het gaat daarbij om de vraag, welke verschillende situaties in een gemeente denkbaar zijn bij de twee groeiscenario's en de verschillende consumententypen, zoals die in het hoofdrapport zijn genoemd.

Na een beschrijving van het winkelareaal, zijn op basis van een indeling van het winkelareaal in 1995, en uitgaande van een totaal benodigd winkelareaal in een gemeente in het jaar 2015, verschillende mogelijke verdelingen van het areaal over typen winkelcentra opgesteld, en vervolgens vergeleken met de thans bekende plannen van de gemeente. Daaruit kunnen enkele voorlopige conclusies worden getrokken.

Het case study-rapport bevat ook een aantal algemene opmerkingen over uitbreidingen en aanpassingen van winkelcentra, en (on)mogelijkheden om gewenste veranderingen (zoals uitbreidingen en aanpassingen) in winkelcentra door te voeren, alsmede een korte bespreking van belangen en intenties van partijen.

De case studies in het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" hebben de volgende tweeledige doelstelling:

- toetsing van de ontwikkelde modellen.
- illustratie bij de kwalitatieve toekomstscenario's.

De indeling van het case study-rapport is als volgt:

- Hoofdstuk 1: Nadere toelichting van kader en doel van de case study. Tevens komt de opzet aan de orde.
- Hoofdstuk 2: Beschrijving van de huidige situatie aan de hand van beschikbare data, en in het verleden uitgevoerd onderzoek.
- Hoofdstuk 3: Toelichting op de kwalitatieve toekomstscenario's en de kwantitatieve vertaling daarvan.
- Hoofdstuk 4: Aangeven van de beperkingen, die voortkomen uit het bestaande vastgoed en de stedenbouwkundige situatie.
- Hoofdstuk 5: Bespreking van belangen en intenties van partijen.
- Hoofdstuk 6: Het aangeven van de alternatieven voor Rotterdam op basis van scenario's.
- Hoofdstuk 7: Het weergeven van een visie op het toekomstig functioneren van het winkelapparaat in Rotterdam.

Stadsdeelcentrum Zuidplein



Boulevard Zuid

1 INLEIDING

1.1 Het onderzoekskader

De doelstelling van het winkelmaktonderzoek 'Werk aan de Winkel' is drieledig:

- Specificeren, kwantitatief en kwalitatief, van de vraag naar detailhandelsvastgoed in ruime zin, op basis van inzicht in mogelijke,
- Waarschijnlijke en wenselijke ontwikkelingen in het bestedingsgedrag en de bestedingsomvang van de consument.
- Kwantificeren en kwalificeren van de noodzakelijke uitbreidingen, aanpassingen en verbeteringen van de voorraad detailhandelsvastgoed naar aanleiding van confrontatie van de (vastgoed)vraag met de beschikbare voorraad.
- Beschrijven volgens welk proces de ontwikkelingen in het vastgoedaanbod verlopen, gezien over de periode 1995 - 2015.

Het totale onderzoek bestaat uit vijf delen. Kwantitatieve analyse en modelontwikkeling, Kwalitatieve verkenning toekomstscenario's, Confrontatie bestaande voorraad met planvoorraad, Ontwikkelingsproces 1995 - 2015 en Case Studies. Deze deelrapportage betreft de Case Study Rotterdam.

1.2 Plaatsbepaling en doel van de case studies in het onderzoek

In eerste instantie was het de bedoeling om door middel van case studies een representatief beeld te verkrijgen van het Nederlandse winkelareaal. Statistische representativiteit was daarbij het uitgangspunt. Dat uitgangspunt kan niet meer waargemaakt worden. De nu geselecteerde cases zijn interessant vanuit ontwikkelingen op de winkelmakrt. De doelstelling van de case studies is nu vooral het illustreren van de uitgangspunten en visies, die in de toekomstscenario's naar voren komen in concrete praktijksituaties.

De case Rotterdam is gekozen als voorbeeld van de 5 grootste gemeenten van ons land. Bovendien ligt het in de Randstad, waar in de komende decennia de grootste dynamiek qua woningbouw (denk aan de Vinex-locaties in het westen van het land) plaats vindt. De stad Rotterdam is interessant, omdat het alle typen winkelcentra (vierslagstelsel), en een GDV-locatie alsmede een moderne woonmall bevat.

De regio Rotterdam (stad Rotterdam en Albrandswaard), zoals onderscheiden in de Winkelatlas van Zuid-Holland (D&P), is naar omvang van het aantal inwoners en naar omvang van het winkelaanbod de grootste regio in Zuid-Holland. Het belangrijkste winkelgebied is Rotterdam-Centrum, wat 28% van het niet-dagelijkse aanbod bevat. Ook in de twee stadsdeelcentra Zuidplein en Oosterhof is een belangrijk deel van het niet-dagelijkse aanbod aanwezig. Het meeste aanbod (totaal van dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen) is echter te

vinden in de wijk- en buurtwinkelcentra, alsmede op perifere locaties (zie tabel 2).

1.3

Opbouw case study Rotterdam

In hoofdstuk 2 wordt aan de hand van enkele bronnen een beknopt beeld geschetst van de situatie per 1997. Ten aanzien van de vraagzijde is gebruik gemaakt van PRIMOS en OMNIGIS om de bevolkingsomvang en -opbouw weer te geven. Voor inzicht in het actuele koopgedrag en koopstromen is gebruik gemaakt van het koopstromenonderzoek in Zuid-Holland (Winkelatlas van Zuid-Holland). De aanbodsituatie is beschreven aan de hand van DIS-gegevens, zoals die zijn verwerkt in het OMNIGIS-bestand. Een en ander is met behulp van enkele foto's geïllustreerd.

Bij de beschrijving van de situatie per 1997 wordt ook kort ingegaan op de aanwezigheid van diensten- en leisurfuncties in winkelcentra (§ 2.2.2).

In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op de lokale toekomstscenario's. Daarbij gaat het om een specificatie voor Rotterdam van de scenario's, die voortkomen uit de deelstudie toekomstscenario's in het hoofdrapport "Werk aan de Winkel". Onder meer met behulp van het KAWIR-model zijn de consequenties op regionaal niveau doorgerekend. Daarbij gaat het om de consequenties in met name kwantitatieve zin van ontwikkelingen, die voorzien worden binnen de verschillende toekomstscenario's. In hoofdstuk 3 worden de resultaten van de berekeningen voor Rotterdam toegelicht.

In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op mogelijke veranderingen in de aanbodstructuur, rekening houdend met beperkingen, die te maken hebben met de bestaande stedenbouwkundige situatie en het bestaande vastgoed. Bovendien spelen intenties en gevestigde belangen van partijen een rol. Hoofdstuk 5 handelt over deze verschillende belangen en intenties van betrokken partijen.

In hoofdstuk 6 worden enkele alternatieven voor de winkelsituatie in Rotterdam genoemd, terwijl hoofdstuk 7 een visie over het toekomstig functioneren van het detailhandelsapparaat bevat.

2 **BESCHRIJVING HUIDIGE SITUATIE**

2.1 **Analyse van de vraagzijde**

2.1.1 *Bevolkingsontwikkeling*

Het aantal inwoners van de stad Rotterdam daalde in de periode 1960-1984 van ca 730.000 tot ca 555.000. Dit was een gevolg van de daling van de gemiddelde woningbezetting. Na 1984 was door een relatief grote stijging van het aantal woningen sprake van een toename tot ca 596.000 inwoners in 1993. Het aantal inwoners per 1-1-1997 bedroeg ca 590.000, waarvan ruim 11% niet-Nederlanders. Dit percentage is beduidend hoger dan de bijna 4,5%, die voor Nederland als geheel geldt. Met name het aandeel van Turken en Marokkanen is in Rotterdam relatief hoog, beide ca 3%. In een rapport van het Centrum voor Onderzoek en Statistiek van de gemeente Rotterdam wordt geconcludeerd, dat het percentage bewoners van niet-Nederlandse afkomst, dus de allochtonen, beduidend hoger ligt.

Over het algemeen geven allochtonen per hoofd van de bevolking minder uit aan levensmiddelen dan Nederlanders, maar vooral minder aan niet-dagelijkse artikelen. Daarnaast doen zij hun inkopen bij voorkeur dicht bij huis en gaan zij vaker naar de markt dan Nederlanders. Aan de andere kant betekent een stijgend percentage allochtonen ook een steeds groter draagvlak voor uitheemse producten. Een aantal concepten is denkbaar, waarin de verkoop van deze producten gestalte kan krijgen. Bijvoorbeeld in de vorm van kleinschalige, marktachtige bazars en oosterse markten, of grootschalige (overdekte) allochtone warenmarkten. Daarnaast kan worden gedacht aan shopping malls en multiculturele winkelcentra met een exotische ambiance en een sterk gemengd aanbod.

In de periode 1997-2003 zal het aantal woningen in de gemeente Rotterdam met per saldo ca 33.700 toenemen (Bouw- en investeringsprogramma Rotterdam 1997-2001). Een belangrijke bouwlocatie is Nesseland bij Zevenkamp, terwijl ook de eventuele Noordrandlocatie van belang is. Voorts zullen veel woningen in de bestaande stedelijke gebieden worden gebouwd.

Verder kan worden opgemerkt, dat rond Rotterdam omvangrijke woningbouwlocaties te vinden zullen zijn: het gebied ten westen van Barendrecht (ten westen van de rijksweg richting Heinenoordtunnel), de stad in de Hoekse Waard, en tenslotte de uitbreidingen bij Rodenrijs en Bergschenhoek (Noordrand II en III).

Indicaties van het toekomstig aantal inwoners in Rotterdam zijn te vinden in het Kolpron-rapport "Visie op de regionale winkelstructuur in de regio Rijnmond" (ca 655.000 inwoners in Rotterdam in 2005) en uit de PRIMOS-prognose. Het aantal huishoudens in Rotterdam zal volgens deze laatstgenoemde prognose stijgen van ca 285.700 in 1995 tot ca 321.800 in 2015. Dit betekent, uitgaande van ca 2,0 personen per huishouden, een toename van het aantal inwoners tot ca 650.000.

2.1.2 *Economische ontwikkeling*

In 1994 bedroeg het gemiddeld besteedbaar inkomen in Rotterdam fl. 38.850,- dit is 14,6% beneden het landelijk gemiddelde van fl. 45.500,-.

Volgens de Enquete Regionale Bedrijfsontwikkeling Regio Rotterdam 1996 van de Kamer van Koophandel en Fabrieken is de economische ontwikkeling van het bedrijfsleven in de Rotterdamse regio in 1996 wat achtergebleven bij die van ons land als geheel. De verwachtingen voor de toekomst zijn echter weer wat positiever dan voor Nederland.

Voor de toekomstige economische ontwikkeling in Rotterdam zullen wij in eerste instantie uitgaan van de nationale economische ontwikkeling volgens twee groei-scenario's. Die twee scenario's resulteren in een jaarlijkse groei van de consumptieve bestedingen per huishouden van 1,2 en 2,5%. Voor de lokale situatie kunnen uiteraard afwijkingen ten opzichte van deze groeiscenario's voorkomen. Men denke aan specifieke ontwikkelingen in de haven, veranderingen in de regionale en lokale economische structuur, wijzigingen in het lokale economische beleid, etcetera.

2.1.3 *Koopgedrag en koopstromen*

Informatie hierover is te vinden in de Winkelatlas van Zuid-Holland, uitgebracht door van Dijk & Partners in 1994. Opdrachtgevers voor het onderzoek waren de Provincie Zuid-Holland, de Kamers van Koophandel van diverse gemeenten, en de gemeenten Den Haag en Rotterdam. Het onderzoek is gefocust op de wijzigingen in koopstromen, die op de (grote) regionale winkelcentra zijn gericht. Het onderzoek vormt een actualisatie van het koopstromenonderzoek, dat in 1988 is uitgevoerd.

Ten behoeve van het onderzoek zijn 12.700 huishoudens in de provincie Zuid-Holland geënquêteerd over het aankoopgedrag. Tevens zijn gegevens verzameld over het autobezit, inkomen, huishoudensgrootte en leeftijdsopbouw.

Voor de aanbodzijde is gebruik gemaakt van het DIS-bestand van de Kamers van Koophandel. In het koopstromenonderzoek zijn in totaal 45 winkelgebieden opgenomen, waarvan de Rotterdamse in onderstaande tabel zijn weergegeven.

De bestedingen van de bevolking aan goederen in de dagelijkse sector (food en drogisterij/parfumerie-artikelen) namelijk ca fl. 2057 mln (eind 1993), werden voor 94% in winkelcentra in de eigen gemeente gedaan. Tegenover een afvloeiing van koopkracht van 6% naar andere gemeenten, stond een toevloeiing van ca 8%. Als men de totale omzet (fl. 2101,- mln) relateert aan het totale aanbod van ca 137.000 m² vvo in de dagelijkse sector, dan resulteert een vloerproductiviteit van ca fl. 15.300,- per m² vvo. Dit is ruim 11% hoger dan het landelijk gemiddelde van fl 13.800,-.

Tabel 1. Enkele Rotterdamse winkelgebieden (m2 vvo, en omzet per jaar in mln) volgens koopstromenonderzoek 1994.

Winkelgebied	Type centr.	Opp. dag.	Opp. niet-dagelijks	Omzet dag.	Omzet niet-dag.	Vloer-prod. dag.	Vloer-prod.niet-dag.
Rotterdam-Centrum	Stadscentr.	7700	123.600	182	1246	23.600	10.100
Zuidplein	Stadsdeelc.	1300	27200	68	401	52.300	14.700
Oosterhof	Stadsdeelc.	5900	12900	137	204	23.200	15.800
Westerboulevards *	Stadsdeelc.	13600	27200	137	67	10.100	2.500
Noorder Boulevard	Stadsdeelc.	2400	11800	22	51	9.200	4.300
Boulevard Zuid	Stadsdeelc.	3000	15500	68	92	22.700	5.900
Keizerswaard	Wijkcentr.	2700	5100	70	50	25.900	9.800
Spaanse Polder	Perifeer c.	0	8700	0	20	-	2.300
Stadionweg	Perifeer c.	0	12000	0	30	-	2.500
Hoogvliet Binnenban	Wijk/stads-deelcentr.	6500	8000	91	79	14.000	9.900
Subtotaal		43100	252000	775	2240	18.000	8.900
% van R'dam totaal		33,5	56,5	36,5	71		

*: Nieuwe Binnenweg/Schiedamseweg, en West- Kruiskade- /Mathenesserweg
Bron : D&P Winkelen in Rotterdam, 1994.

In de niet-dagelijkse sector heeft Rotterdam een bindingspercentage van 86%. Tegenover een afvloeiing van 14% staat een toevloeiing van 34%. De totale bestedingen in deze sector bedroegen eind 1993 fl. 3117 mln, zijnde de som van 2041 mln (=86% binding) + fl. 1076 mln (toevloeiing). Gerelateerd aan het aanbod van 440.000 m2 v.v.o. levert dit een gemiddelde vloerproductiviteit op van ca fl. 7.080,- per m2 vvo, hetgeen ca 23% hoger is dan het landelijk gemiddelde van ca fl 5.700,-.

Niettegenstaande deze positieve gegevens, blijkt uit vergelijking met onderzoeken uit 1978 en 1988, dat het marktaandeel van het centrum van Rotterdam in de totale bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen in Zuid-Holland, is gedaald van 14,4% in 1978, via 11,5% in 1988 tot 9,1% in 1994. Dit is veroorzaakt door de opkomst van diverse winkelcentra in de stad Rotterdam, bijvoorbeeld Oosterhof, en de regio, bijvoorbeeld Spijkenisse-Centrum. Ook de na het onderzoek gerealiseerde winkelcentra Alexandrium II en III en de uitbreiding van het winkelcentrum De Koperwiek hebben een drukkend effect op het marktaandeel van Rotterdam-Centrum binnen zowel Zuid-Holland als binnen (de regio) Rotterdam zelf.

2.2 Analyse van de aanbodzijde

2.2.1 Ontwikkelingen in de detailhandel(ssstructuur)

De stad Rotterdam kent het zogenaamde vierslagstelsel, wat inhoudt, dat in de hiërarchie van winkelcentra 4 niveaus te onderscheiden zijn, namelijk het stadscentrum als hoofdcentrum, en de stadsdeelcentra, wijkwinkelcentra en buurtwinkelcentra als nevencentra.

De top van deze pyramidale opbouw wordt gevormd door het kernwinkelapparaat in het stadscentrum, waarin als bekende onderdelen aanwezig zijn de Lijnbaan, het Binnenwegplein, het Beursplein (met de in 1996 geopende Coolsingel-onderdoorgang, in de volksmond "de koopgoot" genoemd) en de Hoogstraat en directe omgeving. De Lijnbaan is in 1996 deels gerenoveerd, teneinde tezamen met de uitbreiding van per saldo ca 10.500 m² rond/onder het Beursplein een grotere attractie van het stadscentrum te bewerkstelligen. Rotterdam-Centrum is op te vatten als een bovenregionaal centrum.

Karakteristiek in Rotterdam zijn de verschillende aanloopstraten (winkellinten) naar het centrum. Gedacht kan worden aan de Nieuwe Binnenweg, de Kruiskade tot en met de Mathenesserweg, en de Jonker Fransstraat (met daarachter de Noorderboulevard, bestaande uit de Noordmolenstraat en Zwart Janstraat). In Rotterdam-Zuid vormen de Beyerlandselaan en de Groene Hilledijk een belangrijk vooroorlogs winkellint. Dit geheel, wat enkele jaren geleden voorzien werd van luifels, is thans bekend onder de naam Boulevard Zuid.

Na de Tweede Wereldoorlog zijn in de nieuwe uitbreidingswijken de meer gecentreerde winkelcentra ontstaan. Als voorbeelden van de ca 40 wijkwinkelcentra kunnen worden genoemd De Slinge in Rotterdam-Zuid, Samuel Esmeyerplein in Het Lage Land, Binnenweg en Hesseplaats in Ommoord, Keizerswaard in IJsselmonde (wat in de jaren 90 met ca 5.000 m² bvo is uitgebreid), en Binnenban in Hoogvliet (eveneens in de jaren 90 uitgebreid, met ca 5600 m² bvo). Daarnaast zijn er de vele (ca 70) buurtwinkelcentra, en verspreide winkelvestigingen.

Omdat de stadsdelen Zuid en Noord zodanig groot werden, dat het stadscentrum relatief ver weg kwam te liggen, zijn de stadsdeelcentra ontwikkeld. Omstreeks 1970 werd in Rotterdam-Zuid het winkelcentrum Zuidplein geopend. Enkele jaren geleden is dit (regionale) centrum uitgebreid met ca 15.000 m² bvo. In 1984 is in Rotterdam-Noord/Oost het stadsdeelcentrum Oosterhof geopend. Ook dit centrum is onlangs uitgebreid. In de Voorzieningenatlas Stadsregio Rotterdam (1997) wordt dit centrum als een deelregionaal centrum beschouwd. Opgemerkt kan worden, dat sommige winkellinten, met name de Nieuwe Binnenweg, als stadsdeelcentra zijn op te vatten.

Naast Oosterhof (als nieuwe naam is voorgesteld Alexandrium I) is in 1995 een zogenaamd megacentrum verzezen (Alexandrium II), wat kan worden beschouwd als de eerste zogenaamde GDV (Geconcentreerde Grootchalige Detailhandelsvestiging). Kenmerkend voor dit megacentrum is de

aanwezigheid van grote winkels als Toys 'R' Us, Superconfex, Dump 2000, Kwantum, etcetera. Het heeft een regionale functie. Als afronding van deze winkelconcentratie is eind 1996 de woonmall Alexandrium III geopend. Deze heeft een bovenregionale functie.

Verder moet nog genoemd worden de perifere detailhandel (o.a. woninginrichting, bouwmarkten), bijvoorbeeld aan de Stadionweg in Zuid, de IJsselmondselaan in Kralingse Veer, en op bedrijventerreinen, zoals bijvoorbeeld de Spaanse Polder.

Tenslotte kan nog gewezen worden op de ambulante handel. Bekend zijn de lokale markten aan het Afrikaanderplein en het Grote Visserijplein, en de regionale markt aan de Binnenrotte.

De Voorzieningenatlas van de stadsregio Rotterdam noemt de volgende sterke en zwakke punten van het detailhandelsapparaat in de stad Rotterdam.

Sterke punten:

- Het stadscentrum van Rotterdam behaalt nog steeds een bovengemiddelde vloerproductiviteit, ondanks een dalend marktaandeel. Een flinke impuls is gegeven door het in 1996 gerealiseerde Beursplein-centrum.
- Veel winkels in het stadscentrum van Rotterdam zijn alle zondagen geopend. Onlangs is ook een experiment gestart met een wekelijkse zondagsmarkt op de Binnenrotte. Opgemerkt moet worden, dat het concurrentievoordeel verval, wanneer ook in andere centra de winkels en markt op zondag geopend zijn.
- Kleinere winkelcentra voor de dagelijkse behoeften in de wijken en buurten doen het onverminderd goed. Ze zijn goed voor 49% van alle aankopen.
- Rotterdam (maar ook andere plaatsen in de stadsregio) bezit een zeer gevarieerd aanbod aan allochtone detailhandel, met name geconcentreerd in de westelijke winkellinten van de stad, maar ook in andere oude wijken. Ze zijn in eerste instantie toegespitst op de lokale bevolking in de wijk en buurt, maar hebben een verzorgings-gebied in de regio.

Zwakke punten:

- Gebrek aan uniciteit van de winkels in het Rotterdamse kernwinkel-apparaat. Het accent ligt teveel op landelijke ketens, die ook in de kleinere centra aanwezig zijn. Echt gespecialiseerde zaken zijn slechts beperkt aanwezig, of ze liggen buiten het centrum, bijvoorbeeld aan de Weissenbruchlaan in Hillegersberg.

De totale omvang (in m² vvo) van het winkelareaal (exclusief ambulante handel) in Rotterdam is afgeleid uit de rapporten "Winkelatlas van Zuid-Holland", en "Winkelen in Rotterdam" (op basis van DIS-gegevens van 1994), en vervolgens opgehoogd met latere uitbreidingen volgens de Voorzieningenatlas Stadsregio Rotterdam.

Tabel 2. Winkelvloeroppervlak in Rotterdam in m2 vvo (1996)

Winkelcentrum/wijk	metrage
Rotterdam-Centrum (incl. Beursplein-uitbreiding)	141.000
Zuidplein	38.000
Oosterhof	23.500 *
Alexandrium II	27.400 **
Alexandrium III	60.000 **
Westerboulevards ***	40.800
Noorder Boulevard	14.600
Boulevard Zuid	18.500
Keizerswaard	11.800 **
IJsselmondselaan	7.200
Spaanse Polder	8.700
Stadionweg	12.000
Hoogvliet Binnenban	20.100 **
Overschie	16.200
Hillegersberg/Schiebroek	28.100
Prins Alexander (Excl. Oosterhof en IJsselmondselaan)	35.000
Noord (excl. Noorderboulevard)	31.900
Kralingen/Crooswijk	32.900
Delfshaven (excl. deel West. Boul.)	13.200
Stadscentrum(excl. Rott. Centr. en deel Westelijke Boulevards)	17.500
Feijenoord (excl. Boulevard-Zuid)	26.500
Charlois (excl. Zuidplein)	33.100
IJsselmonde (excl. Keizerswaard en Stadionweg)	22.400
Hoogvliet (excl. Binnenban)	11.500
Hoek van Holland	4.800
Overig Rotterdam	10.500
Totaal	707.200

* DIS 1996

** Benadering, omdat de uitbreiding na 1994 wellicht in bvo is vermeld.

*** Nieuwe Binnenweg/Schiedamseweg en West-Kruiskade/Mathenesserweg.

Opmerking: het bij enkele winkelcentra voorkomende verschil in metrage met tabel 1 komt door verschil in opname-datum, namelijk 1994 vs 1996.

Het totaal aan winkelareaal in Rotterdam is per 1996 ca 707.000 m² vvo, dit is per inwoner ca 1,2 m² vvo.

Voor diverse overzichten van de inventarisatie van winkelcentra in Rotterdam wordt verwezen naar de bijlagen.

Toekomstige ontwikkelingen

Per 1997 waren de volgende plannen bekend.

A. Voor bestaande winkelgebieden zijn er diverse uitbreidingsplannen.

Nabij het Stadhuisplein wordt zo mogelijk het Hermes-gebouw herontwikkeld tot een nieuw complex met 12.000 m² verkoopvloer-oppervlak. In 1998 is hiermee al een begin gemaakt. Hierdoor zou de Lijnbaan beter aansluiten bij de Coolsingel. Ook de overgang van het nieuwe Beursplein naar de enigszins verouderde Hoogstraat is een punt van aandacht. Omdat er in de Hoogstraat sprake is versnipperd eigendom, voert de gemeente een beleid om eerst een aantal "hoekpunten" te (laten) herontwikkelen. De gemeente hoopt, dat de eigenaren in de tussenliggende gebieden daarna het voorbeeld zullen volgen. Een van de hoekpunten is de Grote Markt. De winkels sluiten aan op het kernwinkelgebied, maar zullen toch onderscheidend zijn. Het wordt een "off-broadway"-gebied, een slentergebied met kleinere winkels.

Aan de oostzijde van de binnenstad, bij de Hoogstraat, zal een aansluiting van het centrale winkelgebied met het gebied rond station Blaak en de Oude Haven worden gerealiseerd. De centrummarkt op de Binnenrotte vervult in dit gebied een belangrijke functie.

Aan de zuid/west-zijde van de binnenstad zal het Binnenwegplein worden herontwikkeld.

Ook verschillende aanloopstraten naar het centrum, en nevencentra zullen worden uitgebreid, bijvoorbeeld Nieuwe Binnenweg, Mathenesserplein, Meent Noord, Oosterhof (Tussenstuk), Boulevard Zuid, Plein 1953, en Mathenesserplein.

Tenslotte kunnen nog ontwikkelingen buiten de traditionele functionele hiërarchie genoemd worden. In voorbereiding zijn een PDV met een oppervlakte van 15.000 m² vvo aan de Vierhavenstraat en van 9.000 m² in de Spaanse Polder. Het gaat hierbij om de ontwikkeling en realisatie van de nieuwste generatie bouwmarkten. Ook in Gadering komt een bouwmarkt.

In de Kop van Zuid, in het vrij entrepot, zal een festival-market worden uitgebreid (Mabon). Het is een onderdeel van een themacentrum Marina & Exotica met winkels, horeca en dienstverlening. Ook in Rotterdam-Zuid, nabij het Feyenoord-stadion, zal een themacentrum Sport en Vrije Tijd met een totale oppervlakte van ca 40.000 m² verrijzen (Trammel Crow), waaronder ca 14.000 m² winkels. "De herontwikkeling van het Piet Smitterrein zal een belangrijke impuls aan het gebied geven waarvan ook de huidige concentratie aan de Stadionweg kan gaan profiteren. De plannen voor de Stadion-driehoek kunnen in het verlengde daarvan worden gezien. Het bewerkstelligen van een goede onderlinge aansluiting van de functionele clusterings van de

deelconcentraties, waaronder het stadion van Feijenoord, is daarbij van belang. Voor de toekomst kan het totale gebied dan met haar sterke aanbodbezetting en goede locatie langs een van de entreegebieden tot de stad Rotterdam, potentieel een significante regionale aantrekkingskracht gaan uitoefenen" (Visie op de regionale winkelstructuur in de regio Rijnmond, Kolpron, 1995).

B. Naast uitbreidingen van bestaande winkelcentra moet nog gedacht worden aan plannen voor nieuwe winkelcentra in nieuwe uitbreidingsgebieden, zoals bijvoorbeeld Noordrand I en Nesselande.

Het totale metrage in nieuwe winkelplannen, exclusief die van de plannen voor buurt- en wijkwinkelcentra op nieuwe woningbouwlocaties, bedraagt ca 125.000 tot ca 135.000 m², waarvan ca 58.000 tot 68.000 m² op perifere locaties. Na realisatie van de thans bekende plannen zou rond het jaar 2.000 ca 832.000 tot 842.000 m² aan winkelareaal in de gemeente Rotterdam aanwezig zijn. Voor een overzicht van de voorgenomen uitbreidingen wordt verwezen naar bijlage 1.

2.2.2 *Diensten en leisure*

Over de omvang van het areaal aan diensten en leisure in winkelcentra is weinig bekend. Voor planmatig opgezette winkelcentra kan worden verwezen naar een onderzoek van Verhoef in 1996. Het te hanteren opslagpercentage voor commerciële diensten en leisure (horecabedrijven zoals snackbars, lunchrooms, coffeshops; baliefuncties zoals reisbureaus, uitzendbureaus, videotheken, postkantoor en bankfilialen; en ambachtelijke bedrijven zoals kappers, stomerijen en schoenreparatiebedrijven) is voor buurt-, wijk-, en stadsdeelcentra ca 15%, hetgeen moet worden opgeteld boven het areaal aan detailhandelszaken. Voor planmatig opgezette stadscentra noemt Verhoef een opslagpercentage van 10% voor commerciële diensten/leisure.

In het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" is voor een aantal binnensteden, namelijk Delft, Amhem, Almere en Eindhoven, aan de hand van bij Kolpron aanwezige en ingekleurde Goad-plan-kaarten opgemeten, wat het bruto oppervlak is voor publiekgerichte niet-detailhandelsvoorzieningen, zoals horeca-bedrijven, ambachtelijke diensten, zakelijke en balie-diensten, en overige functies zoals culturele voorzieningen, bioscopen, etcetera. Uit de inventarisatie bleek, dat van het totale areaal aan detailhandels- en niet-detailhandelsvoorzieningen het aandeel van diensten en leisure ca 30% bedroeg. Dit betekent een opslagpercentage van 40-45 boven het areaal aan detailhandelsvestigingen.

Van Rotterdam is geen inventarisatie van de omvang van diensten en leisure bekend. Een blik op een plattegrond van het stadscentrum laat zien dat ook in Rotterdam sprake is van veel diensten en leisure. Men denke aan de horecabedrijven, culturele voorzieningen, reisbureaus, uitzendbureaus, bioscopen, etcetera. Wij gaan ervan uit, dat het hiervoor genoemde opslagpercentage van 40 à 45 % ook geldt voor Rotterdam.

2.3 Regionale ontwikkelingen

Volgens de Zuidvleugelkaart zullen in de directe omgeving van Rotterdam enkele flinke woningbouwprojecten worden uitgevoerd. Genoemd kunnen worden Noordrand II en III bij Rodenrijs en Bergschenhoek, en de uitbreiding ten oosten van Barendrecht. Iets verder ten zuiden van Rotterdam zal mogelijk een stad in de Hoekse Waard worden gebouwd. Ook al zullen als gevolg van deze grote uitbreidingen de desbetreffende gemeenten meer winkelvoorzieningen krijgen, toch zal een deel van de bestedingen gericht worden op Rotterdam, en met name op het stadscentrum, en perifere locaties met een regionale functie.

Beursplein ("de Koopgoot"), richting Bijenkorf



Beursplein ("de Koopgoot"), richting Vroom & Dreesmann

3 TOEKOMSTSCENARIO'S

3.1 Kwalitatieve specificatie scenario's winkelmarktonderzoek

In het hoofdrapport van het onderzoek "Werk aan de Winkel" (figuur 5.4) worden vanuit de vraagzijde twee scenario's onderscheiden, namelijk :

A. Individueel georiënteerd, en B. Collectief georiënteerd. Aan de aanbodkant zijn drie scenario's onderscheiden: een behoudend scenario (waarschijnlijk), een scenario vanuit consumenten-optiek (wenselijk) en een compromis-scenario (mogelijk en wenselijk). Confrontatie van vraag- en aanbodscenario's, en koppeling aan de twee economische groeiscenario's (namelijk 1,2 en 2,5% economische groei per huishouden) leidt, na het wegstrepen van twee niet bij elkaar passende ontwikkelingen tot de volgende vier scenario's met daarbinnen de volgende te onderscheiden typen consumenten:

- De sobere consument (bij het 1,2%-groeiscenario). De consument is collectief georiënteerd en hecht waarde aan nabijheid van voorzieningen. Materieel bezit wordt minder belangrijk (nadat men een bepaald niveau van behoeftenbevrediging heeft bereikt). De betrekkelijk sobere levensstijl is geen goede voedingsbodem voor cybershopping. Er zal ten opzichte van de huidige situatie geen groei plaatsvinden van de leisure-bestedingen. De winkelstructuur blijft gehandhaafd. Aanpassingen hebben het karakter van modernisering binnen reeds bestaande concepten. Er zijn weinig mogelijkheden voor de toevoeging van leisure-elementen in bestaande winkelconcentraties.
- De huiselijke consument (bij het 1,2%-groeiscenario). De consument is collectief georiënteerd, en is niet zo veeleisend. Er is een groei van de bestedingen in de categorieën woningdiensten en woninginrichting, veroorzaakt door de trend cocooning. Aan de aanbodzijde wordt rekening gehouden met de beperkingen, die voortvloeien uit de bestaande voorraad, hetgeen in combinatie met een collectief georiënteerd vraagscenario leidt tot niet al te ingrijpende veranderingen.
- De verwende consument (bij het 2,5%-groeiscenario). De consument is zeer productgericht en materialistisch ingesteld. Door grote tijdsdruk en mobiliteitsontwikkeling is er een noodzaak tot efficiënte tijdsbesteding en diensgevolge een sterke toename van van de multifunctionele verplaatsingen, waarbij commercieel vermaak een onderdeel moet zijn. Boodschappen doet men van achter de computer of tv, dus thuisbezorging is volstrekt normaal geworden. Het bestaande winkelareaal voldoet niet aan de gestelde eisen. Er vindt schaalvergroting en concentratie plaats, hetgeen ten koste gaat van de huidige hiërarchische structuur. Nieuwe winkels zullen hoofdzakelijk grootschalige detailhandelsvestigingen zijn, in combinatie met leisurevoorzieningen, gelegen op goed bereikbare locaties. Om deze ontwikkeling mogelijk te maken, moet ruimtelijke deregulering worden doorgevoerd, waarbij men volledig op de markt vertrouwt. De functie van het stadscentrum zal veranderen, waarbij de nadruk zal komen te liggen op het cultureel erfgoed.

- De geremde consument (bij het 2,5%-groeiscenario). De consument is als beschreven bij het vorige scenario. De wensen gaan echter bij het onderhavige scenario niet volledig in vervulling, omdat veranderingen in de aanbodstructuur moeten voldoen aan bepaalde juridische, financiële en technische randvoorwaarden. Er wordt een meer realistisch compromis tot stand gebracht, dat sterk wordt bepaald door de veranderingspotentie van de bestaande voorraad, en de bereidheid van betrokken partijen (overheid, beleggers en winkelbedrijven) om de door de consument gewenste veranderingen te initiëren.

3.2 Kwantificering van de toekomstige vraag

Wat zal het aantal m² aan winkelareaal per inwoner in Rotterdam zijn in 2015? Volgens het 2,5%-groeiscenario per huishouden per jaar zou het winkelareaal, uitgedrukt in verkoopvloeroppervlak in Nederland, rekening houdend met de bevolkingsontwikkeling in 2015 ca 50% hoger zijn dan in 1995. Omdat de procentuele bevolkingsgroei in Rotterdam net zo groot is als in Nederland als geheel, stellen wij de groei van het winkelareaal eveneens op 50%. Het areaal zou in 2015 dus $1,5 \times 707.000 \text{ m}^2 = 1.060.000 \text{ m}^2$ bedragen. Dit betekent een per saldo toename van ca 350.000 m² verkoopvloeroppervlak in de periode 1996-2015.

Bij het 1,2% groei-scenario stijgen de nationale winkelbestedingen met 25%, hetgeen voor Rotterdam betekent een groei van de winkelvloeroppervlakte aldaar tot ca 884.000 m² vvo. Dit houdt in een per saldo stijging van ca 175.000 m² vvo.

Wij zullen in hoofdstuk 6 nagaan welke varianten denkbaar zijn voor de ruimtelijke verdeling van de groei met 350.000 m² verkoopvloeroppervlak in het 2,5%-groeiscenario, en de groei met 175.000 m² verkoopvloeroppervlak in het 1,2 %-groeiscenario. Daarbij bezien wij de ontwikkeling van de toename van het benodigd areaal in m² vvo in geval zonder en mer transformatie van het winkelareaal.

Volgens de berekeningen met het KAWIR zou in het 2,5%-scenario het winkelmetrage toenemen van ca 610.000 m² verkoopoppervlak in 1995 tot ca 1.043.000 m² verkoopoppervlak in 2015, dit is een toename van ca 430.000 m² verkoopoppervlak ofwel ca 70%. In het 1,2%-scenario stijgt het winkelvloeroppervlak van ca 610.000 m² tot ca 905.000 m², wat een toename betekent van ca 295.000 m² verkoopoppervlak ofwel ca 48%. Het verschil tussen de hier gehanteerde 610.000 m² en het in tabel 2 genoemde totaalmetrage van 707.000 m² verkoopoppervlak, heeft te maken met een verschil in datum.

Het KAWIR komt dus tot een grotere procentuele groei, dan hierboven is berekend uit vergelijking van Rotterdam met landelijke ontwikkelingen, zoals in het hoofdrapport "Werk aan de Winkel" zijn aangegeven. Dit kan worden verklaard uit het feit, dat in KAWIR ervan uit wordt gegaan, dat de consument in de toekomst nog mobieler wordt, en daardoor de bereidheid van de consument om grotere afstanden te overbruggen toeneemt. Bovendien is ervan

uitgegaan, dat gegeven de relatie tussen de grootte en de aantrekkingskracht van winkelcentra, met name de grotere winkelcentra door de grotere mobiliteit bevoordeeld zullen worden. In het KAWIR trekken de grotere winkelcentra relatief veel consumenten uit een steeds groter wordende regio aan. De hoge groeipercentages in KAWIR hangen ook samen met het feit, dat in het winkelareaal per wijk ook kleine winkelcentra zijn opgenomen. Deze hebben echter geen bovenwijkse of bovenstedelijke aantrekkingskracht.

Alexandrium II



Interieur Alexandrium III

Uitbreidingen

In het hoofdrapport "Werk aan de Winkel" zijn 3 aanbodsscenario's onderscheiden.

Aanbodscenario 1 gaat uit van volledige instandhouding van de bestaande detailhandelsstructuur. Voor zover er sprake is van groei of krimp van het totale winkelvloeroppervlak komt dat tot uiting naar evenredigheid van het huidige oppervlak.

In aanbodscenario 2 wordt ervan uitgegaan, dat volledig tegemoet wordt gekomen aan de veronderstelde wensen van de consument. Er wordt daarbij voorbijgegaan aan beperkingen, die voortkomen uit de huidige voorraad ofwel de belangen van de betrokken partijen.

Aanbodscenario 3 vormt het compromis tussen 1 en 2. Hierin wordt maximaal opgeschoven in de richting van scenario 3, echter binnen de beperkende randvoorwaarden van de huidige voorraad en de belangen van partijen in die voorraad.

De eindconclusies van het onderzoek plaatsen deze scenario's in een wat ander daglicht. Er is namelijk rekening gehouden met efficiency-verbeteringen in het bedrijfsproces van de detailhandel. Deze ontwikkeling begint zich inmiddels steeds duidelijker te manifesteren. Dat leidt weer tot een optimaler gebruik van het bestaande winkelvastgoed. Toevoeging danwel versterking van grootschalige distributiecentra is daarbij een voorwaarde (zie hoofdstuk 7 van het hoofdrapport).

Een en ander impliceert, dat er een "combinatie" ontstaat van de aanvankelijk geformuleerde aanbodsscenario's. Aanbodscenario 1 wordt gerealiseerd, waarbij de huidige voorraad wordt getransformeerd, zodat maximaal tegemoet kan worden gekomen aan scenario 2 (wensen van de consument). De concessies, die gedaan moeten worden, en verondersteld worden deel uit te maken van aanbodscenario 3, zijn zeer beperkt.

Nadrukkelijke knelpunten zijn te verwachten bij de bereikbaarheid van de winkelconcentraties in de toekomst mede ten gevolge van wenselijke uitbreiding van functies in de sfeer van diensten en leisure.

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op beperkingen, die worden opgelegd aan de veranderingen, die vanuit scenario 2 wenselijk worden geacht.

Indien in een winkelcentrum uitbreiding van het totale areaal, inclusief openbare ruimte en parkeeroppervlak, moet plaatsvinden, dan is de vraag, hoe dit gerealiseerd zou kunnen worden. In het geval dat voldoende ruimte aanwezig is, of kan worden vrijgemaakt door sloop of functieverandering van panden rondom het uit te breiden winkelcentrum (zie § 4.2), kan de uitbreiding van het totale areaal relatief eenvoudig gebeuren. Wanneer dat niet tot de mogelijkheden behoort, zal men zijn toevlucht moeten nemen tot intensivering van het grondgebruik.

De eerste optie, die vooraf bekeken zou moeten worden, is of en in welke mate intensivering van het huidige winkelgebruik een oplossing biedt. De huidige verhouding vvo/bvo, die nu 65/100 is, zou door interne vergroting van de efficiency in de toekomst 91/100 kunnen worden. Dit impliceert, dat er binnen de bestaande voorraad een "buffer" aanwezig is. Voor zover dat onvoldoende blijkt te zijn, moeten aanvullende m² worden toegevoegd.

Enkele opties daarvoor zijn dan:

Voor bebouwde plekken

- meerlaags winkelen, waar dat nog niet is toegepast.
- betere benutting van de bovengrondse winkelveorzieningen door de magazijnen ondergronds onder te brengen, met betere aan- en afvoer.
- dubbel grondgebruik door parkeren onder de grond of op het dak.

Voor bestaande parkeervoorzieningen op maaiveld

- deze parkeervoorzieningen in één of meer lagen ondergronds realiseren
- de vrijgekomen ruimte benutten voor het bouwen van winkel-vloeroppervlak in één of zelfs meer lagen.

Voor het openbaar gebied

- doelmatiger gebruik van de openbare ruimte.
- vervoersstromen door de openbare ruimte ondergronds realiseren en de vrijkomende ruimte benutten op maaiveld.

Situaties, waarin er mogelijkheden zijn om tot intensivering van het huidige grondgebruik over te gaan, zullen met name te vinden zijn bij de planmatig ontwikkelde winkelcentra met grote parkeerterreinen op maaiveld direct grenzend aan de winkelbebouwing (bijvoorbeeld stadsdeelcentra en wijkwinkelcentra in de grootschalige na-oorlogse uitbreidingswijken). Daar is het mogelijk om de parkeervoorzieningen ondergronds te situeren in combinatie met toevoeging van winkelareaal bovengronds op de vrijgekomen ruimte.

Bij de stadskernen ligt de zaak gecompliceerder. Daar ontbreekt het doorgaans aan de ruimte om binnen afzienbare tijd tot een forse intensivering van het grondgebruik over te gaan. De huidige parkeervoorzieningen zijn vaak nu al ontoereikend. Er is sprake van een hoge bebouwingsdichtheid en van weinig openbare ruimte, waarbinnen ook nog grote verkeersstromen moeten worden verwerkt. Onder bestaande pleinen kunnen parkeergarages worden gebouwd (bijvoorbeeld Het Plein in Den Haag), maar daarmee wordt echter nog niet de ruimte geschapen voor noodzakelijk gebleken uitbreidingen van het winkelareaal. Deze uitbreidingen zullen dus elders moeten plaatsvinden, bij voorkeur grenzend aan of in de directe omgeving van het stadscentrum, bijvoorbeeld op te herstructureren vooroorlogse bedrijventerreinen.

4.2

Aanpassingen

Er zijn diverse soorten aanpassingen te onderscheiden. Allereerst kan men denken aan de aanpassing van het winkelareaal aan nieuwe eisen. Het kan nodig zijn om het bestaande winkelareaal op een bepaalde locatie op te

knappen (renovatie) of zelfs geheel of gedeeltelijk te vervangen door nieuwe winkelpanden. Het is ook mogelijk het areaal uit te breiden door lege gebieden in de directe omgeving van de bestaande winkels te bebouwen, of bestaande bebouwing, die een andere functie had, te slopen.

Tenslotte is het mogelijk, dat bestaande panden een functieverandering, een transformatie ondergaan. Deze transformatie kan bijvoorbeeld verschillende vormen hebben.

Transformatie van woningen naar winkels

In oude stadscentra is de woonfunctie vaak redelijk vertegenwoordigd, en kan men deze woningen in bijvoorbeeld aanloopstraten omzetten naar winkelpanden. In het centrum van Rotterdam is deze conversie niet of nauwelijks aan de orde. Wel is dit denkbaar bij de winkellinten in de stad.

Transformatie van winkels naar woningen

Dit kan worden toegepast, wanneer het totale winkelareaal zou moeten worden verkleind, of wanneer het winkelcentrum compacter zou moeten worden, zonder dat het totale areaal zou moeten worden teruggebracht. Bepaalde winkels, die wat achteraf liggen, worden opgeheven, terwijl op andere, meer centrale plekken, winkels worden toegevoegd.

Transformatie (verplaatsing) van detailhandel in volumineuze goederen naar speciaalzaken.

De attractiviteit van het stadscentrum zit in de diversiteit, geconcentreerd op een relatief klein oppervlak. Een goede autoluwe of autoloze routing en beloopbaarheid van alle detailhandelsvoorzieningen in combinatie met diensten en leisure, is belangrijk. In dat beeld kunnen bepaalde grootschalige winkels met volumineuze goederen niet passend zijn. Denkbaar is dat een afsplitsing van deze zaken uit het kernwinkel-apparaat naar al of niet gethematiseerde winkelconcentraties elders plaats vindt. Dit zou tevens ruimte scheppen voor speciaalzaken, diensten en leisure.

- De gemeente Rotterdam wil de attractie van winkelcentra verhogen. Allereerst is het van belang om de kwaliteit van de binnenstad te verhogen. Dit is van groot belang vanwege het meer in de belangstelling komen van recreatief winkelen en leisure-voorzieningen. Door de aanleg van de Coolsingel-traverse en een beperkte renovatie van de Lijnbaan zijn de eerste stappen daarvoor gezet. De Lijnbaan moet in verdergaande mate worden aangepakt. Daarvoor is wel medewerking van alle partijen nodig/gewenst.

Als gevolg van de daling van de gemiddelde woningbezetting, en daling van het aantal woningen in met name stadsvernieuwingsgebieden, zal het draagvlak in bestaande wijken onder druk komen te staan. Dit betekent een gevaar van afkalving van het buurtwinkelapparaat. Mogelijk kan door een toename van het benodigde winkelareaal per inwoner als gevolg van economische groei aan deze afkalving een tegenwicht gegeven worden.

Bij herstructurering van winkelcentra verdient het aanbeveling de aanpak van de verschillende winkelconcentraties projectmatig en integraal te benaderen, zodat een onderlinge afstemming mogelijk is. Per afzonderlijk winkelcentrum zal eveneens projectmatig de herstructurering, renovatie of afbouw moeten

worden geregeld. De rol van de gemeentelijke overheid kan per geval anders zijn.

Voor de financiering van herstructureringsvoorstellen komen in beginsel enkele bronnen in aanmerking. Allereerst kan worden gedacht aan fondsen in het kader van het Grote Steden Beleid, en de zogenaamde Stirea-middelen, en de MEB (aanpak van de 4e en 5e ring) van het Ontwikkelings Bedrijf Rotterdam (Winkelstructuur Hoogvliet, 1996). Voorts is financiering mogelijk binnen het kader van verwerving en exploitatie.

In 1991 is in opdracht van de Commissie Ontwikkeling Bedrijven (COB) en de Sociaal-Economische Raad (SER) door het Instituut Midden- en Kleinbedrijf een studie verricht naar de herinvullingsmogelijkheden van zogenaamde af te bouwen (buurt-)winkelcentra. Dit naar aanleiding van het feit, dat de voor de herstructurering van de lokale detailhandels-structuur noodzakelijke afbouw van niet meer goed lopende winkelcentra slechts moeilijk op gang komt doordat voor het "af te bouwen" onroerend goed geen alternatieve invullingsopties voorhanden zijn. De gemeente speelt hierbij een belangrijke rol door een randvoorwaarden-scheppend beleid te voeren voor de af te bouwen winkelcentra. Volgens het COB/SER-rapport moet het herontwikkelingsbeleid de volgende elementen bevatten:

- Het formuleren en bekend maken van een herontwikkelingsbeleid om aan te geven, dat de gemeente zich positief en actief opstelt.
- Het herontwikkelingsbeleid laten samengaan met een herstructureringsbeleid om negatieve imagovorming rond centra tegen te gaan.
- De specifieke positie van de af te bouwen winkelcentra koppelen aan het toekomstige functieprofiel.
- Een soepele en snelle afhandeling van benodigde vergunningen en bestemmingsplanwijzigingen.
- Bemiddeling en ondersteuning bij het vinden van geschikte gebruikers via de bedrijvenscarthotheek en de bedrijfscontactfunctionaris.
- Eenmalige subsidie bij renovatie, indien dit de marktperspectieven verbetert.
- Met name in achterstandsgebieden middelen bijeenbrengen voor renovatie en herontwikkeling van buurtwinkelcentra met bedrijven en activiteiten als onderdeel van de sociale vernieuwing ten behoeve van de buurt (Beleidsplan buurt- en wijkwinkelcentra, gemeente Breda, 1992).

4.3

Bereikbaarheid

Er bestaat een verband tussen het type winkelcentrum en de daarbij gewenste bereikbaarheid. Buurtwinkelcentra dienen vooral goed (en veilig) per fiets en te voet (eventueel na gebruikmaking van openbaar vervoer) bereikbaar te zijn. Daarnaast is er behoefte aan parkeervoorzieningen, vooral indien een supermarkt aanwezig is, en men de gekochte goederen met behulp van een winkelwagentje naar de auto wil brengen.

Voor wijkwinkelcentra geldt in beginsel hetzelfde, omdat een wijkwinkelcentrum voor de direct omwonenden ook een buurtwinkel-functie heeft. Goede autobereikbaarheid en bereikbaarheid per openbaar vervoer zijn echter relatief

belangrijker, omdat de bezoekers van verder komen dan het geval is bij buurtwinkelcentra.

Een goede auto-bereikbaarheid is zeker van groot belang op plaatsen, waar geen openbaar vervoer aanwezig is, en waar het koopexpeditie-gedrag op de voorgrond staat. Men wil snel de auto "kwijt", en de gekochte artikelen, vooral als deze nogal zwaar zijn, makkelijk in de auto kunnen zetten.

De stadscentra, waar het recreatief winkelen van belang is, zijn vanwege een centrale ligging in de stad niet bijzonder goed per auto bereikbaar. Aandacht moet worden besteed aan een goede doorstroming en routing, en aan goede bewegwijzering naar voldoende parkeerplaatsen. Van invloed op de attractie van een winkelcentrum is ook de prijs, die men voor het parkeren moet betalen. Een prijsdifferentiatie naar kwaliteit van de parkeerplaats is aan te bevelen. Verder speelt een rol de vraag of men al of niet gebonden is aan het aflopen van de parkeertijd, zoals bij parkeermeters het geval is.

De bevoorrading stelt ook specifieke eisen: er moet op gelet worden, dat deze zo weinig mogelijk hinder oplevert voor zowel bezoekers als omwonenden.

Parkeren

In de directe nabijheid van winkelvoorzieningen bevinden zich meestal ook nog andere gebouwen die een bepaalde parkeerbehoefte oproepen. Woningen, kantoren, ziekenhuizen, voetbalstadions, bioscopen enzovoort. Aan elke functie is een specifieke parkeernorm te verbinden. Om een locatie te beoordelen op de kwaliteit van de parkeerfaciliteiten is het noodzakelijk om een parkeerbalans op te stellen. Daarbij gaat het om het aantal benodigde parkeerplaatsen per voorziening en het tijdstip en de tijdsduur waarop die vraag zich manifesteert. Een parkeernorm voor winkelvoorzieningen wordt vaak uitgedrukt in het aantal vierkante meters verkoopvloeroppervlak per parkeerplaats. Als we de grote buitenlandse winkelconcentraties als voorbeeld nemen dan heeft de parkeernorm een zeer snelle ontwikkeling doorgemaakt.

Tabel 3. Parkeervoorzieningen bij enkele grote buitenlandse winkelcentra

Parkeer voorzieningen bij enkele grote buitenlandse winkelcentra

Winkelconcentratie	vvo	parkeer plaatsen	bouw periode	norm
1 West Edmonton (Canada)	353.000	20.000	81-85	17,65
2 The Mery Hill Centre (Birmingham)	167.000	10.000	85-89	16,70
3 Metrocentre (Newcastle)	160.000	15.000	84-87	10,67
4 Meadowhall (Sheffield)	111.000	12.000	88-90	9,25
5 Thurrock Lake (Londen)	122.000	18.000	88-90	6,78
6 Centro	70.000	20.000	94-96	3,50

Bolt verwijst naar de volgende kengetallen:

Kategorie winkels	bvo per parkeerplaats
Boven lokaal	20 tot 30
stads- wijkverzorgend	30 tot 40
Buurtverzorgend	40 tot 60
Dorpscentrum	30 tot 50

Uit het lijstje met buitenlandse voorbeelden blijkt dat de norm die is aangehouden in de verschillende centra een relatie heeft met de bouwperiode. Centro heeft wel een norm waarbij kennelijk is uitgegaan van een wel zeer hoge parkeerbehoefte. Daarbij moet aangetekend worden dat een deel van de opgenomen parkeerplaatsen bestemd is voor de in de nabijheid gelegen andere functies.

De mobiliteit en het autobezit neemt de komende jaren verder toe. Er zullen als gevolg daarvan meer mensen met de auto het centrum willen bezoeken. Bovendien impliceert verhoging van de attractiviteit van het centrum dat de verblijfsduur van de bezoeker toeneemt. Dat heeft op zich weer tot gevolg dat het aantal benodigde parkeerplaatsen toeneemt.

Tenslotte zal de beschikbaarheid van goede parkeervoorzieningen een grote rol gaan spelen bij de concurrentie van verschillende stadscentra. Naarmate de verblijfsduur toeneemt neemt het relatieve aandeel van de reistijd af. De consument is in dat verband snel bereid om een grotere afstand te overbruggen als de zekerheid bestaat dat er in korte tijd een goede parkeerplaats gevonden kan worden.

Het is dus voor de toekomst van het centrum van levensbelang om over uitstekende parkeervoorzieningen te beschikken en om de mogelijkheid te hebben de behoefte uit de markt te kunnen volgen. Dit wordt bevestigd door een onderzoek (1997) van het European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS) en het Instituut Midden- en Kleinbedrijf - Ruimtelijk-Economische Advisering (IMK-REA). De resultaten van het onderzoek bevestigen de hypothese dat naarmate de parkeermogelijkheden bij een winkelgebied positiever worden beoordeeld, de bezoekkans per auto groter is. Het voeren van een sturend parkeerbeleid leidt tot onbedoelde verschuivingen in koopstromen. Instanties die zo'n beleid voeren, dan wel hiermee worden geconfronteerd, dienen zich hiervan bewust te zijn en hiermee rekening te houden. Omzetzalingen tengevolge van restrictief parkeerbeleid kunnen voor winkelcentra als geheel tot 6 procent en voor sommige branches zelfs tot 11 procent oplopen. Consumenten laten namelijk over het algemeen de auto niet staan maar wijken uit naar andere winkelcentra. Een locale economische effectmeting is dan ook aan te raden als nieuw parkeerbeleid wordt overwogen.

Uitgangspunt voor het verkeersbeleid in Rotterdam is het selectief autogebruik, wat moet worden gerealiseerd door verbetering van het openbaar vervoer, onder andere door het realiseren van een Trampus-systeem, het bevorderen van het fietsverkeer door het aanleggen en verbeteren van veilige fietstroutes, en het voorzien in meer bewaakte fietsenstallingen. Verder wordt een selectief parkeerbeleid gevoerd, dat tot gevolg heeft, dat gratis langparkeerplaatsen worden ingeruild voor betaalde kortparkeerplaatsen. Ook wordt getracht om een goede verdeling van het totaal aantal parkeerplaatsen over diverse bestemmingen te bewerkstelligen, zodat korte loopafstanden mogelijk zijn. Daarbij wordt aandacht besteed aan de vindbaarheid van parkeervoorzieningen door middel van een goede bewegwijzering.

4.4 Kwaliteit openbare ruimte

Openbare ruimten vervullen van oudsher een belangrijke rol in het maatschappelijk en economisch functioneren van de samenleving. Met het veranderen van die samenleving veranderen ook de ideeën over inrichting en vormgeving van de openbare ruimte.

De beleving van de vormgegeven openbare ruimte door individuen kan zeer uiteenlopen.

In de jaren tachtig en negentig wordt de openbare ruimte ingezet als middel voor citymarketing. Stedenbouwkundige en architectonische vormgeving van de ruimte moeten een uitstraling van allure en kwaliteit teweeg brengen. Deze vormbenadering heeft echter nauwelijks nog iets van doen met sociale en democratische aspecten van de openbare ruimte zoals die in vorige eeuw de hoofdfunctie vormden.

Toch wordt de noodzaak van de kwaliteit van de openbare ruimte nog onderschreven. Doordat de nabije openbare ruimte mede bepalend is voor het gezicht van onder andere kantoren, woningen en winkels, is het van invloed op de beeldvorming van het vastgoed. Een goede openbare ruimte is niet alleen van invloed op de directe omgeving, maar kan ook een structurerende werking hebben voor een groter gebied.

Het verschil tussen de openbare ruimte die deel uitmaakt van een planmatig ontwikkeld winkelcentrum en de openbare ruimte in het binnenstedelijk winkelgebied is dat in het laatste geval het historisch erfgoed (monumenten, pleinen) zelf een aantrekkingskracht uitoefent op de bezoekers en tevens een verblijfsfunctie heeft, terwijl in het eerste geval de openbare ruimte vaak een kwestie van vormgeving is.

Naast de aanwezigheid van de gewenste winkels en een goede bereikbaarheid, is de inrichting/vormgeving van het winkelcentrum van groot belang. Vooral is dit het geval bij winkelcentra, waar de verblijfsduur relatief lang is, en sfeer erg gewaardeerd wordt door de bezoeker. Gedacht kan worden aan de volgende aspecten:

- afwezigheid van auto- en fietsverkeer in het winkeldomein
- routing, compactheid
- overzichtelijkheid, zichtlijnen, oriëntatiemogelijkheid
- netheid, veiligheid
- comfort (klimaat, plaveisel, zitgelegenheid)
- sfeer, druktebeeld, uitstraling

- pleinen met horeca, groen, fontijn, kiosk
- architectuur (gevels, puien)

4.5 De veranderingspotentie van de huidige vastgoedvoorraad

Vooraf zij opgemerkt, dat het belang van de veranderingspotentie van de huidige vastgoedvoorraad afhankelijk is van het toekomstscenario, dat men kiest, zowel qua economische groeisnelheid als qua te verwachten consumentengedrag.

Bij verandering kan men denken aan aanpassing van een bestaand winkelcentrum, aan uitbreiding, of aan een combinatie van deze twee. Aanpassing kan een kleine ingreep betreffen, zoals het uitvoeren van onderhoud, of een bepaalde vorm van renovatie, die zowel betrekking kan hebben op de winkelpanden als op het openbaar gebied. Aanpassing zou zelfs een gedeeltelijke of gehele vervanging van het oude winkelcentrum door nieuwbouw kunnen betekenen.

Aanpassing ter plaatse is alleen zinvol, indien er voldoende draagvlak in de toekomst verwacht mag worden en de locatie op zich goed is. Verandering is nodig indien routing niet optimaal is, en/of indien de algehele inrichting van het winkelcentrum niet meer aan de eisen van de moderne, verwende consument voldoet. Men kan daarbij denken aan de factoren, die in de paragrafen 4.3 en 4.4 genoemd zijn.

De bouwkundige staat (deels samenhangend met de leeftijd) en de technische en functionele aanpasbaarheid, kosten, etcetera zullen van invloed zijn op de vraag of men zijn toevlucht neemt tot renovatie of tot nieuwbouw.

Uitbreiding van een winkelcentrum kan aan de orde zijn, wanneer men verwacht daarmee de attractie van het centrum te verhogen, of dat er een noodzaak voor uitbreiding aanwezig is vanwege een groter bestedingspotentieel als gevolg van meer inwoners en/of stijgende inkomens en bijgevolg hogere bestedingen. Dit kan actueel zijn in binnensteden van met name gemeenten, die sterk qua inwonertal groeien. In oude binnensteden kan de uitbreiding een probleem zijn, indien het winkelcentrum omgeven is door historische panden. Men kan dan niet tot sloop overgaan, maar men zou dan moeten nagaan in hoeverre functieverandering van deze panden mogelijk is. In het kader van de problematiek van aanpassing van binnensteden kan verwezen worden naar een afstudeerscriptie van Lipsch getiteld: "Quick scan voor het Binnenstedelijk winkelgebied". Het is een hulpmiddel om, vanuit het oogpunt van de projectontwikkelaar, te bepalen of er in een bepaald binnenstedelijk winkelgebied verbeteringsmogelijkheden bestaan.

5 BELANGEN EN INTENTIES ACTOREN

5.1 De betrokken partijen

Om tot een evenwichtige detailhandelsstructuur te komen, zal medewerking van diverse partijen noodzakelijk zijn. De gemeente zal op regionaal niveau overleg moeten hebben met buurgemeenten (regionale structuurvisie) en op lokaal niveau met winkeliersorganisaties, beleggers en ontwikkelaars. Er is een REO-werkgroep "Grootschalige detailhandel", die alle plannen in Rotterdam en de omliggende regio toetst (volgens een bepaalde procedure).

Op het niveau van een concreet winkelcentrum zal samenwerking tussen ondernemers van belang zijn, indien deze zelf eigenaar zijn van de winkelpanden. Bedacht moet worden, dat er belangentegenstellingen (kunnen) bestaan tussen diverse categorieën partijen, bijvoorbeeld winkeliers versus projectontwikkelaars, maar ook tussen winkeliers onderling. Bijvoorbeeld: sommige winkeliers zijn tegen invoering van een promenade, waar geen auto-verkeer is toegestaan, terwijl anderen er juist vòòr zijn. Bij planmatig ontwikkelde winkelcentra is sprake van slechts één of een klein aantal eigenaren. Voor de aanpak van die centra is het nog relatief eenvoudig om de direct betrokkenen op één lijn te krijgen.

Het beheer is ook van belang. Allereerst kan gedacht worden aan het beheer van het winkelcentrum zelf, in opdracht van belegger en ondernemers. Daarnaast heeft de gemeente een taak in de inrichting en het beheer van de openbare ruimte (straten, pleinen, ontsluitingen en parkeervoorzieningen). De gemeente en/of andere partijen kunnen initiatieven nemen om het tot stand komen van bepaalde decentrale overlegvormen te stimuleren, bijvoorbeeld in de vorm van winkelmanagement. De ontwikkeling van winkelcentrum-management is nog steeds gaande. In de toekomst zal een slagvaardig beheer van winkelcentra steeds meer aan de orde zijn, mede door het feit, dat het kennen van de concurrentiepositie van winkelcentra steeds belangrijker wordt. Voor informatie over winkelcentrummanagement kan worden verwezen naar de afstudeerscriptie van A. de Boon: "Winkelcentrum-management: beheersen van de dynamiek".

Een bepaalde vorm van winkelmanagement is het zogenaamde centrummanagement, dat sinds eind jaren tachtig vorm begint te krijgen in vooral historische binnensteden. Verschillende betrokken partijen in de binnensteden sloegen de handen ineen om de hier en daar oprukkende verpaupering en verlies van marktaandeel tegen te gaan, en zich gezamenlijk in te spannen om de binnenstedelijke economie te versterken. Kwaliteitsverbetering en vernieuwing spelen veelal een belangrijke rol. Om de samenwerking binnen centrummanagement te doen slagen dient aan de volgende voorwaarden te worden voldaan:

- een gezamenlijke visie op het gebied
Partijen moeten het eens zijn over waar ze met elkaar naar toe willen. Informatie over ontwikkelingen en plannen is daarbij van belang.

- daadwerkelijke samenwerkingsbereidheid
Partijen dienen zich bewust te zijn van de compromis-karakter van de afspraken. Indien participanten slechts hun eigen belang nastreven, is centrum-management gedoemd te mislukken. Het is van belang, dat eigenaren bij centrummanagement participeren.
- een organisatorisch kader
Afspraken dienen te worden gemaakt over wie welke verantwoordelijkheden heeft, wie welke taken uitvoert, en op welke wijze er gecommuniceerd wordt.
- financiële middelen
Het hebben van een bepaald budget is een voorwaarde voor te nemen acties.

Het beheer van winkels is in principe een zaak van marktpartijen: belegger, beheerder en ondernemer. De gemeente, meer in het bijzonder wijkbeheer, heeft eerst en vooral een rol in de inrichting en het beheer van de openbare ruimte (straten, pleinen, ontsluitingen, parkeervoorzieningen). De gemeente wil initiatieven nemen om het tot stand komen van bepaalde decentrale overlegvormen te stimuleren, bijvoorbeeld in de vorm van winkelmanagement.

5.2

Gemeentelijk detailhandelsbeleid

Het stedelijk beleid ten aanzien van de detailhandelsstructuur is gericht op het concentreren en versterken van winkelfuncties (onder andere door herstructurering en revitalisering binnen de bestaande hiërarchie) en afbouwen van (buurt)voorzieningen zonder toekomstperspectief.

Het beleid van de gemeente Rotterdam is meer gericht op vernieuwing dan op uitbreiding van het hoofdwinkelgebied. Uitgangspunt ten aanzien van het winkelbeleid is het streven om de binnenstad niet alleen een adequate voorziening voor eigen bevolking te laten zijn, maar ook voor de regio rondom Rotterdam. Daarbij moet aandacht worden besteed aan de recreatieve dimensie van het winkelen, teneinde als regionaal centrum de concurrentie met andere centra aan te kunnen. In de toenemende concurrentiestrijd komt het steeds meer aan op het onderscheidend vermogen van het hoofdwinkelapparaat. Daarbij gaat het niet alleen om aanbod/branchering, locatie, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, imago en sfeer, maar ook om netheid en veiligheid.

Landelijk, maar ook in Rotterdam, staan de buurtwinkelcentra onder druk. Een deel heeft zijn functie al verloren of zal dit binnenkort doen. Veelal ziet men dat detailhandelszaken worden opgevolgd door horeca, kapsalons, en dergelijke. Om levensvatbaar te zijn in het belang van de woonbuurten-/wijken is het noodzakelijk, dat een buurtcentrum voldoende gevarieerde en elkaar aanvullende winkels bevat. De aanwezigheid van tenminste één supermarkt van een heldere, bekende formule van enkele honderden m² vvo is voor de aantrekkingskracht, en daarmee de levensvatbaarheid van groot belang. Als referentie voor een buurtwinkelcentrum kan worden uitgegaan van een verzorgingsgebied van ca 8.000 personen, en een oppervlakte van ca 2.500

m² vvo, waaronder minimaal één supermarkt. Het geheel moet goed bereikbaar zijn voor zowel langzaam verkeer als de auto.

Voorts is een punt van aandacht de vitalisering van winkellinten in de oude wijken. Zo wordt de Boulevard Zuid aangepakt door realisering van een winkel-eiland, terwijl ook de westelijke winkellinten en de Noorder Boulevard aangepast zullen worden.

Uitbreiding van het winkelaanbod is vooral gedacht aan de periferie. De GDV-locatie in de wijk Alexanderpolder krijgt, als het aan de gemeente ligt, een vervolg aan het Zuidplein, zodat beide stadsdeelcentra van Rotterdam een grootschalig winkelcentrum zullen hebben. In de onlangs vastgestelde structuurvisie detailhandel Zuid-Holland is echter aangegeven, dat de Alexandrium-locatie de enige GDV-locatie in de stadsregio is en blijft.

Verder heeft de gemeente ruimte aangewezen voor twee grote themacentra: de Veranda bij het Feyenoord-stadion (Piet Smit-terrein) voor winkels op het gebied van sport en vrije tijd, en het Vrije Entrepot op de Kop van Zuid voor "multiculturele" winkels. Het is voor de gemeente van belang om te weten of grootschalige winkelcentra meer mensen naar Rotterdam trekken (VGM maart 1997).

Bovenstaande kan impliceren, dat rekening gehouden moet worden met de mogelijkheid van een zekere veranderinging van de hiërarchische structuur. De tendens tot schaalvergroting en concentratie ligt hieraan ten grondslag. De ontwikkeling van perifere knooppunten, die bovendien zijn gethematiseerd, kan concurrentie voor het stadscentrum betekenen. Het is bijvoorbeeld denkbaar, dat men in de toekomst naar het Piet Smit-terrein gaat voor sport- en campingartikelen, naar Alexandrium voor verlichting, en naar het Zuidplein voor goedkope kleding.

Verder moet gedacht worden aan de opkomst van nieuwe winkel-formules, die zich richten op publiek, dat primair door andere voorzieningen wordt aangetrokken, maar het bezoek daaraan combineert met het doen van aankopen: bijvoorbeeld een supermarkt bij een tankstation, winkels bij een station van openbaar vervoer, een kunst-winkel in een museum, etcetera.

Naar aanleiding van het rijksbeleid ten aanzien van perifere vestigingen inclusief GDV, zijn in de REO Rijnmond op basis van een regionale structuurvisie detailhandel afspraken gemaakt over hoe te handelen met betrekking tot grootschalige (> 1.000 m² vvo) detailhandel. Zo wordt een bepaalde procedure gevolgd afhankelijk van het type detailhandel en de daarbij gehanteerde formule. Initiatieven in de regio worden voorgelegd aan de REO, die uiteindelijk de provincie adviseert. De belangrijkste criteria bij het beoordelen van voornemens tot uitbreiding van het detailhandelsaanbod zijn:

- de aanwezige marktruimte
- de te verwachte gevolgen voor de bestaande winkelstructuur
- de te verwachten effecten op de dynamiek in de detailhandel
- de stedenbouwkundige mogelijkheden.

Naast het algemene beleid van de gemeente Rotterdam worden door de deelgemeenten beleidsplannen ten aanzien van de detailhandel ontwikkeld.

Opmerking:

De plannen hebben overwegend betrekking op uitbreiding van het winkelvastgoed. De transformaties van de voorraad spelen zich in belangrijke mate af binnen het bestaande volume, en worden door de gemeentelijke overheid niet gezien als een essentiële bijdrage aan de wenselijke uitbreiding van het winkelareaal. Die plannen zijn daarom niet of nauwelijks te vinden in de gemeentelijke beleidsnota's, en ook niet of nauwelijks in de rapporten, die door adviesbureaus worden geproduceerd. Consequentie is dat partijen geen of te weinig zicht hebben op de mate en de snelheid waarmee het verkoopvloeroppervlak de komende jaren op lokaal niveau wordt uitgebreid. Dat kan weer leiden tot "verrassingen" in de problematiek ten aanzien van de bereikbaarheid. Meer verkoopoppervlak binnen bestaande winkelconcentraties, gecombineerd met uitbreidingen ten behoeve van diensten en leisure, leidt tot het aantrekken van meer consumenten/bezoekers. Zulks wordt nog versterkt door het streven naar een langere verblijfsduur. Verruiming van de openingstijden kan daarvoor een verlichting betekenen.

5.3 (On)mogelijkheden bij het realiseren van de gewenste veranderingen

Allereerst zullen wij ingaan op de mogelijkheden. In het algemeen staat de gemeentelijke overheid het volgende beleidsinstrumentarium ter beschikking:

- Bestemmingsplan: gewenste functies bevorderen en ongewenste tegengaan.
- Leefmilieuverordening: biedt mogelijkheden om het uiterlijk aanzien en de woon- en werkomstandigheden van een gebied niet achteruit te laten gaan.
- Privaatrechtelijke mogelijkheden in het geval de gemeente zaken in eigendom heeft.
- Instrumenten gericht op kwaliteitsbeheer zoals de Algemene Politieverordening, Bouwbesluit, parkeerbeheer, openbaar vervoer, en overig sectoraal beleid.
- Fonds stadsvernieuwing, waaruit winkeliers een bijdrage kunnen ontvangen in de verplaatsingskosten naar nieuwe of levensvatbare winkelcentra.
- Voorkeursrecht bij verkoop van panden en actieve aankoop van panden.

Vervolgens zou men nog de volgende mogelijkheden kunnen onderzoeken:

- Project- en uitvoeringsorganisatie, die sturing geeft aan het herstructureringsproces.
- Herverkaveling, waardoor men in overleg met ondernemers via ruil kan komen tot verplaatsing van winkeliers.
- Pandenpool, wat inhoudt het inbrengen van panden in een pool, waarbij als tegenwaarde aandelen in de pool verworven worden. De toekomstige waarde van het aandeel wordt bepaald door het rendement van het totale proces.

Remmende factoren bij het realiseren van gewenste veranderingen zijn afhankelijk van het type verandering wat aan de orde is. Wij zullen verschillende mogelijkheden nalopen.

Inkrimping of zelfs opheffing van een winkelcentrum.

Dit is een mogelijkheid bij met name buurtwinkelcentra. In het geval van inkrimping is de vraag of er alternatieve bestemmingen zijn voor de leegstaande panden. Willen de omwonenden de andere functies accepteren? De gemeente kan op grond van sociale overwegingen ervoor pleiten om een buurtwinkelcentrum te handhaven. Daarbij komt, dat voor minder mobiele bevolkingsgroepen, zoals bejaarden, het wegvallen van een buurtwinkelcentrum een probleem kan zijn. Dit probleem kan eventueel worden ondervangen door boodschappendiensten, rijdende winkels, en dergelijke.

Aanpassing (renovatie of herbouw) van een winkelcentrum

De verschillende belanghebbenden zullen met elkaar overeenstemming moeten bereiken. Belangentegenstellingen kunnen ervoor zorgen, dat bepaalde aanpassingen niet gerealiseerd worden, of slechts ten dele.

De kosten, die met de aanpassing gemoeid zijn, en te verwachten gevolgen van de ingrepen spelen een grote rol. In de praktijk is er vaak sprake van weerstand tegen herontwikkeling als de bestaande panden nog niet zijn afgeschreven. Maar bij de keuze tussen het handhaven van de bestaande situatie en een nieuwe te ontwikkelen situatie moet men letten op het verschil in winstpotentie, uiteraard wel meegerekend een afschrijvingsverlies, dat men heeft moeten "nemen". Als praktisch probleem speelt de vraag hoe men de aanpassing praktisch moet uitvoeren.

Uitbreidingen

In § 4.1 is al ingegaan op de problemen, die zich met name in historische binnensteden kunnen voordoen als gevolg van gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden aldaar. Zou men uitbreidingen willen realiseren door intensivering van het grondgebruik door toepassing van dubbel grondgebruik, ondergronds bouwen, dan zal men waarschijnlijk geconfronteerd worden met (zeer) hoge kosten. Het is maar de vraag of betrokkenen dit kunnen en willen opbrengen. Ook moet nog genoemd worden de noodzaak om bestemmingsplannen te wijzigen, indien men tot uitbreiding/functiewijziging wil overgaan. Door inspraakprocedures kan de realisering enige tijd op zich laten wachten. Tenslotte kan het beleid uitbreiding zelfs verbieden.

5.4

Confrontatie toekomstige vraag met detailhandelsbeleid.

De thans bekende uitbreidingen van het winkelareaal zijn als passend binnen het locale detailhandelsbeleid op te vatten. Het gaat, zoals bleek in § 2.2.1 om een totaal metrage van 125.000 à 135.000 m², waardoor het totale winkelareaal in Rotterdam op ca 830.000 à 840.000 m² zou uitkomen. Deze uitbreidingen betreffen de periode tot ongeveer het jaar 2000. Wat er volgens de gemeente in de 21e eeuw tot 2015 zal worden gebouwd, is niet bekend uit thans beschikbare nota's. Wel kan aan de hand van wat in § 5.2 naar voren is gebracht, worden ingeschat, waar eventuele uitbreidingen na 2000 zouden kunnen worden gedacht. Wij zullen aan de hand van een schatting van het

totale benodigde metrage aan winkelareaal, enkele mogelijke ruimtelijke spreidingsopties van het totaal winkelareaal naast elkaar zetten. Daarvoor verwijzen wij naar hoofdstuk 6.



Lijnbaan

Inleiding

In § 3.2 hebben wij twee groeicijfers voor het winkelareaal in Rotterdam genoemd, namelijk 175.000 m² vvo op basis van het zogenaamde 1,2%-groeiscenario, en 350.000 m² vvo op basis van het 2,5%-groeiscenario, en wel voor de periode 1996-2015. In dit hoofdstuk willen wij bij deze twee genoemde groeicijfers diverse varianten qua verdeling van het toekomstig winkelareaal over de stad Rotterdam opstellen. In § 3.1 staan enkele typen consumenten beschreven. Wij zullen onderstaande exercitie met de verschillende varianten uitgaan van de verwende consument (vraagscenario A) en van de sobere consument (vraagscenario B). De huiselijke en geremde consument worden geacht te worden gedekt door de kolom "groei naar rato huidige voorraadverdeling" in de tabellen 5 en 6. Tevens zal de invloed van transformatieprocessen worden worden gezien.

Tabel 4. Verdeling winkelareaal in Rotterdam naar type winkelgebied (1996)

(type) centrum	metrage	metrage
Binnenstad (incl. ring)	141353	141353
Stadsdeelcentra	123921	
Zuidplein		37060
Oosterhof		23518
Nieuwe Binnenweg		16258
Noordmolenstraat		12187
Beyerlandselaan (Boulevard Zuid)		17966
Binnenban Hoogvliet		16932
"Wijk"centra >2000 m ²	161380	161380
Centra < 2000 m ²	46069	46069
? (4)	14284	14284
Woongebied (verspreid?)	79304	79304
GDV/PDV	143474	
Alexandrium II		27400
Alexandrium III		60000
PDV (Sp. P., Olymp.w., Stad., IJsselm.)		30979
Buiten/bedrijfsgebied (excl. Sp.P.)		25095
Totaal	709785	709785

Bron: DIS-uitdraai betreffende de gemeente Rotterdam (1996)

Opmerking bij tabel 4:

- Zwaanhals (3500 m²) en Jonker Fransstraat (5400 m²) zijn aan de Noorder Boulevard toegerekend.
- Pretorialaan (6500 m²) en Putselaan (1000 m²) zijn niet aan Boulevard Zuid toegerekend.

Ten behoeve van de opstelling van de varianten, is getracht het totale winkelareaal in Rotterdam te verdelen naar typen winkelcentra (zie tabel 4). Dit is gedaan aan de hand van een uitdraai van de Verenigde Kamers van Koophandel op basis van het DIS-bestand. Het is een benadering, omdat er een aantal onduidelijkheden in het bestand aanwezig is. De vraag is bijvoorbeeld of en in hoeverre tuincentra in het bestand zijn meegenomen. In beginsel vallen tuincentra niet onder winkelcentra. Niettemin is deze opstelling bruikbaar voor het doel van dit hoofdstuk.

Aan het eind van dit hoofdstuk (§ 6.4) wordt nog ingegaan op de KAWIR-berekening.

Wij willen benadrukken, dat de exercitie met alternatieven aan de hand van typen consumenten en de vertaling ervan naar een verdeling van het totale winkelmetrage in een gemeente over typen winkelcentra in die gemeente, tentatief is.

6.2 Varianten in het 1,2%-scenario

A. Uitbreiding van het totale areaal met 175.000 m² vvo (van 707.000 tot ca 880.000 m² vvo) (geen transformatie verondersteld).

Variant 1: Vraagscenario A, dat wil zeggen: de consument is individueel georiënteerd. Nabijheid is niet zo belangrijk, het gaat om bereikbaarheid binnen netwerken, binnen multifunctionele verplaatsingen. Er is veel behoefte aan funshoppen. Vertaald naar de winkelstructuur betekent dit een accent op de city, en op thematische perifere ontwikkelingen. De totale oppervlakte in buurtcentra zal sterk afnemen. Wij veronderstellen een daling met 15.000 m² vvo. Sommige komen in de categorie centra > 2.000 m² vvo. Verondersteld wordt, dat de verspreide bewinkeling met een kwart verminderd zal worden.

Variant 2: Vraagscenario A, zoals bij variant 1 is aangegeven. Het accent wordt nu gelegd bij zowel de city als bij stadsdeelcentra.

Variant 3: Vraagscenario B, dat wil zeggen collectief georiënteerd. Er is minder behoefte aan funshoppen, en er is voorkeur voor nabijheid van voorzieningen. Vertaald naar de winkelstructuur betekent dit het handhaven en zelfs versterken van buurtcentra, hetgeen mogelijk zal zijn door de economische groei. Het totaal areaal in buurtcentra stijgt volgens het huidige aandeel van de buurtwinkelcentra. De verspreide bewinkeling zal met een kwart verminderd worden.

Variant 4: Vraagscenario B, zoals aangegeven bij variant 3. Het accent wordt vooral gelegd bij het versterken van de wijkwinkelcentra. Het areaal in buurtwinkelcentra is gelijk verondersteld.

Uitgaande van de accentverschillen bij de zojuist genoemde varianten, en rekening houdende met de huidige aandelen van de verschillende typen winkelcentra, is in onderstaande tabel een tentatieve kwantificering opgesteld van de groei per type winkelcentrum.

Tabel 5. Groei van het winkelareaal per type winkelcentrum tot 2015.

Type centrum	Groei naar ratio huidige voorraad verdeling	Var. 1	Var. 2	Var. 3	Var.4
Hoofdwinkelcentrum	35.000	62.500	62.500	35.000	35.000
Stadsdeelcentra	31.500	30.500	57.500	30.500	30.500
Wijkwinkelc.(>2000m2)	40.250	55.000	55.000	79.500	94.500
Buurtcentra (<2000m2)	14.000	-15.000	-15.000	15.000	0
Verspreide bewinkeling	19.250	-20.000	-20.000	-20.000	-20.000
GDV/PDV	35.000	62.000	35.000	35.000	35.000
Totaal	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000

Volgens het 1,2%-groeiscenario zou het totale areaal per saldo met 175.000 m2 vvo toenemen. Dit is niet zo veel meer dan de 125.000 à 135.000 m2 vvo volgens de thans bekende plannen tot het jaar 2.000. In de periode na 2000 zou dus nauwelijks meer mogen worden uitgebreid. Dit geldt voor de binnenstad, waar de huidige uitbreidingsplannen met 38.000 m2 al meer bedragen dan in de varianten 3 en 4 nodig zouden zijn. Ook voor de GDV/PDV-locaties is al meer gepland dan in de varianten 2, 3 en 4 nodig zouden zijn. Bij de stadsdeelcentra zien we, dat de huidige uitbreidingsplannen van 22.000 m2 in de varianten 1, 3 en 4 al grotendeels voldoende zouden zijn voor de gehele periode 1995-2015. Alleen de wijkwinkelcentra zouden nog wel fors kunnen uitbreiden na het jaar 2000, omdat tot dat jaar nauwelijks is voorzien in de uitbreiding van die centra.

B. Het 1,2 %-groeiscenario in geval van transformatie (verhouding vvo/bevo van 91/100)

Indien transformatie van de detailhandelsvoorraad plaatsvindt naar een verhouding vvo/bevo van 91/100, zal in dit scenario er geen sprake zijn van nieuwbouwbehoefte. Immers bij een huidige voorraad van 710.000 m2 vvo heeft men de beschikking over 1.091.000 m2 bevo. Bij een verhouding vvo/bevo van 91/100 in de toekomst is daarvan ca 993.000 m2 vvo, terwijl in 2015 884.000 m2 vvo benodigd is. Er ontstaat onder de gekozen aannamen een overschot van bijna 110.000 m2 vvo.

Wij zullen deze situatie niet verder uitwerken wat betreft de verdeling over de verschillende typen winkelcentra.

Varianten in het 2,5%-groeiscenario

A. Uitbreiding van het totale areaal met 350.000 m2 vvo (van 707.000 tot ruim 1 mln m2 vvo) (geen transformatie verondersteld)

Wij hanteren weer dezelfde 4 varianten op basis van verschillende consumentenscenario's. Wij zullen dezelfde verdeling aannemen als bij het 1,2%-groeiscenario. De veronderstelde daling van de omvang van de buurtwinkelcentra is in de varianten 1 en 2 is gesteld op 30.000 m2. De verspreide bewinkeling zal gehalveerd worden.

Uitgaande van de accentverschillen bij deze varianten, en rekening houdende met de huidige aandelen van de verschillende typen winkelcentra, is in onderstaande tabel een tentatieve kwantificering opgesteld van de groei per type winkelcentrum.

Tabel 6. Groei van het winkelareaal per type winkelcentrum tot 2015.

Type centrum	Groei naar rato huidige voorraad verdeling	Var.1	Var. 2	Var. 3	Var. 4
Hoofdwinkelcentrum	70.000	125.000	125.000	70.000	70.000
Stadsdeelcentra	61.250	61.000	115.000	61.000	61.000
Wijkwinkelc.(>2000m2)	80.500	110.000	110.000	159.000	189.000
Buurtcentra (<2000m2)	29.750	-30.000	-30.000	30.000	0
Verspreide bewinkeling	38500	-40.000	-40.000	-40.000	-40.000
GDV/PDV	70.000	124.000	70.000	70.000	70.000
Totaal	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000

In variant 1 neemt het winkelareaal in de city en op perifere locaties toe met 125.000 m2 vvo, dit betekent bijna een verdubbeling ten opzichte van de huidige situatie. Voor perifere locaties is dit uiteraard geen probleem, maar voor de binnenstad lijkt dit moeilijk te realiseren. De huidige plannen tot 2000 voorzien in een uitbreiding met "slechts" ca 38.000 m2 vvo.

Dit punt ten aanzien van de binnenstad doet zich ook voor in variant 2. De stadsdeelcentra breiden in deze variant ook zeer sterk uit, eveneens bijna een verdubbeling.

In variant 3 ligt de nadruk op de uitbreiding van bestaande, en bouw van nieuwe wijkwinkelcentra. Het gaat in totaal om een verdubbeling van het metrage in de wijkwinkelcentra.

In variant 4 wordt het aandeel van wijkwinkelcentra nog groter. Dit heeft dit te maken met het groeien van huidige buurtwinkelcentra <2.000 m² tot centra >2.000 m² vvo.

Volgens de uitbreidingsplannen tot omstreeks het jaar 2000 zal ruim 60.000 m² vvo op perifere locaties worden gerealiseerd. Alleen variant 1 geeft een beduidend hoger cijfer, hetgeen inhoudt, dat daarna een verdere groei nog mogelijk is. In de andere varianten is dit nauwelijks het geval. Volgens de thans bekende uitbreidingsplannen zou ca 38.000 m² in de binnenstad worden gerealiseerd. Dit zou dus slechts een deel zijn van de volgens de varianten 1 en 2 benodigde totale toename.

De uitbreiding volgens de thans bekende plannen voor de stadsdeelcentra tot het jaar 2000 bedraagt ca 22.000 m², wat beduidend minder is dan de benodigde uitbreiding volgens met name variant 2, maar ook volgens de andere drie varianten.

In de uitbreiding van wijkcentra is blijkens de huidige plannen nauwelijks voorzien, namelijk met slechts 5.000 m² vvo, terwijl de uitbreidingen volgens tabel 5 een veelvoud daarvan zijn.

B. Het 2,5%-groei-scenario in geval van transformatie (verhouding vvo/bevo van 91/100)

Indien transformatie van de detailhandelsvoorraad plaatsvindt naar een verhouding vvo/bevo van 91/100, zal in dit scenario de nieuwbouwbehoefte voor verkoopvloeroppervlak in winkelcentra circa .000 m² bedragen. Immers bij een voorraad van 710.000 m² vvo heeft men de beschikking over 1.091.000 m² bevo. Bij een verhouding vvo/bevo van 91/100 in de toekomst is daarvan ca 993.000 m² vvo, terwijl benodigd is 1.060.000 m² vvo . Er is dus ca 67.000 m² vvo nieuwbouw nodig.

Tussen de 4 hierboven al genoemde varianten kunnen weer verschillende verdelingen over typen winkelcentra zich voordoen. Deze zijn in tabel 6 bis gekwantificeerd.

Volgens bovenstaande 2,5%-groei-scenario met daarbij verondersteld een transformatie van het winkelareaal, zou het totale te bouwen winkelareaal per saldo met 67.000 m² vvo moeten toenemen. Dit is minder dan de 125.000 à 135.000 m² vvo volgens de thans bekende plannen tot het jaar 2.000. Voor de binnenstad geldt echter, dat in de varianten 1 en 2 nog flink toegevoegd zou moeten worden. Daarentegen zou volgens de varianten 3 en 4 na 2.000 niets meer bijgebouwd hoeven worden.

De stadsdeelcentra zouden alleen in variant 2 fors moeten uitbreiden, ondanks de veronderstelde transformaties. Bij de varianten 1, 3 en 4 zien we dat de thans bekende uitbreidingsplannen van 22.000 m² al ruimschoots voorzien in de behoefte voor de gehele periode 1995-2015.

Voor de GDV/PDV-locaties is al meer gepland dan in de varianten 2, 3 en 4 nodig zou zijn. Alleen in variant 1 is nog behoefte aan meer areaal. De wijkwinkelcentra zouden onder de gemaakte veronderstellingen met name in de

varianten 3 en 4 zeer fors moeten uitbreiden. In de huidige plannen van de gemeente is nauwelijks voorzien in de uitbreiding van die centra.

Tabel 6 bis. Omvang van nieuw te bouwen winkelareaal (vvo) per type winkelcentrum tot 2015.

Type centrum	Groei naar rato huidige voorraad verdeling	Var.1	Var. 2	Var. 3	Var. 4
Hoofdwinkelcentrum	14.000	69.000	69.000	14.000	14.000
Stadsdeelcentra	12.000	12.000	65.000	12.000	12.000
Wijkwinkelc.(>2000m2)	15.000	46.000	46.000	95.000	125.000
Buurtcentra (<2000m2)	5.000	-54.000	-54.000	5.000	-25.000
Verspreide bewinkeling	7.000	-72.000	-72.000	-72.000	-72.000
GDV/PDV	14.000	66.000	13.000	13.000	13.000
Totaal	67.000	67.000	67.000	67.000	67.000

6.4 Alternatieven volgens KAWIR

De KAWIR-variant is voor Rotterdam niet uitgewerkt, omdat het KAWIR-model niet goed toepasbaar bleek vanwege het feit, dat de attractiewaarden van de ingevoerde Rotterdamse winkelcentra sterk zijn overschat door het meetellen van de aanwezige buurt- en wijkwinkelcentra. Dat blijkt uit onderstaande tabel.

Tabel 7. Metrages per stadsdeel, en de plaats van grotere centra daarin

Wijk	Naam	M2 vvo	Bijzonderheden
1	Centrum	174.000	City
2	West	64.000	2 centra van 10.000, 1 van 15.000 en 1 van 9.000
3	Noord	48.000	1 centrum van 23.000; rest < 7500 m2
4	Oost	44.000	3 centra van 8.000 m2
5	Noord West	25.000	1 centrum (PDV?) van 11.000 m2
6	Noord Oost	56.000	1 ctr van 10.000, 1 van 9.000 en 1 van 8.000 m2
7	Zuid	73.000	Zuidplein (29.000 m2) en 1 centr. van 11.000 m2
8	Zuid Oost	93.000	3 centra van 14.000 m2
9	Zuid West	32.000	-

7.1**Inleiding**

Aangaande de verre toekomst zijn er uiteraard veel onzekerheden. Allereerst de onzekerheid over de economische groei op lange termijn. Voorts de onzekerheden over het toekomstig koopgedrag van de consument, en tenslotte de vraag in hoeverre en in welk tempo het aanbod kan en wil reageren op toekomstige ontwikkelingen.

In hoofdstuk 6 hebben wij op basis van enkele scenario's en varianten (zowel zonder als met toepassing van transformaties) een aantal mogelijke toekomstige situaties beschreven, en deze vergeleken met de thans bekende plannen. Binnen het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" kon niet diepgaand worden ingegaan op de lokale situatie, maar is een methodiek aangegeven, die in de lokale situatie zou kunnen worden gevolgd.

7.2**Aanbevelingen**

Om een beeld te hebben van mogelijke toekomstige situaties wat betreft het benodigde winkelareaal, zal men een inventarisatie moeten hebben van de huidige opbouw van het detailhandelsapparaat naar typen winkelcentra.

Van belang is om een vertaalslag te maken van verschillende typen koopgedrag naar de bijbehorende verdeling van het totale winkelareaal over typen winkelcentra in de gemeente. Tenslotte zal men op basis van de concrete situaties in de diverse winkelcentra moeten nagaan of en in hoeverre en hoe de in een bepaalde variant benodigde uitbreidingen moeten worden uitgevoerd.

Uit vergelijking van de in hoofdstuk 6 genoemde varianten met de thans bekende plannen blijkt, dat de wijkwinkelcentra in deze plannen te weinig aandacht krijgen. Dit geldt met name voor de varianten 3 en 4, waarbij nabijheid van winkelcentra gewenst is. Daarentegen zijn de geplande uitbreidingen tot het jaar 2000 in de binnenstad al voldoende om in de behoefte voor het jaar 2015 te voldoen bij het 1,2%-scenario (varianten 3 en 4). Voor alle overige 6 varianten is verdere groei in de binnenstad gewenst. Voorts zijn de geplande GDV/PDV-locatie-uitbreidingen al meer dan genoeg in alle 4 varianten van het 1,2%-scenario. Alleen in variant 1 van het 2,5%-scenario zou verdere ontwikkeling van perifere locaties mogelijk zijn. De stadsdeelcentra tenslotte krijgen terecht voldoende aandacht, ook al moet men bij 3 van de 4 varianten in het 1,2%-scenario na het jaar 2000 in rustiger tempo uitbreiden. In het 2,5%-groeienscenario moet men bij variant 2 extra aandacht hebben voor de stadsdeelcentra.

Wanneer transformatie van de huidige winkelvoorraad wordt verondersteld, zou er in het 1,2%-groeienscenario slechts nieuwbouw van 11.000 m² vvo nodig zijn,

hetgeen zeer beduidend minder is dan in de huidige plannen tot 2000 al is voorzien. In het 2,5%-scenario zou 67.000 m² vvo aan nieuwbouw nodig zijn. De huidige plannen voorzien ook hierin ruimschoots.

LITERATUUR

- Handboek detailhandel voor Rotterdam/Rijnmond 1990, Van Dijk en Partners, en Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Rotterdam en de Beneden-Maas. Voorburg/Rotterdam, mei 1990
- Beleidsplan buurt- en wijkwinkelcentra (concept). Gemeente Breda, maart 1992.
- Binnenstad Rotterdam, beleidskader voor verdere verdichting en beheer 1993-2000. Rotterdam 1993.
- Quick scan voor het Binnenstedelijk winkelgebied, Lipsch, H.M.B., afstudeerscriptie TU Delft. Delft, januari 1994.
- Winkelatlas van Zuid-Holland, Van Dijk en Partners. Den Haag, augustus 1994.
- Winkelen in Rotterdam, Normenatlas voor de detailhandel, Van Dijk en Partners. Den Haag 1994.
- Visie op de regionale winkelstructuur in de regio Rijnmond, Kolpron Consultants. Rotterdam, augustus 1995.
- Winkelstructuur Hoogvliet, Fase I : Hoogvliet-Noord, en Fase II : Hoogvliet-Zuid. Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam. Rotterdam, april en juli 1996.
- Winkelcentrummanagement: beheersen van de dynamiek, Boon, Artine den, scriptie TU Delft, Faculteit Bouwkunde. Delft, juni 1996.
- Bouw- en investeringsprogramma Rotterdam 1997-2001; Deelgemeentelijke programma's, Gemeente Rotterdam. Rotterdam, november 1996.
- Het behoud van de binnenstad als winkelhart, Boekema, F., J. Buursink en J. van der Wiel. Van Gorcum, Assen, 1996.
- Demografische gegevens 1997, Centrum voor Onderzoek en Statistiek. Rotterdam 1997.
- Enquete Regionale Bedrijfsontwikkeling Regio Rotterdam 1996, Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Rotterdam en Beneden-Maas, februari 1997.
- Voorzieningenatlas Stadsregio Rotterdam. Rotterdam, mei 1997.

Wijkwinkelcentrum Hesseplaats



Samuel Esmeijerplein

BIJLAGEN

Bijlage 1. Voorlopige lijst met bekende plannen per augustus 1997 (de metrages zijn in m2 vvo). Realisatie van deze plannen zal naar verwachting plaats vinden in de jaren 1997 t/m 2000.

Binnenstad:

- Blaak (zuidzijde) 3.000 m2 (VGM noemt 4.000 m2)
- Botersloot/Binnenrotte 6.000 m2
- Herontwikkeling Binnenwegplein 14.500 m2
- Kop Nieuwe Binnenweg 2.500 m2
- Ontwikkeling Hermesgebouw (Stadhuisplein) 12.000 m2

Kop van Zuid

- Vuurplaat 4.000 m2 (VGM noemt 6.000 m2)
- Exotic Festival Market in Vrij Entrepot op de Kop van Zuid, ca 4.500 m2 horeca en winkels (volgens informatie van VGM/Mabon veel grotere aantallen m2, nl. 9.200, 13.000 en 15.000 m2)
- Cruise-terminal 3.000 m2

Elders in Rotterdam

- Uitbreiding Oosterhof met zgn. Koppelstuk (verbinding tussen Oosterhof en Alexandrium II), ca 14.000 m2
- Vitalisering van winkellinten in oude wijken, bijvoorbeeld de realisering van een winkeleiland (ca 5.000 m2) in de Boulevard-Zuid
- Mathenesserplein 4.000 m2 winkels en horeca (VGM: 7.000 m2)
- Plein 1953 ca 3.150 m2 (volgens VGM)
- Prinsenland 700 m2
- Hoek van Holland 1.800 m2 winkels en horeca

Perifere detailhandel:

- Piet Smit-terrein: detailhandel met thema sport en recreatie, in combinatie met een multiplex-bioscoop. Ca 14.000 m2 winkels
- Spaanse Polder 9.000 m2
- Vierhavenstraat/Marconiplein 15.000 m2
- Stadionweg ca 5.500 m2
- Gadering 3.000 m2 (bouwmarkt)

Het totale metrage van deze plannen bedraagt 125.000 à 135.000 m2 vvo, waarvan ongeveer de helft in winkelcentra binnen de winkelhiërarchie, en circa de helft in perifere centra. Na realisatie van deze plannen zou het totale detailhandelsmetrage in de gemeente Rotterdam oplopen van ca 707.000 in 1997 tot 832.000 à 842.000 m2 vvo omstreeks het jaar 2000.

Bijlage 2. Woningbouwprogramma Rotterdam 1993-2003

Deelgemeente	Nieuwbw	Vervang.	Saldo	Bouwlocaties, bijv.
Centrum	3850	0	3850	Blaak ZZ, Wijnhaven, Spoorweghaven
Charlois	3850	2450	1400	Groene Kruisweg, Horsten
Delfshaven	5100	3250	1850	Schiehaven, Mullerpier, Schie-oevers
Feijenoord	6100	2200	3900	Maashaven-Nzijde, Spoorweg/Binnenhaven
Hilleg./Schiebr.	2900	350	2550	Molenlaan, Terbregge, Hazelaarweg
Hoek van Holl.	1700	0	1700	Dirk van der Burgweg
Hoogvliet	2400	650	1750	Tussenwater 3,4, en 5
IJsselmonde	2700	150	2550	Piet Smit-terrein
Kral./Croosw.	1000	400	600	Vlinderbuurt, Kralingse Zoom
Noord	1700	750	950	De Scheg, Zaagmolengebied
Overschie	2850	450	2400	Rijs en Daal
Pr. Alexander	6250	50	6200	Nesselande
Totaal R'dam	40650	10800	29850	



