

RAADSINFORMATIEBRIEF

VAN HET COLLEGE VAN B&W
VOOR de gemeenteraad
CC
DATUM 15 juli 2025
ONDERWERP Voorbereidingsbesluit detailhandel met voorbeschermingsregels

Beste raadsleden,

Het college heeft besloten een voorbereidingsbesluit detailhandel te nemen, met voorbeschermingsregels, voor het gemeentelijke grondgebied van Krimpenerwaard. Met deze voorbeschermingsregels (zie bijlage I) wordt een verbod ingesteld om zonder omgevingsvergunning het gebruik van een pand dat bestemd is voor detailhandel te wijzigen naar een woning. Hiermee wordt er voorkomen dat detailhandel verdwijnt uit de kernen.

Aanleiding

De laatste tijd zien we dat er winkels (detailhandel) in het centrum van de kernen worden omgezet naar woningen. In bepaalde delen van onze centra is wonen op de begane grond in het centrum op grond van het omgevingsplan toegestaan. De regels hierover kunnen per kern verschillen. Door dit besluit zorgen we ook voor meer uniformiteit in de gemeente.

Vitaliteit in de kernen

Met dit voorbereidingsbesluit wil de gemeente voorkomen dat het winkelaanbod in onze winkelgebieden (verder) afneemt. De leefbaarheid en aantrekkelijkheid van de kernen staan immers onder druk wanneer winkels verdwijnen. Op het moment dat er nu niet wordt ingegrepen door middel van een voorbeschermingsmaatregel, is er een kans dat er winkelruimte in de kernen verdwijnt. Dit beïnvloedt de vitaliteit van deze kernen. Het tast ook het bestaansrecht van de winkels aan die er nu nog zitten.

Uit de [recente rapportage](#) (zie bijlage II) blijkt dat het essentieel is om in elk winkelgebied een basisaanbod aan dagelijkse boodschappen en maatschappelijke voorzieningen te behouden. Hieruit vloeit voort de ambitie om in de centra blijvend te voorzien in deze basisbehoefte. Op het moment dat er winkels verdwijnen in het centrumgebied, komt deze ambitie onder druk te staan.

Vervolg

Het voorbereidingsbesluit met voorbeschermingsregels treedt direct in werking en geldt voor een periode van anderhalf jaar. In deze periode werken wij aan een omgevingsprogramma detailhandel en aan planregels die worden voorbereid voor opname in het omgevingsplan, zodat de gewenste bescherming van de winkelgebieden structureel wordt geborgd.

BIJL 1 Voorbereidingsbesluit

1651738 / 1664257



BIJL 2 RIB Rapportage ontwikkelingen winkelgebieden Krimpenerwaard

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Krimpenerwaard,
de secretaris,

de burgemeester,

J. Hennip

ir. J. Beenakker

Voorbeschermingsregels Detailhandel

Vorrangsbepaling

Voor zover de voorbeschermingsregels in dit besluit afwijken van de regels in het tijdelijk deel van dit omgevingsplan, bedoeld in artikel 22.1 van de Omgevingswet, gelden de voorbeschermingsregels.

Hoofdstuk 1 Algemene bepalingen

Artikel 1.1 – Begripsbepalingen

In dit voorbereidingsbesluit wordt verstaan onder:

- a. Wonen: het gebruik van een gebouw of een gedeelte daarvan voor het bieden van huisvesting aan één of meer personen in een huishouden, met als doel er permanent of tijdelijk te verblijven.

Hoofdstuk 2 Voorbeschermingsregels

Artikel 2.1 Toepassingsbereik

Dit voorbereidingsbesluit is van toepassing op het gehele ambtsgebied van de gemeente Krimpenerwaard.

Artikel 2.2 Oogmerken

Dit voorbereidingsbesluit is genomen met het oog op het behoud van de bestaande detailhandelsstructuur in de centrumgebieden. Het beoogt te voorkomen dat panden met een detailhandelsfunctie zonder meer kunnen worden omgezet naar een woonfunctie, waardoor de levendigheid, economische vitaliteit en functiemenging in het gebied onder druk komen te staan.

Artikel 2.3 Aanwijzing vergunningplichtige activiteiten

Het is verboden zonder omgevingsvergunning het gebruik van een pand of perceel met een toegedeelde functie detailhandel te wijzigen naar een andere functie dan detailhandel, waaronder mede begrepen wonen, maatschappelijke voorzieningen, dienstverlening of andere niet-detailhandelsfuncties, ongeacht of deze andere functie op grond van het omgevingsplan is toegestaan.

Artikel 2.4 Aanvraagvereisten

Bij de aanvraag om een omgevingsvergunning als bedoeld in artikel 2.3 dient de aanvrager in ieder geval de volgende gegevens te overleggen:

- a. Een motivering van de noodzaak van de functiewijziging;
- b. Een beschrijving van de gevolgen voor de ruimtelijke kwaliteit en de leefbaarheid van het gebied;

Artikel 2.5 Beoordelingsregels

1. Een omgevingsvergunning als bedoeld in artikel 2.3 kan worden verleend indien uit de aanvraag en de daarbij behorende stukken blijkt dat de functiewijziging:
 - a. niet leidt tot een wezenlijke aantasting van de vitaliteit, diversiteit of aantrekkelijkheid van het winkelgebied;
 - b. in redelijke mate aansluit bij het gemeentelijk detailhandelsbeleid en de visie op het centrumgebied;
 - c. gemotiveerd wordt door omstandigheden zoals structurele leegstand of een aantoonbaar gebrek aan marktvraag naar detailhandel op de betreffende locatie;
 - d. een positieve bijdrage kan leveren aan een levendig en aantrekkelijk straatbeeld, met name op de begane grond;
 - e. geen onevenredige negatieve gevolgen heeft voor het woon- en leefklimaat in de directe omgeving.
2. Bij de beoordeling van de aanvraag maakt het bevoegd gezag een integrale afweging van de genoemde criteria, waarbij het mogelijk is dat niet aan elk afzonderlijk criterium volledig wordt

voldaan, mits het totaalbeeld positief is en de functiewijziging bijdraagt aan de doelstellingen van het voorbereidingsbesluit.

3. Het bevoegd gezag kan bij de beoordeling advies inwinnen bij een stedenbouwkundig of economisch deskundige.

artikel 2.6 Overgangsrecht

1. In afwijking van het bepaalde in het eerste lid geldt het verbod niet voor zover het gebruik in overeenstemming is met het geldende (tijdelijk deel van het) omgevingsplan is op de dag van inwerkingtreding van het besluit.
 2. Dit artikel is niet van toepassing op activiteiten waarvoor omgevingsvergunning is aangevraagd voor de datum van inwerkingtreding van onderhavige voorbeschermingsregels.
-

RAADSINFORMATIEBRIEF

VAN HET COLLEGE VAN B&W

VOOR de gemeenteraad

CC

DATUM 4 maart 2025

ONDERWERP Rapportage ontwikkelingen winkelgebieden Krimpenerwaard

Beste meneer, mevrouw,

Bijgevoegd sturen wij u een rapportage over de ontwikkelingen van de winkelgebieden in de Krimpenerwaard. In 2019 heeft de gemeenteraad de Retail visie Krimpenerwaard vastgesteld (zie bijlage). Deze visie omvat de periode tot en met 2026. De Retail visie 2019 blijft uitgangspunt van beleid. In de afgelopen jaren is er echter veel veranderd op het gebied van winkelgebieden. Bijvoorbeeld de coronacrisis, de oorlog in Oekraïne, energiecrisis en inflatie. De rapportage gaat over de ontwikkelingen van de winkelgebieden.

Mede aan de hand van deze rapportage worden in samenwerking met de lokale winkeliersverenigingen/Retail organisaties en de vastgoedeigenaren in de winkelgebieden lokale uitvoeringsagenda's opgesteld met het oog op toekomstbestendige winkelgebieden.

Stand van zaken

Ons college heeft uw raad toegezegd u actief te informeren over de aanpak van de winkelgebieden en de uitwerking daarvan. Er is sprake van bestaand beleid. Deze rapportage geeft inzicht in de huidige stand van zaken in de Retail sector (onder andere koopkrachtbinding, winkelaanbod, leegstand). Uitgangspunt is om de detailhandelsstructuur, de gemeentelijke koopkrachtbinding en het winkelaanbod op peil te houden. Deze rapportage kunt u lezen als een tussentijdse evaluatie. De lopende uitvoering wordt door deze tussentijdse rapportage geëvalueerd en waar nodig bijgestuurd. De rapportage is onderdeel van de uitwerking van de visie.

Aandachtspunten

Er is geen sprake van een nieuwe Retailvisie. De huidige visie loopt tot en met 2026. De rapportage geeft meer inzicht in de huidige stand van zaken in de Retail sector (winkelgebieden). De aanpak per winkelgebied is geen onderdeel van deze rapportage. In samenwerking met de lokale winkeliersverenigingen en vastgoedeigenaren wordt hier invulling en uitvoering aan gegeven de komende jaren. De gemeente heeft een faciliterende rol bij het opstellen van de uitvoeringsagenda's. Eigenaar van deze breed bedragen uitvoeringsagenda zijn de winkeliers en vastgoedeigenaren. Na 2026 wordt verkend of en wanneer een nieuwe retailvisie noodzakelijk en mogelijk is.

Vervolg uitvoeringsagenda's opstellen

Dit jaar stellen de winkeliers en vastgoedeigenaren de lokale uitvoeringsagenda's op. De gemeente heeft hierin een faciliterende en stimulerende rol.

Bijlagen

In de bijlage treft u volledigheidshalve de Retailvisie Krimpenerwaard aan zoals die in 2019 door uw raad is vastgesteld.

Tevens treft u in de bijlage de "Factsheet koopstromen" aan. Deze cijfers zijn alleen op gemeenteniveau. In de "rapportage ontwikkelingen winkelgebieden Krimpenerwaard" wordt verwezen naar koopstromen op kernniveau. Dit komt door de betrokkenheid van Sweco (via Bureau Stedelijke Planning) bij het Koopstromenonderzoek

1263938 / 1554004



(KSO 2021). We hebben daardoor toegang tot informatie over de koopstromen op kernniveau van de winkelgebieden die geen eigen factsheet hebben. Deze data is echter niet openbaar toegankelijk. Deze staan daarom niet in de eerder genoemde "Factsheet koopstromen".

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Krimpenerwaard,
de secretaris, de burgemeester,

J. Hennip

ir. J. Beenakker

Krimpenervaard, Retailvisie

Gemeente Krimpenervaard

Vastgesteld op 5 nov 2019

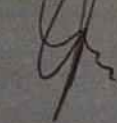
Behorend bij raadsbesluit nummer

2019-0020575

Griffier



Burgemeester



BRO Boxtel

Boscheweg 107

5282 WV Boxtel

T +31 (0)411 850 400

E info@bro.nl



Rapportnummer:	204X00617_7
Datum:	17 juli 2019
Opdrachtgever:	Gemeente Krimpenerwaard
Contactpersoon opdrachtgever:	Rene Kuzee
Projectteam BRO:	Geri Wijnen Geert Welten Marjolein Dikmans Maartje Verhulst
Bron kapt:	Zilverstad Marketing

Inhoudsopgave

0 | Samenvatting 5

1 | Inleiding 9

- 1.1. Aanleiding 9
- 1.2. Proces 10
- 1.3 Leeswijzer 11

2 | Visie op de retailstructuur 13

- 2.1 Hoofdlijn visie 13
- 2.2 Retailstructuur 16
- 2.3 Visie op supermarktontwikkelingen 20
- 2.4 Visie op perifere detailhandel 22
- 2.5 Visie op overige detailhandelsvormen 23
- 2.6 Visie op horeca (excl. hotels) 26

3 | Visie per winkelgebied 29

- 3.1 Bergambacht 29

- 3.2 Gouderak 33

- 3.3 Haastrecht 35

- 3.4 Krimpen aan de Lek 37

- 3.5 Lekkerkerk 41

- 3.6 Ouderkerk aan den IJssel 45

- 3.7 Schoonhoven - Albert Plesmanplein 47

- 3.8 Schoonhoven - Centrum 49

- 3.9 Stolwijk 53

4 | Uitvoeringsprogramma 55

- 4.1 Rol gemeente 55

- 4.2 Ondernemers en vastgoedeigenaren
aan zet 58

Bijlagen 67

- 1. Begrippen en branche-indeling 67

- 2. Economisch functioneren 70



0 | Samenvatting

Aanleiding

In opdracht van de gemeenteraad is de Retailvisie Krimpenerwaard opgesteld. Deze bevat een heldere visie op de toekomstige retailstructuur op gemeenteniveau én kernniveau, een toetsingskader voor nieuwe initiatieven en een bijbehorend uitvoeringsprogramma. Aanleiding zijn veranderingen in de retailsector in de afgelopen jaren (o.a. schaalvergroting, brancheervaging, vergrijzing, opkomst e-commerce, toegenomen mobiliteit consumenten) en de druk die dat geeft op het voorzieningenaanbod, de leefbaarheid en het ondernemersklimaat in de gemeente Krimpenerwaard. Daarnaast zijn de gemeentelijke fusie, actuele cijfers over koopgedrag (Koopstromenonderzoek Randstad 2016) en lokale plannen en initiatieven reden om te bepalen wat dit betekent voor de nabije toekomst. Zowel op gemeenteniveau als per kern en winkelgebied. De visie heeft een scope van 5 tot 7 jaar.

Proces

Het proces waarin de gemeentebrede Retailvisie is opgesteld, heeft parallel gelopen aan het opstellen van lokale actieplannen per winkelgebied. Er zijn verschillende werksessies gehouden met ondernemers en andere belanghebbenden. Deze aanpak heeft tot een positieve kruisbestuiving geleid van beide trajecten. De lokale actieplannen per winkelgebied zijn terug te lezen in een apart bijlagedocument.

Ambitie

Met de Retailvisie heeft de gemeente de volgende ambities:

- Behoud van de eigen, unieke identiteiten van alle kernen. Dit werkt door in de kaders voor de retail.
- Bieden van vrijheid en ruimte voor ondernemers om kansen te benutten, op voorwaarde van een gelijk speelveld.
- Behoud en waar mogelijk versterken van de gemeentelijke en lokale koopkrachtbinding.
- Behoud van het boodschappenaanbod in de kernen om de leefbaarheid op peil te houden. Het lokale draagvlak is daarbij bepalend.
- Benutten van de kansen die recreatie en toerisme bieden.

Toekomstige retailstructuur: toetsingskader & ontwikkelopgaven

De positie van centrumgebieden in de toekomstige retailstructuur is geënt op de samenhang van de winkelgebieden met de regio, onderling en de beoordeling van het toekomstperspectief van de individuele winkelgebieden (zie tabel). Het beleid en de maatregelen in de uitwerking richten zich op het versterken van deze structuur. Afhankelijk van de positie van het winkelgebied in de structuur en het toekomstperspectief is een onderscheid gemaakt tussen:

- te optimaliseren centra, waar voor een actieve aanpak gekozen wordt.
- te versterken centra, waar lopende plannen afgerond worden.
- te consolideren centra, waar beperkte maatregelen ingezet worden.

Tabel: Winkelcentra naar positie in structuur en gewenste mate van versterking

	Te optimaliseren centra: actief aan de slag	Te versterken centra: afmaken lopende plannen	Te consolideren centra: beperkte maatregelen
Regionale functie, focus op recreatief winkelen/verblijf	- Bergambacht - Schoonhoven centrum		
Lokale functie, focus op boodschappen	Lekkerkerk	- Haastrecht - Krimpen a/d Lek - Schoonhoven Albert Plesmanplein	- Gouderak - Ouderkerk a/d Jssel - Stolwijk

In de visie zijn daarnaast de volgende zaken uitgewerkt:

- Per winkelgebied is een toekomstbeeld geschetst met maatregelen voor structuurversterking en te verkennen lokale ontwikkelopgaven (zie figuur 'Samenvatting hoofdpunten uitvoeringsprogramma'.)
- Uitgangspunten en voorwaarden zijn geformuleerd ten aanzien van supermarktontwikkelingen, perifere detailhandel, ambulante handel en standplaatsen, boerderijverkoop, internethandel/afhaalpunten, horeca (excl. hotels) een aantal overige vormen van detailhandel. Overkoepelende uitgangspunten zijn het streven naar concentratie van retailactiviteiten in centrumgebieden, dat ontwikkelingen geen onaanvaardbare effecten hebben op de consumentenverzorging en retailstructuur en het zorgen voor een level playing field voor retailers en andere ondernemers qua toepassing van regelgeving.
- In lijn met het coalitieakkoord is opgenomen dat zondagsopenstelling voor supermarkten en toeristische centra deels wordt vrijgegeven. Dit is inmiddels ook verankerd in de winkeltijdenverordening.

Uitvoeringsprogramma & Samenwerking

In het uitvoeringsprogramma is onderscheid gemaakt tussen de projecten waar de ondernemers lokaal dan wel collectief voor aan de lat staan en waar de gemeente de trekker van is. Per actiepoint zijn de betrokken partijen, de trekker, het globale tijdspad en de prioriteit bepaald. De hoofdpunten zijn te vinden in de figuur 'Samenvatting hoofdpunten uitvoeringsprogramma'.

In de samenwerking tussen ondernemers onderling (op centrumniveau en op gemeente-overkoepelend niveau) neemt de gemeente een faciliterende houding aan door menskracht en financiële ondersteuning te bieden binnen samenwerkingsverbanden en projecten, uiteraard voor zover passend in de gemeentelijke doelstellingen.

- *Overkoepelende samenwerking (gemeentebreed):* Onderzocht wordt of, in navolging van de oprichting van het Voorzittersoverleg, het Economische Platform Krimpenerwaard (EPK) en Marketing & Toerisme Krimpenerwaard, een gemeentebrede collectieve financiering georganiseerd kan worden. De verkenning naar gezamenlijke doelstellingen en samenwerkingsmogelijkheden wordt voortgezet.
- *Lokale samenwerking ondernemers:* In bijna alle winkelgebieden leeft behoefte de onderlinge, lokale samenwerking een boost te geven. Het gaat om het vergroten van de betrokkenheid van ondernemers en vastgoed, implementeren van een gestructureerde werkwijze en professionele ondersteuning in de uitvoering. Onderzocht wordt of professionalisering kan plaatsvinden door het aanstellen van een collectieve centrummanager (gemeentebreed).

Gemeentebreed uitvoeringsprogramma

Gemeente

Hoofdpunten

Verkennen lokale ontwikkelopgaven 'te optimaliseren centra' t.b.v. versterking centrum en supermarktaanbod

Deels vrijgeven zondags-openstelling supermarkten en toeristische centra

Juridisch-planologische vertaling van visie

Andere acties 2019

Uitwerken uitgangspunten visie in ander beleid

Aanstellen 1 gemeentelijk aanspreekpunt per kern

Andere acties t/m 2022

Afstemming t.a.v. plannen en onderhoud/beheer van openbare ruimte

Ondernemers

Hoofdpunten

Verkennen gemeentebrede collectieve financiering

Acquisitie en leegstandsbestrijding

Andere acties 2019

Marketing en promotie

Verkennen aanstellen gezamenlijke centrum-manager

Versterken ondernemerschap

Andere acties t/m 2022

Hernieuwen van lokale samenwerking

Monitoring en evaluatie

Onderlinge afstemming

Lokale ontwikkelopgaven

Regionale functie, focus op recreatief winkelen/verblijf

Lokale functie focus op boodschappen

Te optimaliseren centra: actief aan de slag

Bergambacht: Inzetten op profiel van compleet gemakscentrum. Compact maken centrum i.c.m. versterken supermarktaanbod, invulling leegstand, verhogen verblijfskwaliteit (horeca en plein) en optimaliseren bewegwijzering en parkeren.

Lekkerkerk: Inzetten op lokale en bovenlokale boodschappenfunctie. Herstructurering Raadhuisplein en compact maken centrum i.c.m. realisatie volwaardige supermarkt, meer vers en horeca, verbeteren uitstraling en verkeers-/parkeersituatie.

Schoonhoven centrum: Inzetten op recreatief verblijfsprofiel / Zilverstad en bovenlokale boodschappenfunctie. Aanpak leegstand, monitoren parkeersituatie, ruimte voor horeca en terrassen. Onderzoeken herstructurering Doelenplein i.c.m. parkeersituatie en realiseren volwaardige supermarkt.

Te versterken centra: afmaken lopende plannen

Haastrecht: ontwikkeling supermarkt op Galgoord i.c.m. herinvulling voormalige supermarkt en herinrichting openbare ruimte in het centrum.

Krimpen a/d Lek: Afmaken centrum-ontwikkeling Fase 2.

Plesmanplein: Realiseren ontwikkelp-lannen supermarkt en openbare ruimte

Te consolideren centra: beperkte maatregelen

Goudarak: Versterken ontmoetingsfunctie en uitstraling winkelcentrum.

Ouderkerk a/d IJssel: Onderzoeken ontwikkeling naast Plus i.c.m. aanpak parkeersituatie

Stolwijk: Versterken dagelijks aanbod

Samenvatting hoofdpunten uitvoeringsprogramma

Retailvisie Krimpenerwaard



alle
BAKED
with

Café

OPEN

Ovenvers gebak
Koffie, thee

WiFi

Taart + Thee • Koek & Koffie
CAKES, COOKIES & PASTRIES

BakeWork
BOUTIQUE

Café

TAART OP MAAT! • Koffie

Ook voor glutenvrij!

BRUIDST

1 | Inleiding

1.1 Aanleiding

De retailsector¹ verandert in hoog tempo. Schaalvergroting, branchevervaging en vergrijzing zijn belangrijke oorzaken, maar er speelt nog veel meer. De fysieke retail ondervindt de gevolgen van e-commerce en de toegenomen mobiliteit van de consument. Als gevolg daarvan staat de retail op veel plaatsen onder druk, bijvoorbeeld in kleine kernen en in landelijke gebieden, wat direct zijn weerslag heeft op de leefbaarheid. De aantrekkelijkheid van een kern om te wonen wordt immers in belangrijke mate bepaald door het voorzieningenniveau: winkelaanbod, horeca, ontspanning, publieksgerichte dienstverlening, zorg en onderwijs.

Deze situatie doet zich ook voor in een aantal winkelgebieden in de gemeente Krimpenerwaard, waarbij de druk op het retailaanbod sterk samenhangt met de nabijheid van grotere plaatsen als Gouda, Krimpen a/d IJssel, Capelle a/d IJssel en Rotterdam en het grote aantal relatief kleine kernen. Mede doordat in de Krimpenerwaard een echte 'hoofdkern' ontbreekt, is het maken van keuzes in de verzorgingsfunctie, het toekomstperspectief en de samenhang tussen de verschillende winkelgebieden in de gemeente van belang, met als doel het

voorzieningenniveau en de leefbaarheid in de individuele kernen zo goed mogelijk te behouden en waar mogelijk te versterken.

Voor het op peil houden van het retailaanbod is ook een goed ondernemersklimaat en onderlinge samenwerking van belang. Want juist waar het voorzieningenaanbod onder druk staat, is het noodzakelijk te vernieuwen en ruimte te bieden voor nieuwe concepten en (zelfstandig) ondernemerschap; uiteraard op de hiervoor passende locaties. Daarnaast zijn ondernemers veelal ook sterk betrokken bij het verenigingsleven en andere initiatieven in de kernen. En het is juist die betrokkenheid, bij het verenigingsleven, de kerk en de gemeenschap, en de bereidheid tot samenwerking, die belangrijke dragers zijn van de leefkwaliteit in de Krimpenerwaard.

Het voorgaande geeft de urgentie aan voor een heldere visie op de toekomstige retailstructuur, met een bijbehorend uitvoeringsprogramma. De visie geeft de benodigde richting op gemeenteniveau én kernniveau (waar zijn investeringen en ruimte voor vernieuwing nodig?) en biedt een toetsingskader voor nieuwe initiatieven. In het uitvoeringsprogramma komt terug waar de prioriteiten liggen binnen de Krimpenerwaard: overkoepelend over alle winkelgebieden en per kern. Ieder heeft daarin zijn verantwoordelijkheden: de gemeente, maar zeker ook de (collectieve) ondernemersverenigingen, zowel per winkelgebied als gezamenlijk, als ook de vastgoedeigenaren en overige ondernemers.

¹ De retailsector omvat detailhandel, horeca, dienstverlening en leisurevoorzieningen (zie ook branche-indeling in bijlage 1).

1.2 Proces

Het proces waarin de gemeentebrede Retailvisie is opgesteld, heeft parallel gelopen aan het opstellen van lokale actieplannen per winkelgebied. Deze aanpak heeft tot een positieve kruisbestuiving geleid van beide trajecten. De Retailvisie is daardoor 'lokaal' geladen: de identiteit van de verschillende kernen en gemeenschappen staat voorop. Andersom is in de lokale actieplannen ook expliciet ingegaan op vraagstukken die op een bovenlokaal of gemeentelijk niveau consequenties hebben. De lokale actieplannen per winkelgebied zijn terug te lezen in het document 'Actieplannen per winkelgebied'.

In het proces om te komen tot de Retailvisie stonden de volgende vragen centraal:

- Hoe ziet de optimale toekomstige retailstructuur van de gemeente Krimpenewaard eruit?
- Hoe en waar kan worden ingespeeld op nieuwe concepten en welk afwegingskader hoort hierbij?

Verantwoordelijk voor het opstellen van de Retailvisie was BRO en verantwoordelijk voor de lokale actieplannen was Majolée RetailVastgoedAdvies. Onder zijn supervisie zijn 7 actieplannen opgesteld en is 1 In-Actie-Traject van Platform De Nieuwe Winkelstraat

doorlopen². De coördinatie van beide trajecten was in handen van gemeentelijk projectleider René Kuzee en Majolée RetailVastgoedAdvies.

Participatie

Tijdens het traject van de Retailvisie en de lokale actieplannen zijn er verschillende werksessies gehouden. Tijdens de werksessies is input voor de visie geleverd door:

- De Klankbordgroep, bestaande uit vertegenwoordigers van alle winkeliersverenigingen, van Koninklijke Horeca Nederland en van de Rabobank.
- Belanghebbenden, zijnde ondernemers in detailhandel en horeca, winkeliersverenigingen, vastgoedeigenaren en andere lokaal betrokken instanties en belangengroepen.

De volgende procesmomenten hebben plaatsgevonden:

Retailvisie	Actieplannen
12-01-'18 bijeenkomst Klankbordgroep	09-10-'17 werksessie Stolwijk
01-02-'18 brede bijeenkomst met ondernemers (Klankbordgroep 'plus')	08-01-'18 werksessie Plesmanplein
06-02-'18 bijeenkomst College	09-01-'18 werksessie Schoonhoven centrum
07-02-'18 informele raadsbijeenkomst	23-01-'18 werksessie Gouderak
05-03-'18 bijeenkomst Klankbordgroep	23-01-'18 werksessie Bergambacht
	08-02-'18 werksessie Lekkerkerk
	12-02-'18 werksessie Krimpen a/d Lek
	20-02-'18 werksessie Haastrecht

² Actieplannen: Schoonhoven Centrum, Schoonhoven Albert Plesmanplein, Lekkerkerk, Krimpen a/d Lek, Gouderak, Haastrecht en Stolwijk. DNWS-In-Actie-Traject: Bergambacht.

1.3 Leeswijzer

Deze toekomstgerichte visie op de retail in de gemeente Krimpenerwaard is als volgt opgebouwd:

- **Hoofdstuk 2:** Visie op de gemeentelijke retailstructuur met duidelijkheid over het toekomstperspectief en de positionering van de verschillende winkelgebieden en de ontwikkelmogelijkheden (toetsingskader) ten aanzien van supermarkten, perifere detailhandel en andere detailhandelsvormen.
- **Hoofdstuk 3:** Visie per winkelgebied, afgestemd op de identiteit van iedere afzonderlijke kern en de lokale kansen en uitdagingen.
- **Hoofdstuk 4:** Uitwerking van visie in uitvoeringsprogramma met acties en maatregelen. Zowel actiepunten met een gemeentebrede reikwijdte als een samenvatting van de lokale ontwikkelopgaven.

Een beknopte analyse van de huidige situatie van de retail in de gemeente Krimpenerwaard is terug te vinden in een separaat Analyserapport. De opgestelde actieplannen per winkelgebied zijn verwoord in een apart bijlagedocument.

Definities

- Daar waar in het stuk alleen sprake is van m² wordt *winkelvloeroppervlak (wvo)* bedoeld.
- De termen 'dagelijks' en 'niet-dagelijks' aanbod worden veelvuldig gebruikt:
 - Bij *dagelijks winkelaanbod* gaat het om winkels die dagelijkse artikelen verkopen: voedings- en genotmiddelen (vgm) en

artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarkten, versspeciaalzaken en drogisterijen.

- Bij *niet-dagelijks winkelaanbod* gaat het om winkels die niet-dagelijkse artikelen verkopen: alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.
- Onder *perifere detailhandelsvestigingen (PDV)* wordt verstaan detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc.
- In bijlage 1 is een uitgebreidere lijst met begrippen opgenomen, evenals de branche-indeling van Locatus waarop is aangesloten.

2 | Visie op de retailstructuur

2.1 Hoofdpijn visie

Ambitie

Met de visie op de retailstructuur heeft de gemeente de volgende ambitie:

- Behoud van de eigen, unieke identiteiten van alle kernen. Dit werkt door in de kaders voor de retail.
- Bieden van vrijheid en ruimte voor ondernemers om kansen te benutten, op voorwaarde van een gelijk speelveld.
- Behoud en waar mogelijk versterken van de gemeentelijke en lokale koopkrachtbinding.
- Behoud van het boodschappenaanbod in de kernen om de leefbaarheid op peil te houden. Het lokale draagvlak is daarbij bepalend.
- Benutten van de kansen die recreatie en toerisme bieden.

De visie heeft een scope van maximaal 5 tot 7 jaar. Meer nog dan in de voorgaande regionale K5-detailhandelsvisie staat in de actuele Retailvisie de eigen identiteit van de kernen en de onderlinge samenhang centraal. Van oudsher hebben inwoners van de Krimpenerwaard een sterke verbondenheid met de eigen kern, wat zich uit in een sterke lokale koopbereidheid en betrokkenheid bij de (geloofs)gemeenschap en het verenigingsleven. In algemene zin zijn een nuchtere mentaliteit, een sterk arbeidsethos en samenwerking kenmerkend. Opvallend is hoe de kernen in de afgelopen jaren nader tot elkaar zijn gekomen en hoe de lijnen tussen ondernemers en gemeente zeer kort zijn (ook na de gemeentelijke herindeling).

Uitdagingen en kansen

Binnen de Krimpenerwaard (zie Analyserapport) zijn er uitdagingen waarvoor ondernemers en gemeente zich gesteld zien, tegelijk zijn er zeker ook kansen. De uitdagingen hebben voornamelijk betrekking op de teruggang in het voorzieningenaanbod en de (structurele) leegstand als gevolg van:

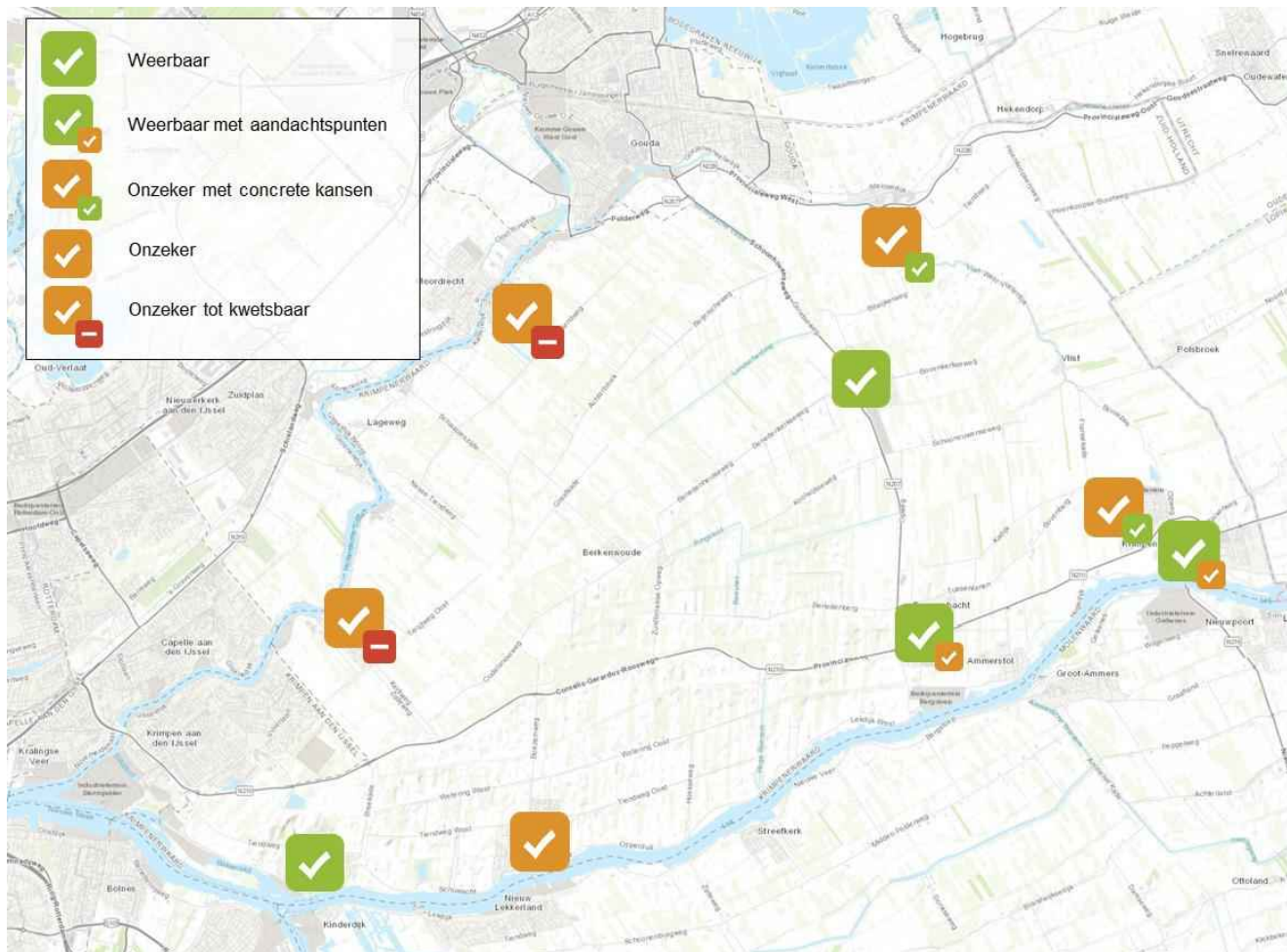
- algemene consumententrends (mobiele en kritische consument die altijd en overal kan winkelen: online, op nieuwe en grotere fysieke locaties en op ieder moment van de week);
- retailontwikkelingen in het algemeen (schaalvergroting, maar ook bedrijfsbeëindiging zonder opvolging) en specifiek in de regio (toename concurrentie vooral in Gouda en in Krimpen a/d IJssel).

Trends en ontwikkelingen vinden grotendeels autonoom plaats en zijn moeilijk tegen te gaan, daarom is de visie gericht op de volgende kansen:

- Inzetten op de eigenheid en unieke kwaliteiten van de Krimpenerwaard, de kernen en de ondernemers.
- Doorpakken met lokale retailontwikkelingen die in positieve zin bepalend zijn voor het toekomstperspectief van het winkelgebieden (o.a. Schoonhoven-centrum, Schoonhoven Albert Plesmanplein, Haastrecht en Lekkerkerk).
- Benutten van de positieve ervaringen rondom het opstellen van de lokale actieplannen om de betrokkenheid van ondernemers te vergroten en de samenwerking (verder) te professionaliseren.
- Intensiveren van de onderlinge samenwerking tussen winkelgebieden en met de gemeente.
- Benutten van kansen voor horeca in combinatie met recreatie en toerisme.

Tabel 2.1: Toekomstperspectief winkelgebieden en positie binnen retailstructuur Krimpenerwaard

Centrumgebied	Verzorgingsfunctie	Toekomstperspectief
Bergambacht	Regiofunctie, recreatief	 Door de aanwezigheid van bijzondere, grootschalige mode- en woonzaken heeft Bergambacht centrum een grotere aantrekkingskracht en ruimere verzorgingsfunctie dan op basis van de omvang van de kern verwacht zou worden. Het toekomstperspectief van het winkelgebied is weliswaar redelijk goed, maar de toekomst hangt samen met de aanwezigheid van de bijzondere, grootschalige winkels. De (ontbrekende) aantakking van de supermarkten op het centrum, de leegstand en het beperkte horeca-aanbod zijn aandachtspunten.
Gouderak	Lokale functie, boodschappen	 Het perspectief van het winkelaanbod in Gouderak zal naar de toekomst toe niet versterken en het blijft sterk afhankelijk van de bereidheid van inwoners om er te kopen. De ruimtelijke concentratie van het aanbod is zeer positief.
Haastrecht	Lokale functie, boodschappen	 Uitbreiding van de supermarkt in Haastrecht is noodzakelijk voor behoud van de verzorgingsfunctie van de kern als lokaal boodschappencentrum. Bij uitbreiding van de supermarkt wordt het toekomstperspectief weer goed. Aandachtspunten zijn de herinvulling van het supermarktpand op de Kleine Haven/Grote Haven en de leegstand in de Hoogstraat. Er zijn kansen op recreatief gebied (horeca).
Krimpen a/d Lek	Lokale functie, boodschappen	 Het toekomstperspectief van het centrum van Krimpen a/d Lek is goed. Het winkelaanbod is compleet en ruimtelijk goed van opzet. De aandachtspunten zijn de leegstand en de nieuwbouw van Fase 2. Deze ontwikkeling is noodzakelijk om het Marktplaats fysiek af te maken, maar extra winkelruimte zal moeilijk te vullen zijn.
Lekkerkerk	Lokale en deels bovenlokale functie, boodschappen met een 'plus'	 Het toekomstperspectief van Lekkerkerk centrum is redelijk tot goed. Het centrum had van oudsher een regiofunctie, maar door de retailontwikkelingen in de regio is een relatieve achterstand ontstaan en is de regiofunctie ondermijnd. Voor de toekomstige functie als lokaal boodschappencentrum is het ontbreken van een volwaardige supermarkt in het centrum een zwakte. Een verdere inkrimping van het winkelaanbod aan de randen van het centrum is op termijn te verwachten.
Ouderkerk a/d IJssel	Lokale functie, boodschappen	 In feite bestaat het centrum van Ouderkerk a/d IJssel uit een zeer kleinschalige 'buurtstrip' rondom de supermarkt (De Wetering). Het overige winkelaanbod ligt verspreid in de oude kern met weinig onderlinge samenhang. Het perspectief van de supermarkt is redelijk goed. Het perspectief van het overige winkelaanbod is afhankelijk van de individuele ondernemers en de bereidheid van inwoners om er te kopen.
Schoonhoven - Albert Plesmanplein	Lokale functie, boodschappen	 Het winkelgebied Schoonhoven Albert Plesmanplein heeft een impuls in het winkelaanbod en in de uitstraling van panden en openbare ruimte nodig. Met de ophanden zijnde vergroting van Lidl en de facelift van het winkelgebied verstevigt het toekomstperspectief van het winkelgebied. De combi van Plus & Lidl in een goede ruimtelijke opzet is sterk.
Schoonhoven - Centrum	Regiofunctie, toeristisch-recreatief	 Het centrum van Schoonhoven heeft een regiofunctie in de sector niet-dagelijkse artikelen en deels toeristisch-recreatieve verblijfsfunctie. Met het oog op de toekomst zijn er aandachtspunten m.b.t. het ontbreken van supermarktaanbod, het op niveau houden van de bereikbaarheid en het aantal parkeerplaatsen en de leegstand.
Stolwijk	Lokale en deels bovenlokale functie, boodschappen	 Het toekomstperspectief van Stolwijk centrum is goed, vanwege de aanwezigheid van een compleet aanbod (twee supermarkten en frequent niet-dagelijks) in een compacte opzet. Aandachtspunten zijn de parkeerdruk en de leegstand.



Figuur 2.2: Toekomstperspectief winkelgebieden

Toelichting toekomstperspectief

Als onderdeel van de Retailvisie is een beoordeling opgenomen van het toekomstperspectief van de verschillende centrumgebieden. Gekeken is naar de Ausgangssituatie van het winkelgebied (aanbod, leegstand, ruimtelijke structuur, parkeersituatie, bereikbaarheid, uitstraling van openbare ruimte en vastgoed, de verzorgingsfunctie en het economisch functioneren) en naar kansen en bedreigingen vanuit algemene trends en vanuit plannen in de omgeving. Op basis daarvan is een beoordeling toegekend:

- **Weerbaar:** Klaar voor de toekomst, vanwege uitvoering van toekomstgerichte acties.
- **Weerbaar met aandachtspunten:** In beginsel klaar voor de toekomst, maar als bepaalde zaken niet aangepakt worden neemt het perspectief op termijn af.
- **Onzeker:** Gerichte actie is nodig om het toekomstperspectief weer positief te krijgen.
- **Onzeker met concrete kansen:** Als de kansen goed ingevuld worden, ligt een positief toekomstperspectief in het verschiet.
- **Onzeker tot kwetsbaar:** Door autonome ontwikkelingen is het onwaarschijnlijk dat het toekomstperspectief op termijn substantieel kan verbeteren.

De beoordeling heeft mede geleid tot een afweging in het bepalen van prioriteiten. Dit moet echter altijd in relatie gezien worden tot de verzorgingsfunctie van het centrumgebied en de positie in de retailstructuur. In alle centrumgebieden zijn acties en investeringen nodig, zowel in de gebieden die in de basis weerbaar zijn als die onzeker of zelfs kwetsbaar zijn.

2.2 Retailstructuur

Kaders retailstructuur

Het beleid van de rijksoverheid, de provincie, de regio Midden-Holland en de voormalige gemeenten geven de volgende kaders voor de retail in de Krimpenerwaard:

- **Ladder voor Duurzame Verstedelijking:** In het Besluit ruimtelijke ordening van het Rijk is de Ladder voor Duurzame Verstedelijking opgenomen. Dit is een verplicht motiveringsinstrument bij iedere nieuwe stedelijke ontwikkeling (waaronder detailhandel en horeca). Getoetst moet worden of een ontwikkeling voorziet in de behoefte en gestreefd moet worden naar inpassing van de ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied.
- Voor de beide centra met een **regionale functie, focus op recreatief winkelen en/of recreatief verblijf** – Schoonhoven en Bergambacht – geldt dat de provincie deze beleidsmatig heeft aangeduid als ‘te optimaliseren centrum’. Dit betekent dat in deze centra ruimte wordt geboden om te werken aan de verbetering van de (concurrentie)positie met alle denkbare middelen, maar in principe zonder netto toevoeging van winkelmeters.
- Voor de **centra met een lokale functie, focus op boodschappen** – overige winkelgebieden – geldt dat de Provincie uitsluitend ruimte geeft aan ontwikkelingen in de dagelijkse sector (supermarkten). Vanuit het regionaal beleid wordt hieraan toegevoegd dat in de lokale boodschappencentra de inwoners een aanbod met tenminste een volwaardige servicesupermarkt ($\pm 1.000 \text{ m}^2$ vwo) als basis moeten kunnen blijven verwachten. Uit de kwantitatieve analyse in deze visie volgt dat in de Krimpenerwaard een beperkte uitbreidingsruimte

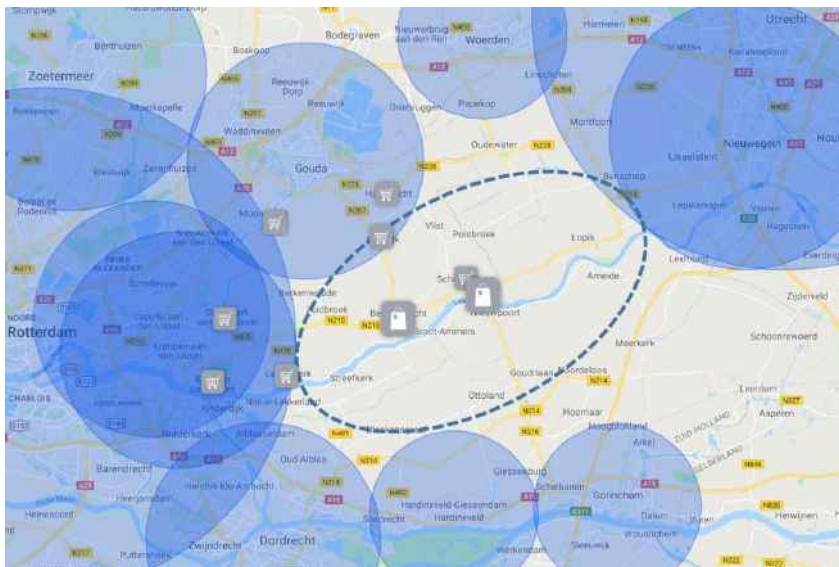
aanwezig is binnen de sector dagelijkse artikelen, waarmee optimalisatie van de omvang van de bestaande supermarkten in de gemeente bereikt kan worden.

- **Detailhandelsbeleid regio Midden-Holland:** Er wordt momenteel gewerkt aan nieuw regionale detailhandelsbeleid.
- **Raadsbesluit gemeente Vlist t.a.v. Haastrecht:** Besloten is dat uitbreiding van de supermarkt niet mogelijk is op de huidige locatie vanwege ruimtelijke ordeningsaspecten en een tekort aan parkeerplaatsen. Om die reden dient de uitbreiding in de toekomst plaats te vinden op Galgoord. Tegelijkertijd moet er een plan komen voor het centrum van Haastrecht.

Positie winkelgebieden in structuur

Door de uitgestrektheid van de gemeente, de ligging nabij sterke winkelgebieden in de regio (in Rotterdam en Gouda) en het ontbreken van een duidelijke centrale ‘hoofdkern’, heeft de Krimpenerwaard geen duidelijk hoofdwinkelgebied. De positie van de centrumgebieden moet daarom in samenhang met de omliggende regio gezien worden. In de structuur is om die reden slechts een onderscheid gemaakt tussen centra met een lokale verzorgingsfunctie en centra met een regionale functie (zie figuur 2.1):

- **Regionale functie, focus op recreatief winkelen en/of recreatief verblijf:** Schoonhoven en Bergambacht. Deze plaatsen vervullen een functie voor de gemeente en deels de omliggende regio (met name Lopikerwaard en Alblasserwaard). Dit vanwege het (van oudsher) aanwezige aanbod en de centrale ligging in het samenstel van de poldergebieden Krimpenerwaard, Lopikerwaard en Alblasserwaard, op relatief grotere afstand van andere grotere winkelgebieden.



Figuur 2.3: Retailstructuur Krimpenewaard binnen invloedssfeer (illustratief) van winkelgebieden in de regio (afhankelijk van de grootte van het centrum)

Door de historische omgeving en verleden als zilverstad heeft Schoonhoven ook een specifieke recreatieve verblijfsfunctie, los van de winkelfunctie.

Lokale functie, focus op boodschappen: Lekkerkerk, Krimpen aan de Lek, Ouderkerk a/d IJssel, Haastrecht, Stolwijk, Schoonhoven Albert Plesmanplein en Gouderak. De inwoners van deze kernen zijn voor de dagelijkse aankopen in meer of mindere mate op de eigen kern gericht en voor overige voorzieningen op de grotere winkelgebieden in de regio. Lekkerkerk en Stolwijk hebben ook een bovenlokale functie: zij bevinden zich deels in de invloedssfeer van de regio en deels in die van Bergambacht (en Schoonhoven) en er zijn een aantal bovenlokale trekkers in deze centra gevestigd (o.a. mode en horeca).

Tabel 2.2: Winkelcentra naar toekomstperspectief en gewenste mate van versterking

Toekomstperspectief		Te optimaliseren centra: actief aan de slag	Te versterken centra: afmaken lopende plannen	Te consolideren centra: beperkte maatregelen
Weerbaar	✓		• Krimpen a/d Lek	• Stolwijk
Weerbaar met aandachtspunten	✓	• Schoonhoven centrum • Bergambacht		
Onzeker met concrete kansen	✓		• Schoonhoven Albert Plesmanplein • Haastrecht	
Onzeker	✓	• Lekkerkerk		
Onzeker tot kwetsbaar	✓			• Ouderkerk a/d IJssel • Gouderak

Deze structuur is geënt op de samenhang van de winkelgebieden met de regio, onderling en de beoordeling van het toekomstperspectief van de individuele winkelgebieden (zie figuur 2.2 en tabel 2.1). Het beleid en de maatregelen in de uitwerking richten zich op het versterken van deze structuur. Afhankelijk van de positie van het winkelgebied in de structuur en het toekomstperspectief is een onderscheid gemaakt tussen:

- te optimaliseren centra³, waar voor een actieve aanpak gekozen wordt.
 - te versterken centra, waar lopende plannen afgerond worden.
 - te consolideren centra, waar beperkte maatregelen ingezet worden.
- De focus ligt op de centrumgebieden met een gemeentelijke verzorgingsfunctie en op die lokale winkelgebieden waar het toekomstperspectief hooguit onzeker is. In **Schoonhoven centrum, Bergambacht en Lekkerkerk** zijn een actieve aanpak nodig om gewenste ontwikkelingen van de grond te krijgen. De benodigde lokale ontwikkelopgaven zijn gericht op herinvulling van leegstand, realiseren van een compact centrum, versterken van het supermarktaanbod en verhogen van de verblijfskwaliteit en ruimte voor horeca. De centrumgebieden **Krimpen a/d Lek, Haastrecht en Schoonhoven Albert Plesmanplein** hebben ook een impuls nodig. Daarvoor liggen al plannen op stapel. Het is zaak die plannen af te ronden of door te zetten: voor zover nodig wordt er actief op gestuurd om tot realisatie te komen. In winkelgebieden **Stolwijk, Gouderak en Ouderkerk aan den IJssel** wordt door de gemeente een consoliderend beleid gevoerd: er wordt niets afgeschreven, maar er worden slechts beperkt versterkende maatregelen genomen.

De hoofdlijnen in de structuur en de wijze waarop structuurversterking in de winkelgebieden concreet gewenst is, zijn in het volgende hoofdstuk per kern verder uitgewerkt, afgestemd op de eigen identiteit van de kern.

³ In afwijking op de indeling van de Provincie worden ook de centrumgebieden van Lekkerkerk en Haastrecht in deze Retailvisie als 'te optimaliseren centrum' aangemerkt.

Aandachtspunten toekomstige retailstructuur

Voorgaande indeling van kernen betekent deels een wijziging ten opzichte van het eerdere detailhandelsbeleid (lokaal en regionaal), waarmee er de volgende aandachtspunten zijn:

- **Lekkerkerk:** De verwachting is dat Lekkerkerk centrum zonder ingrijpen zijn vroegere regionale verzorgingsfunctie verder zal verliezen en steeds minder het profiel zal hebben van een recreatief winkelgebied. Voor een gezonde toekomst moet worden ingezet op de nieuwe – meer lokale – verzorgingsfunctie. Daartoe is de versterking van het boodschappenaanbod (supermarkt) en invulling van de leegstand in een compact centrum noodzakelijk. Aanvullend daarop blijft in Lekkerkerk een 'plus' mogelijk van unieke winkels met een bovenlokale of gemeentelijke aantrekkingskracht.
- Voor het winkelaanbod in **Gouderak** en **Ouderkerk aan den IJssel** geldt specifiek dat het kwetsbaar is. In beide plaatsen is de lokale koopbereidheid van de inwoners uiteindelijk doorslaggevend voor behoud van het aanbod. Momenteel is de lokale binding groot en er bestaan geen aanwijzingen dat hier op korte termijn verandering in komt, maar alternatieve aankoopplaatsen zijn volop aanwezig in de regio. Voor de langere termijn is het volgende van belang.
 - In Gouderak hangt de toekomst samen met het beperkte inwonertal (2.600) en de supermarktontwikkelingen in Gouda. Tegelijk beschikt Gouderak al geruime tijd over een beperkt inwonertal en desondanks weet de detailhandel zich goed te handhaven.

- In Ouderkerk hangt het toekomstperspectief van het winkelaanbod sterk samen met de eventuele toekomstige ontwikkelingen in Krimpen a/d IJssel (Crimpenhof).
- Het aandachtspunt in **Haastrecht** is de voorziene verplaatsing van de supermarkt naar Galgoord om de boodschappenfunctie voor de kern te kunnen behouden (Raadsbesluit Gemeente Vlist). Herinvulling van de leegkomende supermarkt in het centrum vraagt om planvorming door vastgoedeigenaar in samenwerking met gemeente.
- Het overige retailaanbod (in **Ammerstol, Vlist, Berkenwoude** en **perifere detailhandel** (PDV)) wordt als verspreide bewinkeling beschouwd. Deze winkels hebben de vrijheid om te ondernemen, mits passend bij hun omgeving. Een sterke groei van dit aanbod wordt echter niet verwacht. Vanwege het ontbreken van de groeiverwachting wordt ook niet langer een specifieke PDV-locatie benoemd voor de concentratie van nieuw te vestigen grootschalig aanbod. Per aanvraag wordt bekeken waar een PDV-bedrijf het beste in te passen is binnen de gemeente – rekening houdend met provinciale beleidskaders (zie verder paragraaf 2.4 Visie op perifere detailhandel).



2.3 Visie op supermarktonthwikkelingen

Supermarkten spelen een essentiële rol in de dagelijkse verzorging van de inwoners van Krimpenerwaard. Daarbij zijn zij door hun hoge bezoekenintensiteit sterk bepalend voor het functioneren van winkelgebieden als geheel: andere boodschappenfuncties (overige winkels, horeca, verzorgende diensten) profiteren via combinatiebezoek van de aantrekkingskracht van supermarkten.

Uit een economische analyse (zie Analyserapport) volgt dat het dagelijkse winkelaanbod in de Krimpenerwaard (grotendeels bepaald door supermarkten) gemiddeld genomen voldoende economisch-duurzaam functioneert. Er zijn echter grote lokale verschillen, die onder meer samenhangen met de schaalgrootte van de supermarkt. Ook het toekomstperspectief varieert sterk afhankelijk van de locatie en de voorziene bevolkingsgroei. In het algemeen is er op gemeenteniveau nauwelijks distributieve ruimte voor uitbreiding van het supermarktaanbod. De supermarktbranche is echter wel sterk in beweging en veel supermarktenketens moderniseren en breiden hun vestigingen uit om de beleving en het comfort in de winkel te verbeteren. Dit gebeurt ook in Krimpenerwaard: in Stolwijk is de Emté⁴ de winkel uitgebreid, er is een nieuwe Plus aan het Schoonhoven Albert Plesmanplein gerealiseerd en in Krimpen aan de Lek is een nieuwe winkel voor Albert Heijn gerealiseerd. Er staan nog enkele ontwikkelingen op stapel, zoals de nieuwbouw en uitbreiding van Lidl aan het Schoonhoven Albert Plesmanplein en de

beoogde verplaatsing van de Coop in Haastrecht. Op 2 juli 2019 heeft het college de overeenkomst over het Albert Plesmanplein vastgesteld. Hiermee ligt het plan van aanpak voor dit gebied vast.

Het enerzijds ontbreken van marktruimte en anderzijds de wens van supermarkten om te kunnen blijven ontwikkelen, vraagt om zorgvuldige afweging van toekomstige supermarktinitiatieven, zodat aantasting van de consumentenverzorging, de verzorgingsstructuur en de leefbaarheid wordt voorkomen. De volgende uitgangspunten en voorwaarden gelden ten aanzien van supermarktonthwikkelingen in de gemeente:

- Vestiging van supermarkten groter dan 2.000 m² wvo is niet aan de orde.
- Een supermarktonthwikkeling mag niet leiden tot onaanvaardbare effecten op de consumentenverzorging en de retailstructuur in de gemeente. De noodzaak tot uitbreiding moet worden aangetoond.
- Supermarktonthwikkelingen worden enkel toegestaan indien zij een kwaliteitsimpuls betekenen voor het betreffende winkelgebied of de leefbaarheid in de kern. Voor de lokale boodschappencentra de inwoners is het streven naar minimaal één volwaardige servicesupermarkt met een omvang van minimaal 1.000 m² wvo.
- Vergroting dan wel verplaatsing van bestaande supermarkten heeft de voorkeur boven nieuwvestiging, vanwege de beperkte omvang van de marktruimte en het draagvlak in de kernen.
- Versterking van het supermarktaanbod is gewenst in de centrumgebieden van Bergambacht, Schoonhoven centrum en

⁴ Door de recente overname van Emté door Jumbo/Coop zal deze winkel waarschijnlijk van formule veranderen en worden omgebouwd tot een Coop.

- Lekkerkerk, mits op de juiste plekken binnen deze centra. Daarnaast hebben de geplande supermarktontwikkelingen op het Schoonhoven Albert Plesmanplein en op Galgoord in Haastrecht prioriteit qua realisatie. Voor het Albert Plesmanplein is het plan van aanpak vastgesteld door het college.
- Hoewel behoud van het supermarktaanbod in de kleinste kernen (Ammerstol en Gouderak) wenselijk is, is het lokale draagvlak en de koopbereidheid van inwoners bepalend voor het toekomstperspectief.
- In de kleinste kernen en dijklinten is onvoldoende draagvlak voor dagelijks winkelaanbod op commerciële basis.

2.4 Visie op perifere detailhandel

In de gemeente Krimpenerwaard is niet langer een concentratielocatie voor perifere detailhandel aangewezen. Het grootschaliger winkelaanbod in de traditionele PDV-branches⁵ bevindt zich vooral op bedrijven-terreinen, met name in Lekkerkerk, Ouderkerk, Stolwijk en Bergambacht. Uitgangspunten voor toekomstige perifere detailhandelsontwikkelingen zijn:

- Er wordt voorzichtig omgegaan met het toevoegen van nieuwe detailhandelsmeters op perifere locaties, zoals ook uitgangspunt is in het provinciaal beleid.

- Perifeer kunnen alleen ontwikkelingen gefaciliteerd worden in de branches:
 - wonen, inclusief keukens, badkamers en woninginrichting;
 - plant en dierbenodigdheden, inclusief tuincentra;
 - bouwmarkten en doe-het-zelf zaken
 - kringloopwinkels (als onderdeel van een kringloopbedrijf⁶).
 - auto's, motoren, boten, caravans
- Eventuele ontwikkelingen van perifeer winkelaanbod dienen primair te worden ingepast op de bestaande bedrijventerreinen en bij voorkeur aangrenzend aan bestaande detailhandel.
- Vestiging van detailhandel in food, waaronder supermarkten, en in recreatieve branches is nadrukkelijk uitgesloten op perifere locaties.
- Vestiging van andere detailhandel op perifere locaties is niet aan de orde, met uitzondering van winkels die door het volumineuze karakter van de gevoerde artikelen en/of aard en schaal van de zaak niet of zeer moeilijk inpasbaar zijn in of aan de rand van bestaande winkelgebieden en waarvoor clustering ook geen meerwaarde biedt. Dit betreft vooral detailhandel in (zeer) volumineuze artikelen zoals zonwering, tuinhuisjes, buitenspeeltoestellen, zwembaden, tuinbeelden, haarden en kachels, grafzerken, (paarden)trailers, aanhangwagens, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen en detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen. Dergelijke detailhandel worden bij voorkeur ingepast op bestaande bedrijventerreinen.

⁵ Woonbranche, bouwmarkten, doe-het-zelfzaken en tuincentra

⁶ Hiermee wordt een bedrijf bedoeld dat goederen/boedels ophaalt, opslaat, goederen selecteert op bruikbaarheid, opknapt en/of verwerkt tot grondstof dan wel halffabrikaat.

2.5 Visie op overige detailhandelsvormen

In deze paragraaf zijn de kaders gegeven voor vestiging van afwijkende en/of nieuwe vormen van detailhandel (bijv. internethandel, afhaalpunten, ambulante handel, boerderijverkoop, verkoop aan huis, etc.) en de zondagsopening.

Zondagsopening

De Rijksoverheid heeft in 1996 de Winkeltijdenwet ingevoerd, waarbij onder meer de verplichte zondagsluiting van winkels is opgeheven. Het Rijk wil marktwerking stimuleren door de detailhandel meer kans te geven in te kunnen spelen op veranderingen in de markt. Daarbij mogen gemeenten sinds 2013 zelf kiezen op welke zon- en feestdagen winkels geopend mogen zijn. Supermarkten kunnen Krimpenerwaard-breed op zondag open tussen 13.00 en 17.00 uur. Dit is een vrije keuze van de ondernemer. De vastgestelde winkeltijdenverordening maakt het voor alle winkeliers binnen de gemeente mogelijk om 13 zondagen per jaar open te mogen. De horeca heeft al langer de mogelijkheid de deuren te openen op zondag.

Ambulante handel

Bijzonder is dat in vrijwel alle winkelgebieden een wekelijkse warenmarkt plaatsvindt, zelfs in de kernen Ammerstol en Berkenwoude. Dit is positief voor de leefbaarheid. Gezien de landelijke teruggang van (de omvang van) warenmarkten is het de vraag of dit naar de toekomst toe houdbaar is. Daarnaast zijn er in alle winkelgebieden aanvullend enkele standplaatsen. Op het Schoonhoven Albert Plesmanplein wordt geen warenmarkt gehouden, hier zijn enkel standplaatsen.

Ambulante handel kan weliswaar concurrerend zijn aan het bestaande winkelaanbod, maar in winkelgebieden is er ook vaak sprake van kruisbestuiving tussen warenmarkt en reguliere detailhandel. De fysieke nabijheid van beide vormen van detailhandel werkt versterkend, waarbij een goede warenmarkt de attractiviteit van een winkelgebied vergroot. Een gelijk speelveld voor winkeliers en ambulante handel is daarom van belang. Vanuit het oogpunt van beleving en verrassing biedt ambulante handel ook kansen voor het aantrekken van toeristen en recreanten. In de kleinere kernen met weinig of geen winkelaanbod is ambulante handel een kans om de leefbaarheid te waarborgen (zoals bijvoorbeeld in Ammerstol en Berkenwoude).

In de gemeente wordt ruimte geboden voor:

- *Weekmarkten* in de winkelgebieden met een lokale of regionale functie. De warenmarkt vindt zoveel mogelijk plaats in of direct aansluitend op het centrumgebied, in het zicht van winkels en horeca, ten behoeve van een optimale wisselwerking. Daarbij geldt dat behoud van de weekmarkten in de kleinste kernen wenselijk is, maar het lokale draagvlak en de koopbereidheid van inwoners bepalend voor het toekomstperspectief van deze markten.
- *Streekgerichte, thematische of seizoensgerichte (incidentele) aanvullingen* op het reguliere marktaanbod. Dit om de belevingswaarde van centrumgebieden te versterken, ook in combinatie met koopavonden of andere winkelevenementen. Hier wordt met name ruimte voor geboden in centrumgebieden met een regiofunctie.

- **Standplaatsen:** Het standplaatsenbeleid wordt momenteel geactualiseerd. Met het oog op bescherming en versterking van de verzorgingsstructuur zal terughoudender worden omgesprongen met het afgeven van vergunningen dan nu het geval is. De insteek is het voorkomen van wildgroei en te veel van hetzelfde. Standplaatsen worden uitsluitend toegestaan in de bestaande winkelgebieden, waarbij de omvang en positionering van de standplaatsen afgestemd moet zijn op de functies in de omgeving:
 - Waar sprake is van een compleet winkelaanbod en een sterke weekmarkt wordt terughoudend omgegaan met ruimte voor standplaatshouders.
 - Voor winkelgebieden met een lokale of regiofunctie is het uitgangspunt dat standplaatsen dagelijks en seizoensgebonden een aanvulling op het aanbod kunnen vormen.
 - Uitgangspunt is dat de invulling van standplaatsen voldoende afwisselend is (gedurende de week) en een meerwaarde vormt op het winkel- en horeca-aanbod. Op basis van de APV kunnen er aanvullende regels worden opgesteld.

Verkoop vanuit huis

Detailhandel vanuit huis wordt niet toegestaan, uitgaande van de zuivere definitie van detailhandel. Dit omdat het de bestaande structuur kan aantasten, kan leiden tot precedentwerking, zorgt voor een ongewenste spreiding van het winkelaanbod en ongewenste verkeersbewegingen oproept. Dit geldt dus ook voor internetwinkels / webwinkels die gerund worden met een showroom en/of afhaalmogelijkheid vanuit huis.

Internetwinkels en afhaalpunten

- Internetwinkels / webwinkels met een showroom en/of afhaalmogelijkheid worden beschouwd als detailhandel en zijn enkel toegestaan in bestaande winkelgebieden.
- Pure internetafhaalpunten (zonder showroom) zijn bij voorkeur gevestigd in of aansluitend op bestaande winkelgebieden of op goed bereikbare locaties aan invalswegen, waar zich reeds voorzieningen gericht op de reiziger bevinden (zoals tankstations, transferia of andere trafficlocaties). Afhaalpunten worden zo mogelijk ook geconcentreerd. Echte solitaire afhaalpunten worden niet toegestaan, met het oog op behoud van het boodschappenaanbod in de kernen.
- Zodra bij internetafhaalpunten sprake is van verkoop ter plaatse, showroom en/of anderszins uitstalling van artikelen, wordt de vestiging opgevat als detailhandel. Er geldt dan hetzelfde beleid als voor alle vormen van detailhandel.

Boerderijverkoop (incl. horeca in het buitengebied)

Het behoud van agrarische activiteiten op het platteland is uit oogpunt van werkgelegenheid en landschapsbeheer een essentieel element. De reguliere agrarische bedrijfsvoering is niet altijd voldoende om te voorzien in een economisch renderend bedrijf. Bedrijven zoeken dan ook naar alternatieve (neven)inkomstenbronnen, zoals detailhandel, horeca en/of recreatie (kano-, fietsverhuur, overnachtingen, theetuinen, etc.). Als het gaat om de verkoop van producten is de streekgebondenheid een belangrijk onderscheidend element voor de boerderijverkoop ten opzichte van supermarkten en speciaalzaken. Dit geldt ook voor horeca. Verkoop

bij de boer kan op deze manier positief bijdragen aan de aantrekkelijkheid en de leefbaarheid van het platteland.

Uitgangspunt in het retailbeleid is dat deze verkoop geen verstorend effect mag hebben op de retailstructuur en daarmee geen concurrentie mag zijn voor de centrumgebieden, aangezien behoud van het winkelaanbod in de centrumgebieden centraal staat. Ook wordt het principe van 'level playing field' gehanteerd: dezelfde regelgeving is van toepassing op boerderijverkoop als op detailhandel dan wel horeca.

Voorwaarden voor boerderijverkoop zijn:

- Het aangeboden assortiment bestaat voor meer dan 50% uit eigen producten— al dan niet in combinatie met verkoop gericht de directe consumptie (eten/drinken).
- De verkoop is ondergeschikt aan de reguliere agrarische bedrijfsvoering en activiteiten.
- De winkel- en horecaruimte is kleinschalig, maximaal 100 m² wvo.
- Ten aanzien van horeca-activiteiten dient rekening gehouden te worden met de richtlijnen uit de Drank & Horecawet.
- Een integraal horecabeleid buitengebied Krimpenerwaard is inmiddels in procedure en wordt nog vastgesteld.

Overig

- *Detailhandel op bedrijfslocaties, instellingen en sportvoorzieningen:* Dit betreft winkelaanbod in bijvoorbeeld scholen, ziekenhuizen, sportaccommodaties, ouderen- en verzorgingstehuizen. De invulling moet rechtstreeks verband houden met de hoofdactiviteit van het bedrijf of passen bij de functie / hoofdactiviteit van de voorziening en daaraan ondergeschikt zijn. Het winkelaanbod mag niet verstorend werken voor de detailhandelsstructuur en dient gericht te zijn op de 'eigen' doelgroep. Er geldt een maximumomvang voor de detailhandel van 10% van de totale vloeroppervlakte van de gebouwen met een maximum van 100 m² wvo.
- *Productiegebonden detailhandel:* Deze vorm van detailhandel is toegestaan indien het goederen betreft die ter plaatse worden vervaardigd, gerepareerd en/of toegepast in het productieproces⁷, waarbij de detailhandelsfunctie ondergeschikt is aan het productieproces. Er geldt een maximumomvang voor de detailhandel van 10% van de totale bedrijfsruimte met een maximum van 100 m² wvo.
- *Groothandelsbedrijven:* Rechtstreekse verkoop door groothandelsbedrijven aan consumenten is niet toegestaan.
- *Detailhandel bij tankstations:* Voor winkels bij motorbrandstoffen-verkooppunten wordt uitgegaan van een beperkte omvang (max. 100 m² wvo).

⁷ Hier valt ook assemblage/montage onder.

2.6 Visie op horeca (excl. hotels)

Horeca in de vorm van drank- en voedselverstrekkers is aanwezig op vele plaatsen in de gemeente Krimpenerwaard: als specifiek bezoekdoel in de centrumgebieden met toeristisch-recreatieve functie, als ondersteunende functie in de boodschappencentra en op solitaire locaties in de wijken, aan uitvalswegen en in het buitengebied. Voor horeca gelden de volgende uitgangspunten:

- Gestreefd wordt naar concentratie en consolidatie van de horeca binnen de centrumgebieden. Aantrekkelijke concentratie van horeca draagt immers bij aan de economische levensvatbaarheid ervan en trekken meer impulsbezoekers dan solitaire locaties.
- Binnen centrumgebieden wordt ruimte geboden voor enige versterking (uitbreiding en vernieuwing) van het horeca-aanbod, omdat de horecasector sterk bijdraagt aan de ontmoetingsfunctie en levendigheid van centrumgebieden en het huidige horeca-aanbod in de gemeente relatief beperkt van omvang is. Dit geldt met name voor de branches restaurants, lunchrooms en fastfoodzaken. De mate waarin versterking van het horeca-aanbod per centrumgebied gewenst is, is opgenomen in tabel 2.3.
- Meer en meer wordt de combinatie van detailhandel met horeca gemaakt (*'blurring'*). Denk aan de bakker annex lunchroom, of de boekhandel annex koffiezaak. In centrumgebieden wordt nadrukkelijk ruimte geboden voor blurring van detailhandel en horeca, omdat dit aantrekkelijk is voor de consumentenverzorging en in de kleinere

kernen ook bij kan dragen aan het bestaansrecht van ondernemers. Uiteraard gelden de richtlijnen uit de Drank & Horecawet.

- Er wordt terughoudend omgegaan met nieuwe solitaire horeca-initiatieven buiten de bestaande centrumgebieden en in het buitengebied.
- Incidenteel is er ook ruimte voor nachthoreca. Op dit moment kennen verschillende centrumgebieden zaken in deze categorie, zoals bijvoorbeeld nachtcafés. Deels is dit historisch gegroeid. Initiatievragen voor nieuwe vestigingen in deze categorie worden individueel beoordeeld, zowel in de centrumgebieden als daarbuiten.
- Ten aanzien van de beoordeling van initiatievragen voor horeca, gelden in algemene zin de volgende uitgangspunten:
 - Een horecaontwikkeling mag niet leiden tot onaanvaardbare effecten op de bestaande voorzieningenstructuur.
 - De horeca-activiteiten mogen geen beperkingen opleggen aan aangrenzende functies.
 - Het initiatief van toegevoegde waarde is voor de omgevingskwaliteit en zichtbaarheid.

Tabel 2.3: Uitgangspunten voor ontwikkeling horeca naar locatietype en gewenste ontwikkelrichting per winkelgebied

Typering	Uitgangspunten voor ontwikkeling	Gewenste ontwikkelrichting
Horeca in centrumgebieden met een regionale functie en/of toeristisch-recreatief profiel (recreatieve winkelgebieden)	- Ruim aanbod aan winkelondersteunende dag- en avondhoreca (horecacategorie 1 t/m 3). - Nadrukkelijk ruimte voor groei van het horeca-aanbod, met name daghoreca en restaurants - Nadrukkelijk is er ruimte voor <i>blurring</i> concepten - Streven is concentratie van horeca in combinatie met ruimte voor terrassen.	- Bergambacht: Versterken van horeca in centrumgebied, met name daghoreca (koffiezaak / lunchroom) maar ook restaurants. Het plein is een geschikte locatie. - Haastrecht: Meer ruimte voor horeca en terrassen, met name in het centrumgebied (Kleine/Grote Haven, Hoogstraat en aan het water). - Schoonhoven Centrum: Meer ruimte voor horeca en terrassen met oog op het profileren van het centrum als verblijfsgebied (conform de afbakening zoals benoemd in het project Silveras). In het gebied Silveras zijn de horecamogelijkheden (categorie 1 en 2) verbreed via het bestemmingsplan.
Horeca in lokale centrumgebieden (boodschappencentra)	- Basis in ondersteunende horeca tot enkele zaken. - Streven is behoud van en waar mogelijk versterking van het horeca-aanbod. - Nadrukkelijk is er ruimte voor <i>blurring</i> concepten. - Per initiatieaanvraag wordt de wenselijkheid getoetst. Gewaakt moet worden voor een te eenzijdig en te ruim aanbod van laagwaardige fastservice-aanbieders in de boodschappencentra.	- Gouderak: Toevoegen kleinschalige daghoreca (koffiehoek of uitbreiding concept eetwinkel met consumptie ter plekke). - Krimpen aan de Lek / Stolwijk / Ouderkerk aan den IJssel: n.v.t. - Lekkerkerk: Versterken van aanbod daghoreca (koffie / lunchroom). Ook ruimte voor restaurants in midden/hoogsegment. - Schoonhoven Albert Plesmanplein: Toevoegen van daghoreca (koffie / lunchroom).
Horeca in het buitengebied	Randvoorwaarden zijn opgenomen in Horecabeleid Buitengebied gemeente Krimpenerwaard, 2019. Mogelijkheden zijn afhankelijk van de locatie (hoofdstructuur langs de N207 en N210, de 'dijklinten' en de veenweidegebieden).	
Horeca op solitaire locaties	Medewerking kan alleen verleend worden wanneer het initiatief: - een belangrijke aanvulling is op het bestaande horecabestand; - het initiatief, gelet op profiel, aard en omvang, geen toegevoegde waarde heeft binnen de bestaande voorzieningenclusters; - de effecten op de bestaande voorzieningenstructuur aanvaardbaar zijn; - de horeca-activiteiten geen beperkingen opleggen bij aangrenzende functies;	

Centrum Bergambacht

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 73

Winkelvloeroppervlak 18.625 m²

Leegstand (m²wvo) 655 m²

Toekomstperspectief winkelgebied



Kern Bergambacht (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 7.107

Bevolkingsgroei tot 2030 5%

Kenmerken identiteit kern:



Leegstand aan Burgemeester Uilkensstraat



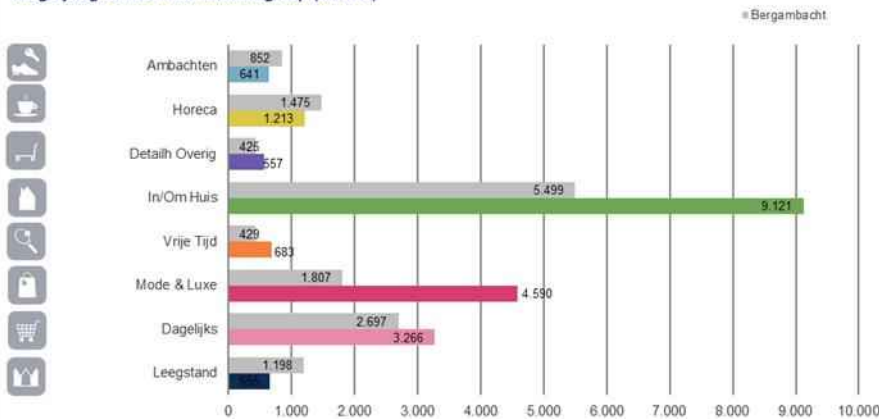
Plein aan Hoofdstraat

KERNENBELEID:

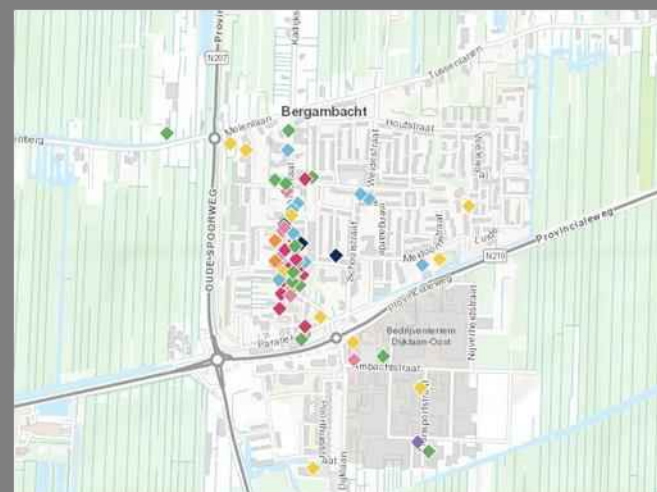
Ondernemend XL-dorp in hart van de polder

Benutten ondernemerscultuur en centrale ligging

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



3 | Visie per winkelgebied

3.1 Bergambacht

Kenschets Bergambacht

Ten aanzien van de dagelijkse boodschappen heeft Bergambacht op de eerste plaats een lokale verzorgingsfunctie. Daarnaast heeft het boodschappenaanbod in de kern (Plus, Lidl en de versspeciaalzaken) ook een verzorgingsfunctie voor de omliggende kernen Stolwijk, Ammerstol en Berkenwoude. Opvallend is dat zowel de Plus als de Lidl op afstand liggen van de belangrijkste winkelconcentratie aan de Hoofdstraat in Bergambacht.

Ten aanzien van de sector niet-dagelijkse artikelen heeft Bergambacht centrum een regionale verzorgingsfunctie die a-typisch is voor plaatsen van deze omvang. Dit komt door de aanwezigheid van enkele grote mode- en woonwinkels: Speksnijder Mode (1.730 m²), schoenenzaak Oskam (1.250 m²), Speksnijder Wonen & Slapen (1.200 m²) en Soet Interieurverzorging (1.730 m²). Hierdoor trekt Bergambacht een doelgroep die voor deze winkels komt. Door combinatiebezoek zal een deel van deze consumenten ook andere voorzieningen in het centrum bezoeken. Door dit consumentengedrag hangt de toekomst van het centrum weliswaar sterk samen met de aanwezigheid van de grote mode- en woonwinkels, maar op dit moment zijn er geen aanwijzingen dat daarin op korte termijn veranderingen zullen optreden.

Het draagvlak voor het voorzieningenaanbod in Bergambacht zal in de komende jaren nog toenemen als gevolg van een combinatie van natuurlijke bevolkingsgroei en woningbouw.

Toekomstbeeld

Het centrum van Bergambacht wordt in de gemeentelijke retailstructuur aangemerkt als *te optimaliseren centrum met een regiofunctie*. De focus ligt op een combinatie van boodschappen doen en recreatief winkelen. In het regionale detailhandelsbeleid is Bergambacht aangemerkt als (boven)lokaal compleet dorps- of gemakscentrum met autonome trekkracht door het bijzondere aanbod in mode en woninginrichting. Gekozen wordt voor een verdere profilering van Bergambacht centrum als compleet gemakscentrum. Dat betekent inzetten op versterking van het supermarktaanbod, op toevoegen van ondersteunend horeca-aanbod en op het compacter maken van het winkelgebied.

Werken aan structuurversterking

- *Versterken supermarktaanbod:* Een mogelijkheid om het supermarktaanbod in het centrumgebied te versterken is de bestaande Lidl van buiten het centrum (waar er een problematische parkeerdruk is) te verplaatsen naar een locatie in het centrum. Onderzocht wordt welke locatie in het centrum de passende fysieke ontwikkelmogelijkheden biedt in combinatie met de verkeers- en parkeersituatie. Een verplaatsing van de Plus naar een meer centrale locatie is ook een mogelijkheid, maar wordt minder reëel geacht.
- *Compacter maken centrum:* Er wordt toegewerkt naar een zoveel mogelijk aaneengesloten winkelfront om de winkels onderling

optimaal van elkaars bezoekers te laten profiteren. Waar mogelijk worden kansen benut om winkels te verplaatsen naar de kern van het winkelgebied en winkels buiten het concentratiegebied te transformeren naar woningen.

- *Herinvulling langdurig leegstaande panden:* Voor de locaties van de voormalige Marskramer (H.B. Nederburghstraat) en de panden aan de Burgemeester Uilkensstraat wordt een gezamenlijk plan gemaakt voor herinvulling / herontwikkeling. Een mogelijkheid is verplaatsing van de bibliotheek of het cultureel centrum. Als herinvulling met centrumfuncties niet mogelijk blijkt, dan is herontwikkeling naar een woonfunctie het uitgangspunt.
- *Vergroten verblijfskwaliteit centrum incl. versterken horeca-aanbod:* Met het oog de recreatieve winkelfunctie van het centrum is het gewenst de verblijfskwaliteit in het centrum in brede zin te versterken. In de eerste plaats gaat het om het benutten van kansen om horeca toe te voegen, met name daghoreca (koffiezaak / lunchroom) die ondersteunend is aan de detailhandel, maar ook restaurants. De ontmoetingsfunctie van het centrum wordt met dergelijke horeca versterkt en de verblijfsduur van consumenten verlengd. Het plein aan de Hoofdstraat/Badhuisstraat is hiervoor een geschikte locatie. Het verdient ook aanbeveling de inrichting van dit plein te verbeteren om de verblijfskwaliteit te vergroten.
- *Optimaliseren bewegwijzering parkeren:* Doorvoeren van de optimale parkeerrou팅 in bewegwijzering en type bebording.



Centrum Gouderak

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 15

Winkelvloeroppervlak 947 m²

Leegstand (m²wvo) 0 m²

Toekomstperspectief winkelgebied

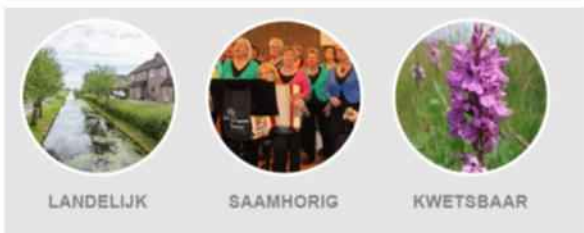


Kern Gouderak (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 2.605

Bevolkingsgroei tot 2030 -2%

Kenmerken identiteit kern:



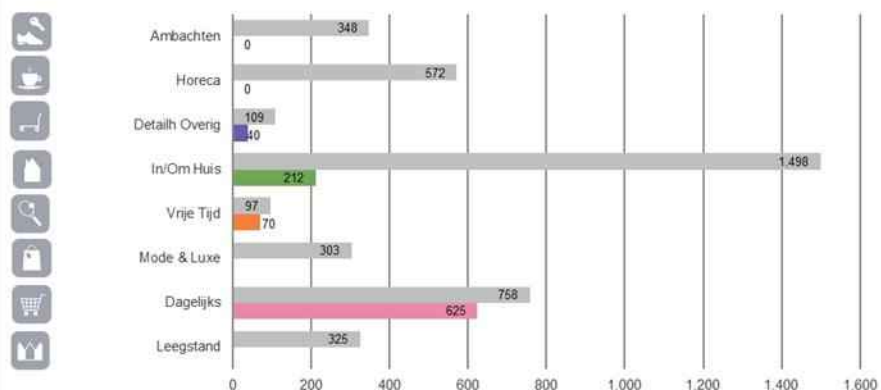
Winkelaanbod geclusterd in klein winkelcentrum rondom plein

KERNENBELEID:

Bescheiden dorp in natuurlijke omgeving

Versterken en activeren bevolking

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



3.2 Gouderak

Kenschets Gouderak

Het centrum van Gouderak is een buurtcentrum: vanwege de beperkte omvang, maar ook in relatie tot het winkelaanbod in Moordrecht aan de overkant van de Hollandsche IJssel. Hoewel kleinschalig, is het winkelaanbod in Gouderak verrassend compleet en de ruimtelijke concentratie aan de Essendreef/Kranenpoort is zeer positief. In Gouderak hangt de toekomst van het winkelaanbod samen met het blijvend beperkte inwonertal en de supermarktontwikkelingen in Gouda. Tegelijk beschikt Gouderak al geruime tijd over een beperkt inwonertal en desondanks weet de detailhandel zich goed te handhaven (waaronder een dagwinkel die met een rijdende winkel klanten in regio bedient). Het perspectief van het winkelaanbod was en is sterk afhankelijk van de bereidheid van inwoners om er te kopen.

Toekomstbeeld

Het winkelcentrum in Gouderak wordt in aansluiting op het regionale detailhandelsbeleid aangemerkt als *te consolideren centrum met een lokale functie*, gericht op boodschappen doen. Dit in afwijking van hetgeen in de K5-detailhandelsvisie was opgenomen. In dit nieuwe retailbeleid wordt geen onderscheid meer gemaakt tussen kleinere en grotere winkelgebieden met een lokaal verzorgende functie. De lokale binding aan het eigen centrum in Gouderak is nu goed. De mogelijkheden om het winkelaanbod, als voorziening en ontmoetingspunt, in de kern ook in de toekomst levensvatbaar te kunnen

houden, vormt het grootste aandachtspunt. Te meer, omdat er substantiële geen groei van het draagvlak wordt verwacht.

Werken aan structuurversterking

- *Beperkte ontwikkelingsmogelijkheden supermarkt:* In tegenstelling tot andere 'lokale winkelgebieden' in de gemeente is een uitbreiding van de supermarkt naar een moderne omvang (circa 1.000 m² vvo) in Gouderak commercieel niet haalbaar. Zeker niet gezien de ophanden zijnde ontwikkelingen in Gouda. Om het winkelaanbod als geheel bestaansrecht te laten houden wordt aan de bestaande supermarkt de ruimte geboden zijn reikwijdte op termijn te vergroten om andere producten en diensten (bijv. shop in shop, kleinschalige daghoreca) een plek te geven. De ruimtelijke opzet van het winkelcentrum biedt daarvoor ook mogelijkheden.
- *Versterken ontmoetingsfunctie:* Met het oog op de ontmoetingsfunctie en de leefbaarheid in de kern wordt ruimte geboden voor het toevoegen van kleinschalige daghoreca. Zoals een koffiehoeke, uitbreiding van de bestaande eetwinkel met ruimte voor consumenten ter plekke i.c.m. een klein terras, maar ook het toevoegen van enkele standplaatsen doordeweeks. Verder wordt ruimte geboden aan initiatieven vanuit inwoners en verenigingsleven om de levensvatbaarheid van het winkelaanbod te versterken, bijvoorbeeld door verplaatsing of toevoeging van functies (bijv. cultuur of sport).
- *Facelift uitstraling winkelcentrum:* Hoewel de ruimtelijke concentratie van het aanbod zeer positief is, blijft de fysieke uitstraling van de panden en de openbare ruimte wat achter. Een beperkte facelift is gewenst.

Centrum Haastrecht

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 46

Winkelvloeroppervlak 4.202 m²

Leegstand (m²wvo) 445 m²

Toekomstperspectief winkelgebied



Kern Haastrecht (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 4.107

Bevolkingsgroei tot 2030 1%

Kenmerken identiteit kern:



ZELFBEWUST



ONTSPANNEN



HARMONIEUS



Hoofdstraat



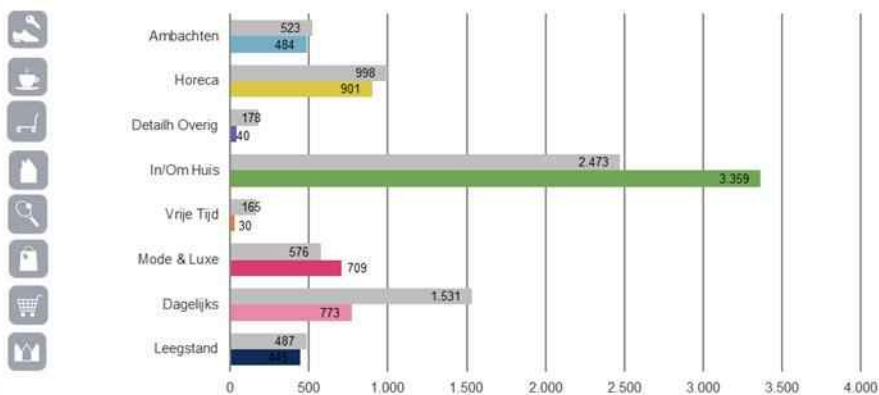
Plein Kleine Haven en Grote Haven

KERNENBELEID:

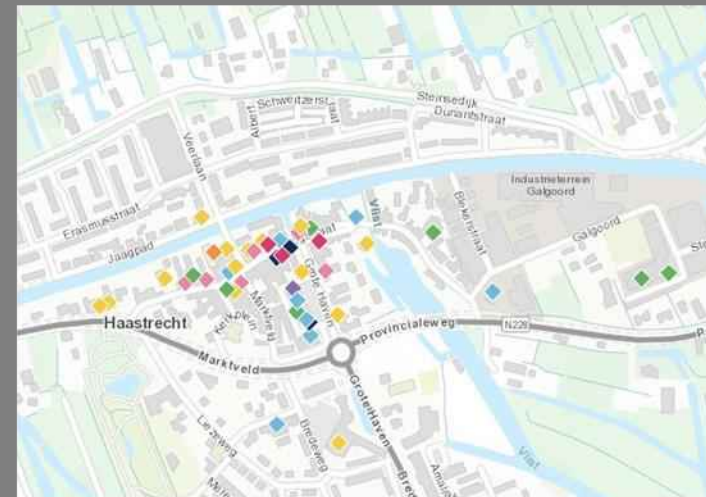
Ontspannen buitenplaats met gevoel voor harmonie

Gebruik maken van authentieke identiteit

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



3.3 Haastrecht

Kenschets Haastrecht

Het winkelaanbod in Haastrecht heeft een lokaal verzorgende boodschappenfunctie en een beperkte recreatieve functie (aanwezigheid horeca, rustpunt voor fietsers). De uitbreiding van de supermarkt is noodzakelijk voor behoud van deze verzorgingsfunctie, want de huidige supermarkt is te klein om de kernverzorgende functie naar de toekomst toe goed te kunnen blijven vervullen. Als er namelijk niets verandert zullen inwoners meer en meer gaan uitwijken naar andere aankoopplaatsen, vooral Gouda Goverwelle, zeker wanneer het supermarktaanbod daar verder vergroot is. Andere aandachtspunten in het centrumgebied zijn de leegstand en parkeren (beide met name in de Hoogstraat) en uitstraling van de openbare ruimte.

Het draagvlak in de kern neemt de komende jaren nog behoorlijk toe als gevolg van de woningbouwplannen op met name Galgoord.

Toekomstbeeld

Het centrum van Haastrecht wordt in aansluiting op het regionale en gemeentelijke detailhandelsbeleid aangemerkt als *te versterken centrum met een lokale functie*, gericht op boodschappen doen. Het toekomstperspectief van het winkelgebied hangt sterk samen met de beoogde vergroting (en verplaatsing naar Galgoord) van de supermarkt. Voor een aantrekkelijke toekomst is verder aandacht nodig voor een aantrekkelijke en passende herinvulling van het supermarktpand op de

Kleine Haven inclusief herinrichting van de openbare ruimte en herinvulling van de leegstand in de Hoogstraat.

Werken aan structuurversterking

- *Ontwikkeling Galgoord incl. verplaatsing supermarkt:* Door de toenmalige gemeenteraad van Vlist is in 2013 besloten dat uitbreiding van de supermarkt niet mogelijk is op de huidige locatie vanwege ruimtelijke ordeningsaspecten en een tekort aan parkeerplaatsen. Om die reden dient de uitbreiding in de toekomst plaats te vinden op Galgoord. De gemeenteraad heeft (januari 2018) de 'Ruimtelijke uitgangspunten voor de herontwikkeling van Galgoord' vastgesteld. Een vlotte uitvoer van de ontwikkelplannen is zeer wenselijk, want ook in Gouda staan de supermarktontwikkelingen niet stil. Uitgangspunt is dat de verplaatsing van de supermarkt gepaard gaat met maximaal twee 'dagwinkels', die niet groter zijn dan 150 m² vwo en qua branchering een dagelijks profiel hebben (food en frequent benodigde non-food, zoals versspeciaalzaken, slijterij, drogist of bloemen).
- *Verbinding supermarkt Galgoord met rest van de kern:* In de planuitwerking zal aandacht zijn voor een goede aanhaking en verbinding van Galgoord met de rest van Haastrecht en met het gebied aan de overzijde van de rivier. Hierbij wordt een onderzoek uit gevoerd naar de haalbaarheid en locatiekeuze van een tweede autobrugverbinding.
- *Herinvulling Coop-pand aan Kleine Haven:* Belangrijk is dat na verplaatsing van de supermarkt de rest van het centrum aantrekkelijk blijft. Uitgangspunt is dat het achter te laten Coop-pand een invulling

krijgt die eraan bijdraagt dat de Grote en Kleine Haven haar functie als concentratiegebied en levendige ontmoetingsplek behoudt.

Uitgangspunt is een totale herontwikkeling van het pand, om de uitstraling aan te laten sluiten op het plein. Mogelijke, passende herinvullingen zijn detailhandel (maximaal 250 m² wvo), horeca, een hotel en/of woningen (in ieder geval op verdieping). Een nieuwe supermarkt op die locatie wordt planologisch uitgesloten.

- *Herinrichting openbare ruimte Kleine en Grote Haven:* Als onderdeel van de verplaatsing van de supermarkt en herinvulling van het achterliggende pand wordt ook de openbare ruimte van het plein heringericht. De openbare ruimte wordt meer gericht op de ontmoetings- en verblijfspotentie van het plein (ook voor recreatieve bezoekers en passanten) met meer ruimte voor voetgangers en fietsers, groen en eventueel water. Daarbij zijn er mogelijkheden voor terrassen aan de zijde van de Grote Haven (zonzijde). Uitgangspunt is ook dat er wel voldoende parkeerplaatsen zijn voor auto's en fietsen, maar aantrekkelijker ingepast.
- *Kansen voor versterken recreatieve functie:* Het reeds aanwezige horeca- en cultuuraanbod (diverse musea en monumenten) biedt daartoe aanknopingspunten, evenals de ontwikkelingen in het centrumgebied en op Galgoord. Er wordt meer ruimte geboden voor horeca en terrassen, met name in het centrumgebied (Kleine/Grote Haven, Hoogstraat en aan het water). Ook is een mogelijkheid specialistisch aanbod gericht op streekproducten toe te voegen.

3.4 Krimpen aan de Lek

Kenschets Krimpen aan de Lek

Het centrum van Krimpen aan de Lek heeft een lokaal verzorgende boodschappenfunctie voor de kern. Afgelopen jaren is het winkelcentrum deels vernieuwd, waarbij ook de supermarkt is vergroot naar een moderne omvang. Het toekomstperspectief van het centrum is daarmee goed. Het winkelaanbod is compleet, ruimtelijk goed van opzet (compact) rondom een parkeerplein en aantrekkelijk qua uitstraling. De aanwezigheid van het Cultuurhuis met bibliotheek en horeca is ook sterk. Het draagvlak in de kern neemt de komende jaren nog toe als gevolg van een bevolkingsgroei en woningbouwplannen. Daarnaast gaat QuaWonen de komende jaren haar woningbouwbestand vernieuwen.

Toekomstbeeld

Het centrum van Krimpen aan de Lek wordt in de gemeentelijke retailstructuur aangemerkt als *te versterken centrum met een lokale functie*, gericht op boodschappen doen. Dit sluit ook aan op het regionale beleid. Voor een gezonde toekomst als compact boodschappencentrum is er aandacht nodig voor een aantrekkelijke invulling van de nieuwbouw van Fase 2 en voor een aantakking van de 'oude' winkelstrip aan de Hoofdstraat (Zuidelijk blok).

Werken aan structuurversterking

- *Afmaken centrumontwikkeling Fase 2 (woningen/werkruimten, parkeerterrein, openbare ruimte en Zuidelijk blok):* De nieuwbouw is noodzakelijk om het Marktplaats fysiek af te maken. Met het oog op de leegstand (zie volgende punt) is het is niet wenselijk hier nog aanvullende detailhandel toe te voegen. In het aangepaste ontwikkelplan van oktober 2017 wordt hier ook niet meer van uit gegaan (enkel werkruimten voor stadswoningen op de begane grond). Het uitgangspunt is wonen en werkruimte, echter het bestemmingsplan laat detailhandel wel toe. Dus een combinatie van winkels op begane grond en wonen op verdieping is ook mogelijk. Het geplande parkeerterrein wordt voorafgaand gerealiseerd. Ook is een renovatie van het Zuidelijk blok wenselijk als laatste 'punt op de i' in de centrumontwikkeling om tot één geheel te komen. Het initiatief voor renovatie van het Zuidblok ligt bij de eigenaren en/of huurders. Het uitgangspunt is dat een koppeling gemaakt wordt tussen 'nieuw' en 'oud' via een aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte en door het realiseren van een terras bij het Cultuurhuis. Begin 2020 zal de 1^e paal worden geslagen.
- *Leegstandpreventie:* De leegstand in het centrum is onlangs ingevuld. Het is van belang om oog te houden voor de ontwikkelingen in het centrum en het ondernemerschap te stimuleren. Op die manier kan eventuele leegstand in toekomst worden voorkomen.
- *Onderzoeken verkeersveiligheid:* Met gemeente opnieuw bespreken en onderzoeken van de aanduidingsmogelijkheden van de 30 km-zone en het realiseren van zebrapaden in het centrumgebied.

- *Toevoegen tweede supermarkt:* Het toevoegen van een tweede supermarkt in Krimpen aan de Lek kan enkel onder voorwaarde van versterking van het winkelgebied en het aanbod een toevoeging vormt op het bestaande aanbod (rekening houdend met de lokale marktomstandigheden en het aantal inwoners). Door de ligging van Krimpen aan de Lek zijn bij toevoeging van een supermarkt geen onaanvaardbare effecten voor de kleinste kernen te verwachten. Indien het een complementaire supermarkt betreft (discounter) zal het centrum een meer bovenlokale boodschappenfunctie krijgen. Het is niet wenselijk om winkelaanbod buiten de rand van het dorp toe te voegen. Een nieuwe supermarkt dient zich te vestigen binnen het geconcentreerde winkelgebied. Dit gebied wordt afgebakend door het gebied tussen de dijk en tot en met gebouw de Primeur op de Markt van Krimpen en het Cultuurhuis tot en met het zuidelijke blok van de winkels aan de ene zijde en aan de andere zijde het gebouw de Waterpoort en de nog te realiseren stadswoningen aan de rand van de Molenweide.

Centrum Krimpen aan de Lek

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 43

Winkelvloeroppervlak 5.969 m²

Leegstand (m²wvo) 1.295 m²

Toekomstperspectief winkelgebied



Kern Krimpen aan de Lek (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 6.579

Bevolkingsgroei tot 2030 10%

Kenmerken identiteit kern:



BEDRIJVIG



GEZAMENLIJK



BURGERSCHAP



Nieuwbouw De Markt van Krimpen

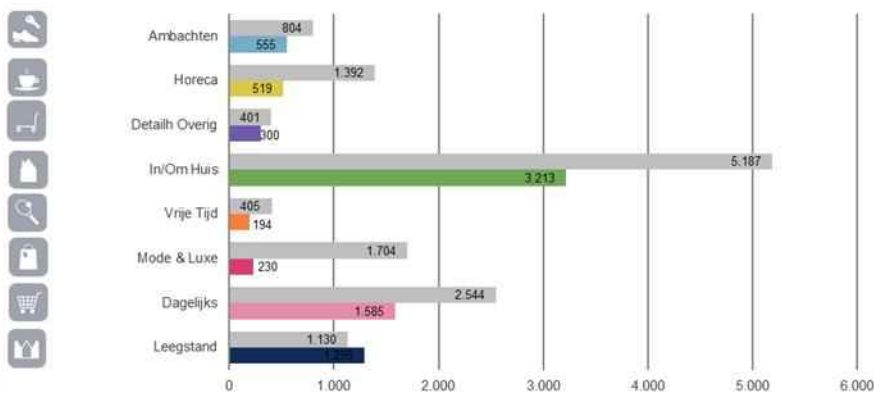


Zuidelijke blok

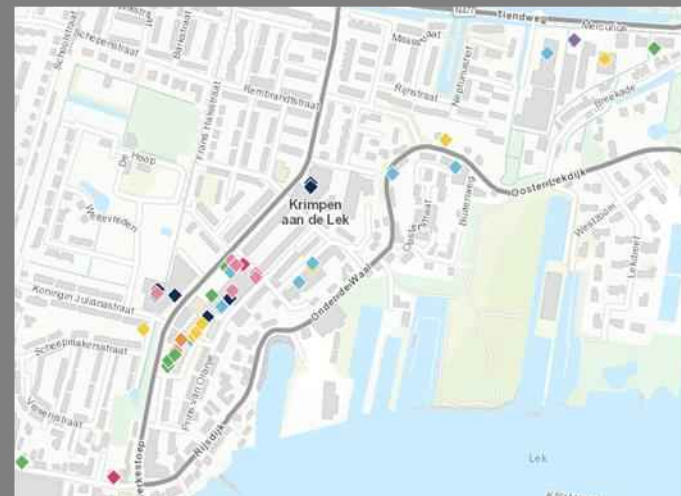
KERNENBELEID:

Rivierdorp met maritieme traditie en actieve burgers
Ontwikkelen sociale samenhang en economisch profiel

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



Centrum Lekkerkerk

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 76

Winkelvloeroppervlak 12.461 m²

Leegstand (m²wvo) 300 m²

Toekomstperspectief winkelgebied



Kern Lekkerkerk (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 7.751

Bevolkingsgroei tot 2030 -2%

Kenmerken identiteit kern:



Uiteinde Burgemeester Roosstraat met laagsegment horeca



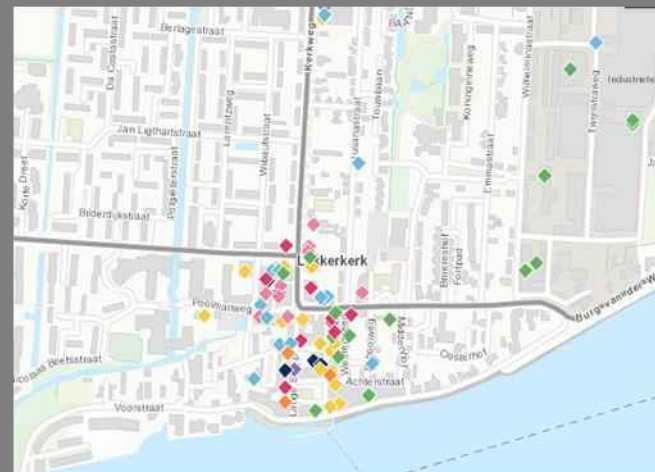
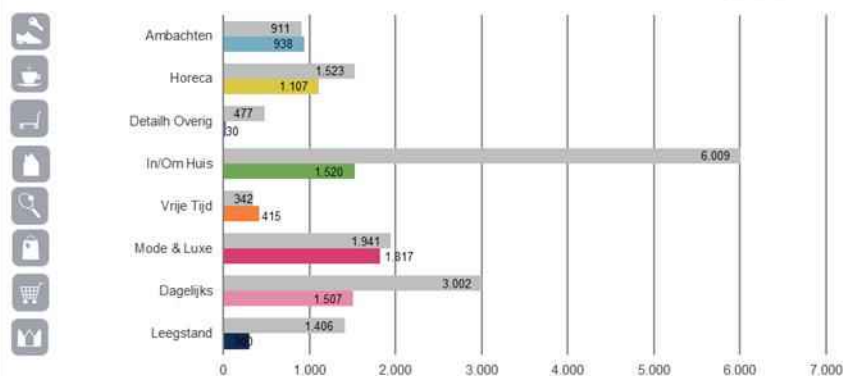
Raadhuisplein met Coop en het 'middenblok' (rechts)

KERNENBELEID:

Eenvoudig dorp met behoefte aan gezamenlijkheid

Profileren als aantrekkelijk en hedendaags forensendorp

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld

3.5 Lekkerkerk

Kenschets Lekkerkerk

Het centrum van Lekkerkerk had van oudsher een bovenlokale c.q. regionale verzorgende functie. Deze functie staat echter onder druk: door de retailontwikkelingen in de nabijgelegen winkelcentra in Krimpen a/d IJssel, Capelle a/d IJssel en Rotterdam en het gemak waarmee consumenten deze gebieden bezoeken. De verwachting is dat Lekkerkerk centrum zonder ingrijpen zijn vroegere regionale verzorgingsfunctie verder zal verliezen en steeds minder het profiel zal hebben van een recreatief winkelgebied. Desondanks is er in Lekkerkerk nog relatief veel recreatief (modisch) aanbod gevestigd en redelijk wat horeca, maar een verdere inkrimping van het winkelaanbod (aan de randen van het centrum) is te verwachten. Daarbij is de leegstand in delen van het centrum nu al relatief hoog, bijvoorbeeld in sommige dijkstoepen en rond het 'middenblok' op het Raadhuisplein. Het draagvlak voor het voorzieningenaanbod in Lekkerkerk zal in de komende jaren naar verwachting stabiliseren.

Toekomstbeeld

Lekkerkerk centrum wordt in de gemeentelijke retailstructuur aangemerkt als *te optimaliseren centrum met een lokale functie*, gericht op boodschappen doen. Dit sluit ook aan op het regionale en provinciale detailhandelsbeleid. Voor een gezonde toekomst wordt ingezet op deze nieuwe – meer lokale, en deels bovenlokale – verzorgingsfunctie. Daartoe is de versterking van het boodschappenaanbod in het centrum van belang. Met de vergroting en/of verplaatsing van de supermarkt in

het centrum als belangrijkste aandachtspunt. Aanvullend daarop blijft in Lekkerkerk een 'plus' mogelijk van unieke bovenlokale en gemeenteverzorgende winkels.

Werken aan structuurversterking

- *Versterken boodschappenaanbod*: Met het oog op de toekomstige boodschappenfunctie is het streven een moderne supermarkt te realiseren in het centrum. Dit kan bijvoorbeeld door vergroting van de bestaande Coop of, hoewel minder reëel, verplaatsing van Albert Heijn naar het centrum. Daarnaast is het wenselijk de kansen te benutten om het aantal versspeciaalzaken en de daghoreca (lunch/koffie) in het winkelgebied te versterken. Ook zou het verplaatsen van de bibliotheek of realisatie van een multifunctionele accommodatie in het centrum een mooie toevoeging op het boodschappenaanbod vormen.
- *Herstructurering Raadhuisplein in combinatie met supermarkt-ontwikkeling*: In combinatie met het vorige punt wordt onderzocht wat mogelijk is, met als doel tot een ontwikkelopgave te komen. Daarin wordt meegenomen hoe een ander pijnpunt in het centrum, namelijk de blokkade en uitstraling van het 'winkelblok' midden op het plein en de leegstand rondom, opgelost kan worden. Onderdeel van de ontwikkelopgave is ook een aanpak van de totale uitstraling van het winkelgebied, waaronder ook de verkeerssituatie en het parkeren.
- *Afbakening kernwinkelgebied*: De Burgemeester Roosstraat heeft als winkelstraat nog maar deels perspectief: het omslagpunt ligt ergens tussen de Korte Achterweg en het Kerkplein. Aan het uiteinde (tussen Kerkplein en Voorstraat) zijn alleen nog (laagsegment)

horecavestigingen en enkele leegstaande panden aanwezig. De Lange Stoep, Voorstraat en Kerkplein hebben nu al geen winkelprofiel meer. Met het oog op de compactheid van het centrum wordt het kernwinkelgebied duidelijk afgebakend en wordt dit vertaald in het bestemmingsplan en in de inrichting van de openbare ruimte.

- *Herinvulling leegstand:* Voor de leegstaande panden aan de Burgemeester Roosstraat (en rond het 'middenblok' aan het Raadhuisplein) wordt met de betreffende vastgoedeigenaren onderzocht wat een reële toekomstige invulling is en hoe deze te realiseren. Mogelijk dat een relatie gelegd kan worden met de doelstellingen uit het Kernenbeleid, waarbij het Rivierfront de basis is voor het aantrekken van (dag-)toerisme, herpositionering van de kern als centrum voor (sport)recreatie en vermaak voor de jeugd en daarvoor ruimte geboden wordt aan ondernemerschap.

alist ANVC



MIDSEASON SALE

Wij maken ruimte voor de
year-end collectie dus...
NU op heel veel artikelen

30% korting

FLIRT

in jouw stijl

LEKKERKRIK Burg. Kousstrat 26
JONGERENHART Ma. Jolstraat 1
H. PONDRE "MT" B. Jolstraat 4
facebook: flirt @flirtjouwstijl
instagram: flirt_jouwstijl

FLIRT SALE



Centrum Ouderkerk aan den IJssel

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 39

Winkelvloeroppervlak 3.844 m²

Leegstand (m²wvo) 327 m²

Toekomstperspectief winkelgebied



Kern Ouderkerk aan den IJssel (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 5.873

Bevolkingsgroei tot 2030 5%

Kenmerken identiteit kern:



STRIKT



IJVERIG



ENCLAVE



Verspreide winkel in de Dorpsstraat



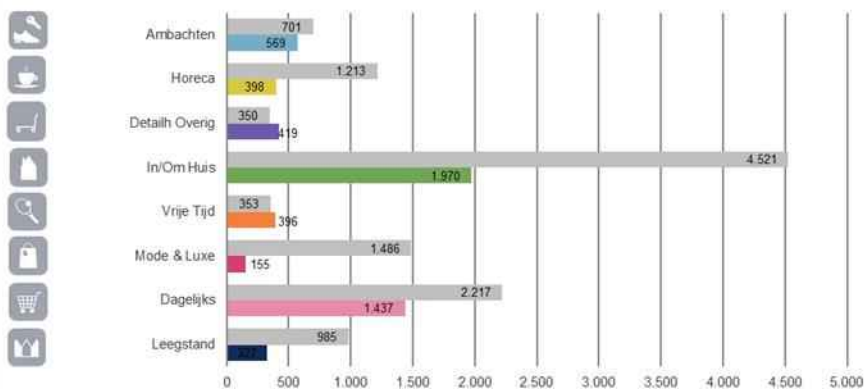
Braakliggend terrein naast Plus

KERNENBELEID:

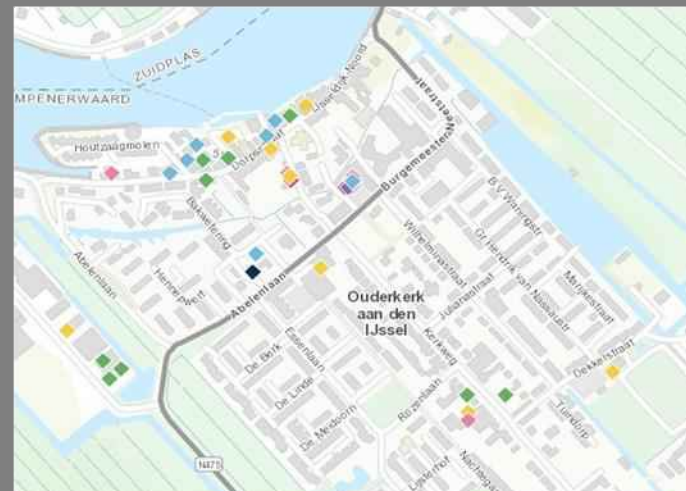
Dorpsgemeenschap met normbesef en gewaardeerde rust

Benutten van nijvere dorpsgemeenschap

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



3.6 Ouderkerk aan den IJssel

Kenschets Ouderkerk aan den IJssel

Het winkelaanbod in Ouderkerk aan den IJssel is momenteel kernverzorgend, met name door de aanwezigheid van een supermarkt van moderne omvang. De winkelstructuur in de kern is echter niet optimaal, omdat er de enige winkelconcentratie de 'buurtstrip' rondom de supermarkt (De Wetering) is. Het overige aanbod ligt verspreid over de kern met weinig onderlinge samenhang. Het perspectief van de supermarkt is redelijk goed. Het perspectief van het overige winkelaanbod is afhankelijk van de individuele ondernemers en de bereidheid van inwoners om er te kopen.

Het draagvlak in de kern neemt de komende jaren nog wat toe, vooral als gevolg van natuurlijke bevolkingsgroei, maar in Ouderkerk hangt het toekomstperspectief van het winkelaanbod sterk samen met de eventuele toekomstige ontwikkelingen in Krimpen a/d IJssel (Crimpenhof).

Toekomstbeeld

Het centrum van Ouderkerk aan den IJssel wordt in de gemeentelijke retailstructuur aangemerkt als *te consolideren centrum met een lokale functie*, gericht op boodschappen doen. Dit sluit aan op het regionale beleid. Voor de toekomst als volwaardig boodschappencentrum is het wenselijk de versnippering van het winkelaanbod tegen te gaan. Ook moeten de parkeermogelijkheden rondom de supermarkt worden verbeterd.

Werken aan structuurversterking

- *Ontwikkeling naast Plus i.c.m. verbetering parkeersituatie:* Onderzocht wordt in hoeverre de toekomstige ontwikkeling van het braakliggende terrein naast de supermarkt (voormalig zorgcomplex aan Burgemeester Neetstraat) benut kan worden om het winkelaanbod meer te concentreren en ook de parkeersituatie (capaciteit) te verbeteren. Door commerciële ruimten in de plint te realiseren kan bestaand winkelaanbod op de oude dijk (Dorpsstraat) verplaatst worden en/of kan de bestaande supermarkt geoptimaliseerd worden. Dit levert ook verbetering op van de verkeers- en parkeersituatie op de Dorpsstraat.
- *Transformatie naar woningen op Dorpsstraat:* Voor leegstaande en leegkomende winkels op de Dorpsstraat is het uitgangspunt dat deze een nieuwe invulling krijgen als woning (of woon-werklocatie) en niet langer de mogelijkheid te houden tot invulling als winkel. Dit krijgt zijn beslag in het bestemmingsplan.

In Ouderkerk aan den IJssel heeft geen lokale werksessie plaatsgevonden en ook was er geen afvaardiging vanuit de kern aanwezig tijdens de bijeenkomsten met de klankbordgroep en andere belanghebbenden. De ondernemers gaan op eigen gelegenheid aan de slag met hun centrumgebied. Er vindt onder meer op het gebied van samenwerking een verkenning plaats naar het organiseren van een BIZ en men ziet kansen voor horeca in combinatie met dagrecreatie.

Albert Plesmanstraat

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 9

Winkelvloeroppervlak 1.010 m²

Leegstand (m²wvo) 0 m²

Toekomstperspectief winkelgebied

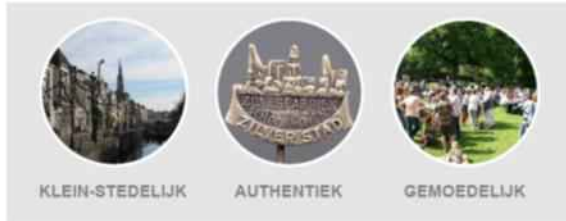


Kern Schoonhoven (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 12.482

Bevolkingsgroei tot 2030 6%

Kenmerken identiteit kern:

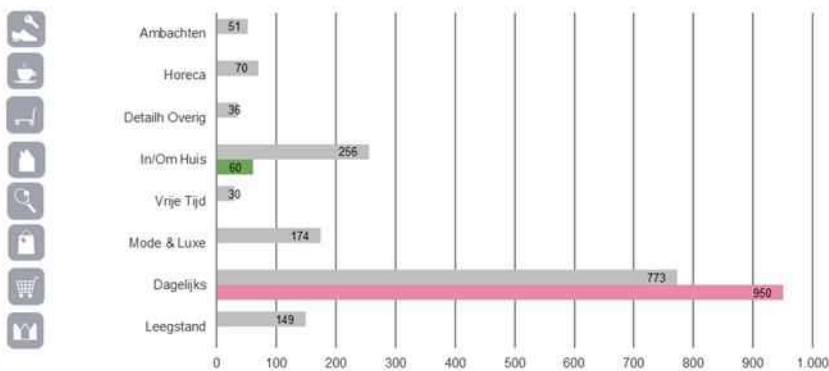


KERNENBELEID SCHOONHOVEN:

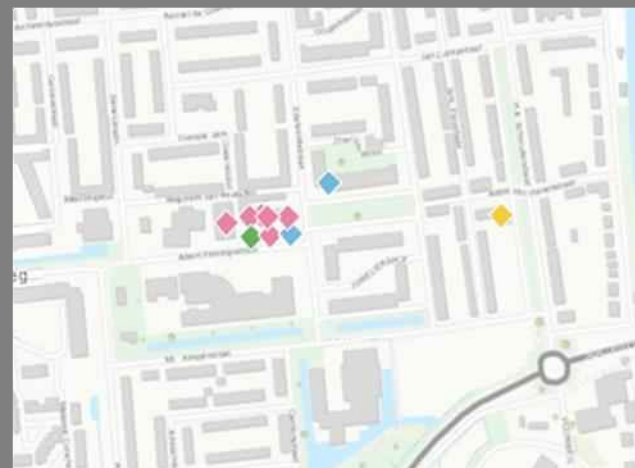
Zilverstad met historische allure

Authentiek centrum voor Ambacht en Hedendaags Design

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



3.7 Schoonhoven - Albert Plesmanplein

Kenschets Schoonhoven Albert Plesmanplein

Door het vrij complete aanbod met twee supermarkten (recente vernieuwde en vergrote Plus⁸ en Lidl) en het aanvullende dagelijkse aanbod kan het Schoonhoven Albert Plesmanplein gezien worden als een (klein) wijkcentrum. Het winkelgebied heeft een primaire verzorgingsfunctie voor het noordelijk deel van Schoonhoven. Secundair trekt het Schoonhoven Albert Plesmanplein bezoeker aan uit de rest van Schoonhoven, uit Vlist en de gemeente Lopik. Deze aantrekkingskracht wordt vooral verklaard door de regionale aantrekkingskracht van discountsupermarkt Lidl. De verzorgingsfunctie verstevigt naar de toekomst toe, als gevolg van de ophanden zijnde vergroting van Lidl en de facelift van het winkelgebied. Daarmee beschikt het Schoonhoven Albert Plesmanplein straks als enige winkelgebied in de gemeente over twee supermarkten van moderne omvang (>1.000 m² wvo).

Toekomstbeeld

Het Schoonhoven Albert Plesmanplein wordt in aansluiting op het regionale detailhandelsbeleid aangemerkt als *te versterken centrum met een lokale functie*, gericht op boodschappen doen. Dit in afwijking van de positie van het centrum in het eerdere K5-beleid (buurtcentrum), wat alles te maken heeft met de toekomstige aanwezigheid van twee moderne supermarkten. De compacte ruimtelijke opzet in combinatie met parkeren

voor de deur is nu al passend bij de verzorgingsfunctie. Dit zal straks nog versterken door een verbetering van de inrichting van de openbare ruimte.

Werken aan structuurversterking

- *Realiseren ontwikkelplannen*: Het doorgaan van de ontwikkelplannen met vergroting Lidl en de facelift openbare ruimte heeft voor het winkelgebied de hoogste prioriteit. Uitgangspunt is ook dat de verplaatsing van de kiosken op het plein onderdeel wordt van de plannen, om tot een betere routing tussen de beide supers te komen via het overige winkelaanbod en om de verkeers- en parkeersituatie te verbeteren. Op 2 juli heeft het college de overeenkomst met betrokken partijen vastgesteld, waarmee het plan van aanpak voor het gebied vastligt.
- *Kansen voor daghoreca*: Wat aanbod betreft zijn er kansen voor het toevoegen van daghoreca (koffie/lunchroom) om de ontmoetingsfunctie van het centrum te verbeteren en het verblijf van bezoekers te veraangename. Op dat vlak zijn er ook kansen door in te spelen op de aanwezigheid van de scholen in de omgeving.

⁸ Tevens één van de pilotwinkels van Plus voor de formule-vernieuwing.

Centrum Schoonhoven

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 147

Winkelvloeroppervlak 9.448 m²

Leegstand (m²wvo) 632 m²

Toekomstperspectief winkelgebied

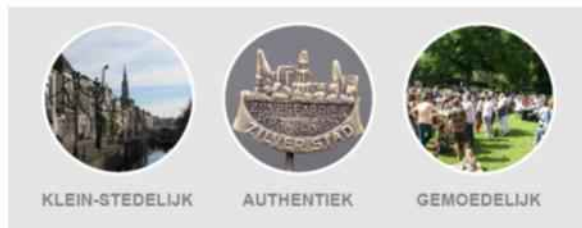


Kern Schoonhoven (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 12.482

Bevolkingsgroei tot 2030 6%

Kenmerken identiteit kern:

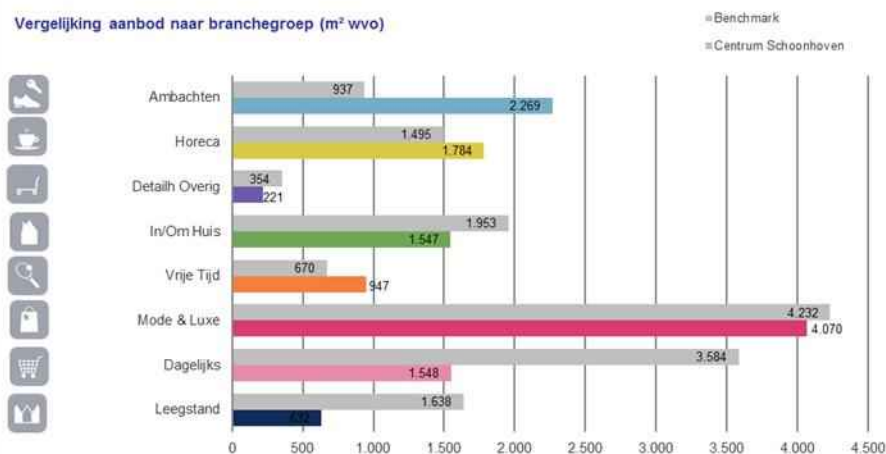


KERNENBELEID SCHOONHOVEN:

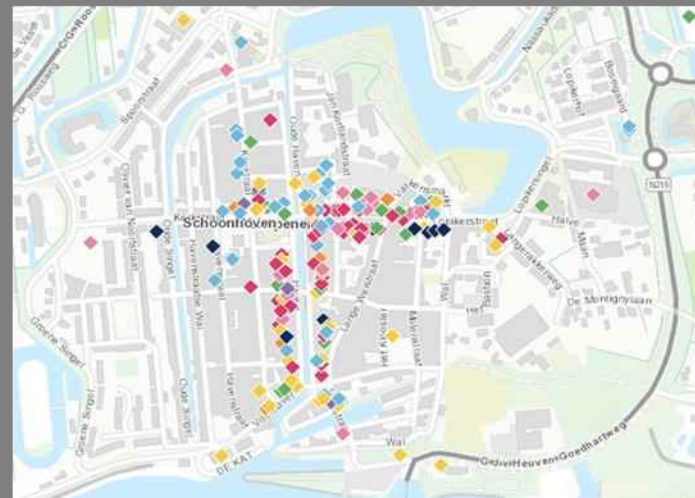
Zilverstad met historische allure

Authentiek centrum voor Ambacht en Hedendaags Design

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



3.8 Schoonhoven - Centrum

Kenschets Schoonhoven Centrum

Door het relatief grote winkelaanbod in niet-dagelijkse artikelen heeft het centrum een regiofunctie voor de niet-dagelijkse aankopen en voor het recreatief winkelen. Echter, in algemene zin staat er druk op de regiofunctie van Schoonhoven centrum als aankooplocatie, want consumenten bezoeken steeds vaker grotere winkelgebieden voor dit soort aankopen of kopen de producten online. Voor een gezonde toekomst is enerzijds de boodschappenfunctie en anderzijds de recreatieve verblijfsfunctie van het centrum van belang. Door de karakteristieke en historische uitstraling, de ligging aan het water en de signatuur als Zilverstad (met bijbehorend winkelaanbod) vervult het centrum van Schoonhoven ook een belangrijke functie in het kader van recreatie en toerisme. Het historische karakter en zilververleden is enerzijds 'het geheime wapen' van Schoonhoven (met oog op toerisme), maar anderzijds ook een moeilijkheid, omdat er daardoor nauwelijks grootschalige winkelpanden beschikbaar zijn.

Het draagvlak in de kern neemt de komende jaren nog toe als gevolg van een verwachte bevolkingsgroei en verschillende woningbouwplannen. In absolute zin groeit Schoonhoven het meest van alle kernen in de gemeente.

Toekomstbeeld

Het centrum van Schoonhoven wordt in aansluiting op het regionale en provinciale detailhandelsbeleid aangemerkt als *te optimaliseren centrum*

met een regiofunctie. In het regionale detailhandelsbeleid is het centrum van Schoonhoven aangemerkt als streekverzorgend themacentrum (niet-dagelijks). Omdat de functie die het centrum heeft als recreatief winkelgebied onder druk staat, wordt ingezet op een verdere profilering als recreatief verblijfsgebied (toerisme / Zilverstad) en het versterken van de verzorgingsfunctie in dagelijkse aankopen. Juist voor het doen van de boodschappen en de frequente niet-dagelijkse aankopen kan de retail in het centrum in de toekomst wel een regioverzorgende functie hebben. Uiteraard behoudt het centrum een regiofunctie voor recreatief verblijf: horeca en uitgaan.

Voor de ontwikkeling van het centrum betekent het toekomstbeeld dat niet zo zeer ingezet wordt op versterking van het winkelaanbod, maar dat ingezet wordt op het aantrekken van functies die de verblijfsfunctie van het centrum verhogen (horeca, terrassen, ambachten, kunst en cultuur, evenementen) en op versterking van het dagelijkse winkelaanbod (met name in de vorm van een supermarkt). Hierbij speelt ook de focus op Schoonhoven als zilverstad een belangrijke rol. Voor een gezonde toekomst moet aandacht zijn voor de aanpak van de leegstand. Ook moet het probleem van het beperkte aantal, de spreiding en de bereikbaarheid van parkeerplaatsen aangepakt worden.

Werken aan structuurversterking

- *Aantrekken nieuwe detailhandel en horeca:* het consumentengedrag (mobiliteit, internet) maakt dat winkelketens wegtrekken uit 'kleinere centra' zoals Schoonhoven. Door het ondernemerscollectief en de vastgoedeigenaren moet dan ook ingezet worden op het aantrekken

van zelfstandigen en filialen van (regionale) ketenbedrijven die passen bij de aard en schaal van Schoonhoven centrum. Daarbij is specifieke acquisitie gewenst op starters en ambachten ter verrijking van de binnenstad. Om deze bedrijven een zet in de goede richting te geven zouden ervaren ondernemers in Schoonhoven ondersteuning kunnen bieden.

- *Aanpak leegstand:* Verwacht wordt dat het winkelaanbod in algemene zin niet meer substantieel groeit in Schoonhoven. De herinvulling van leegstaande panden moet dan ook in de vorm van trekkers (bv. Action) in combinatie met samenvoeging panden dan wel, mits vestiging van grotere formules echt niet mogelijk blijkt, in aanbod vooral buiten de detailhandel gezocht worden. Mogelijk is een voormalig winkelpand wel aantrekkelijk voor horeca, ambacht, dienstverlening, atelier of een mengvorm daarvan, waarbij uiteraard *blurring* met detailhandel mogelijk blijft. Vastgoedeigenaren moeten dan wel begrijpen dat aan dergelijke functies passende huurprijzen gevraagd moeten worden. Als een commerciële invulling niet meer past is herontwikkeling naar wonen mogelijk aan de randen van het winkelgebied (met name oostelijke uiteinde Lopikerstraat en Kerkstraat). In de Haven wordt juist ruimte geboden voor een gewenste 'inbreiding' van winkels en commerciële functies, zodat een meer aaneengesloten winkelfront en sterker kernwinkelgebied ontstaat.
- *Ruimte voor horeca en terrassen:* Zeer belangrijk in het verder profileren van het centrum als verblijfsgebied is dat ruimte wordt geboden aan horeca en bijbehorende terrassen. De aangewezen locatie daarvoor is de omgeving van de Dam en de Haven. De positie

van de auto in de binnenstad wordt nader overwogen, bijvoorbeeld een vorm waarbij automobilisten zich als 'gast' gedragen en vooral aan de voetgangers en horeca de ruimte wordt geboden. De inrichting van het gebied moet daarop worden afgestemd, bijvoorbeeld volgens de principes van 'shared space'. De keuzes hierin moet in samenhang gezien worden met de parkeersituatie.

- *Parkeersituatie:* Op basis van een pilot in het centrum van Schoonhoven blijkt dat het parkeeraanbod voldoende is om de vraag te kunnen invullen. Om de kwaliteit op het gebied van parkeren op niveau te houden is het van belang om de komende jaren te blijven monitoren. Daarbij is ook aandacht voor de bewegwijzering van autobezoekers naar de kort- en langparkeerplaatsen en het parkeren voor bewoners in het centrum. Het zou goed zijn wanneer er dan nadrukkelijker gehandhaafd wordt op foutparkeerders en op het gebruik van de parkeerschijf in de blauwe zones. Onderdeel van het plan is ook fietsparkeren. Fietsers moeten hun fiets op de juiste plaatsen kunnen stallen, zoveel mogelijk in het centrum, zonder dat het de voorzieningen belemmert.
- *Herstructurering Doelenplein in combinatie met parkeersituatie en supermarktontwikkeling:* Het Doelenplein is niet goed aangetakt op het centrum, de uitstraling van het plein is matig en de verdeling tussen bewoners- en bezoekersparkeren is onevenwichtig. Mede door de parkeerfunctie van het plein, ligt er een kans om tot een gebiedsontwikkeling te komen waarbij het dagelijks aanbod in het centrum versterkt kan worden. Bijvoorbeeld door vergroting van de Spar-supermarkt naar een moderne omvang. Een versterking van het dagelijks aanbod sluit ook aan op de verdere groei van het draagvlak

in Schoonhoven. Onderzocht wordt of tot een ontwikkelopgave gekomen kan worden.

- *Benutten van kansen toeristisch-recreatieve bezoekers:* Uitgangspunt is dat verder ingezet wordt op het historische karakter en de profilering van Schoonhoven als Zilverstad, omdat dit de plaats uniek maakt binnen de regio. Van belang daarbij is het 'comfort' voor de bezoeker. Dit uit zich niet alleen in ruimte voor horeca en terrassen (zie hiervoor), maar ook in een aantrekkelijke en eenduidige inrichting van de openbare ruimte, de aankleding en uitstraling van de panden en een heldere informatievoorziening (m.b.t. routes, entrees, locaties, evenementen, voorzieningen etc.). Uitgangspunt is dat het verhogen van de kwaliteit zich vooral richt op de as Veerstraat, Tol, Haven, Dam, Oude Haven. Verder kunnen mogelijk extra bezoekers aangeboord worden door nadrukkelijker een stop te zijn tijdens riviercruises.

Centrum Stolwijk

Bezoekmotief



Aantal verkooppunten 43

Winkelvloeroppervlak 4.093 m²

Leegstand (m²wvo) 1.565 m²

Toekomstperspectief winkelgebied



Kern Stolwijk (actuele gegevens mei 2019)

Inwonertal kern 5.141

Bevolkingsgroei tot 2030 -1%

Kenmerken identiteit kern:



NIJVERIG



TRADITIONEEL



NUCHTER



Dorpsplein



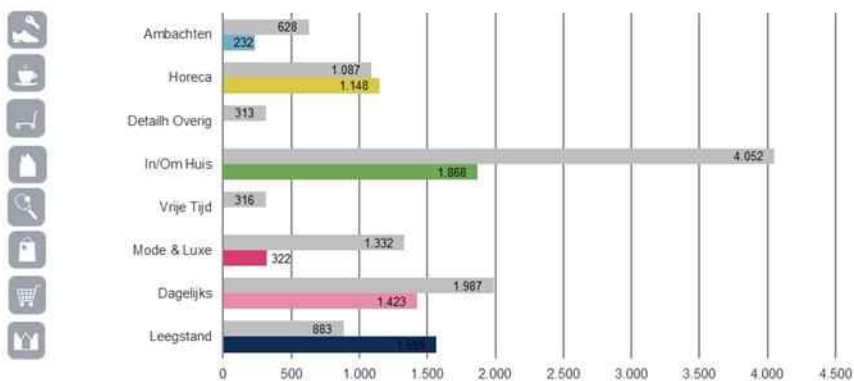
Populierenlaan en Goudseweg

KERNENBELEID:

Dorpsgemeenschap van nuchtere doeners

Versterken ondernemersklimaat

Vergelijking aanbod naar branchegroep (m² wvo)



*Peildatum november 2017, mits anders vermeld



3.9 Stolwijk

Kenschets Stolwijk

Het winkelaanbod in Stolwijk heeft een lokaal verzorgende boodschappenfunctie. Het centrumgebied is redelijk toekomstbestendig. Dit komt voor een belangrijk deel door de ruimtelijke concentratie rondom een centraal plein (compact) in combinatie met twee supermarkten. Het verdere winkelaanbod is behoorlijk compleet met enkele speciaalzaken die een bovenlokale aantrekkingskracht hebben (bijv. in bruin- en witgoed). Ook is er een ruim horeca-aanbod. Onlangs zijn de appartementen op de hoek Populierenlaan/Goudseweg (tegenover gemeentehuis) opgeleverd en is de openbare ruimte van het Dorpsplein gerevitaliseerd. Aandachtspunten zijn de parkeerdruk en de verkeerssituatie.

Het draagvlak in de kern zal in de komende jaren hooguit stabiliseren. De geplande woningbouw is noodzakelijk om het inwonertal op peil te houden.

Toekomstbeeld

Het centrum van Stolwijk wordt aansluitend op het regionaal beleid aangemerkt als *te consolideren centrum met een lokale functie*, gericht op boodschappen doen. Aandacht voor de inrichting van de openbare

ruimte, voldoende parkeerplaatsen en een breed voorzieningenaanbod is van belang om de verzorgingsfunctie te behouden.

Werken aan structuurversterking

- *Versterking dagelijks aanbod:* De Plus-supermarkt is redelijk kleinschalig, maar er is geen directe aanleiding voor een vergroting, omdat het draagvlak niet groeit in Stolwijk. Daarbij heeft het winkelgebied met de Emté⁹ al een supermarkt van moderne omvang (> 1.000 m²). De toekomstige combinatie van formules Plus en Coop is niet sterk aanvullend op elkaar. Op dit punt gelden de uitgangspunten uit paragraaf 2.3 Visie op supermarktontwikkelingen. Aansluitend op de gemeentelijke ambitie om kansen te pakken in de toeristisch-recreatieve profilering, is het wel een mogelijkheid specialistisch aanbod gericht op streekproducten toe te voegen (zoals een kaaswinkel) en het centrum nadrukkelijker aan te sluiten op toeristische (wandel- en fiets)routes.

⁹ Door de recente overname van Emté door Jumbo/Coop zal deze winkel van formule veranderen en worden omgebouwd tot een Coop.

Gemeentebreed uitvoeringsprogramma

Gemeente

Hoofdpunten

Verkennen lokale ontwikkelopgaven 'te optimaliseren centra' t.b.v. versterking centrum en supermarktaanbod

Deels vrijgeven zondags-openstelling supermarkten en toeristische centra

Juridisch-planologische vertaling van visie

Andere acties 2019

Uitwerken uitgangspunten visie in ander beleid

Aanstellen 1 gemeentelijk aanspreekpunt per kern

Andere acties t/m 2022

Afstemming t.a.v. plannen en onderhoud/beheer van openbare ruimte

Ondernemers

Hoofdpunten

Verkennen gemeentebrede collectieve financiering

Acquisitie en leegstandsbestrijding

Andere acties 2019

Marketing en promotie

Verkennen aanstellen gezamenlijke centrum-manager

Versterken ondernemerschap

Andere acties t/m 2022

Hernieuwen van lokale samenwerking

Monitoring en evaluatie

Onderlinge afstemming

Lokale ontwikkelopgaven

Regionale functie,
focus op recreatief
winkelen/verblijf

Lokale functie
focus op boodschappen

Te optimaliseren
centra: actief
aan de slag

Bergambacht: Inzetten op profiel van compleet gemakscentrum. Compact maken centrum i.c.m. versterken supermarktaanbod, invulling leegstand, verhogen verblijfskwaliteit (horeca en plein) en optimaliseren bewegwijzering en parkeren.

Lekkerkerk: Inzetten op lokale en bovenlokale boodschappenfunctie. Herstructurering Raadhuisplein en compact maken centrum i.c.m. realisatie volwaardige supermarkt, meer vers en horeca, verbeteren uitstraling en verkeers-/parkeersituatie.

Schoonhoven centrum: Inzetten op recreatief verblijfsprofiel / Zilverstad en bovenlokale boodschappenfunctie. Aanpak leegstand, monitoren parkeersituatie, ruimte voor horeca en terrassen. Onderzoeken herstructurering Doelenplein i.c.m. parkeersituatie en realiseren volwaardige supermarkt.

Te versterken
centra: afmaken
lopende plannen

Haastrecht: ontwikkeling supermarkt op Galgoord i.c.m. herinvulling voormalige supermarkt en herinrichting openbare ruimte in het centrum.

Krimpen a/d Lek: Afmaken centrum-ontwikkeling Fase 2.

Plesmanplein: Realiseren ontwikkelp-lannen supermarkt en openbare ruimte

Te consolideren
centra: beperkte
maatregelen

Goudarak: Versterken ontmoetingsfunctie en uitstraling winkelcentrum.

Ouderkerk a/d IJssel: Onderzoeken ontwikkeling naast Plus i.c.m. aanpak parkeersituatie

Stolwijk: Versterken dagelijks aanbod

Samenvatting hoofdpunten uitvoeringsprogramma

Retailvisie Krimpenerwaard

4 | Uitvoeringsprogramma

Dit hoofdstuk geeft aan welke acties en maatregelen nodig zijn in de uitvoering naar de gewenste retailstructuur. Ondernemers en vastgoedeigenaren zijn aan zet, maar ook voor de gemeente liggen er opgaven.

Actiepunten met gemeentebrede reikwijdte

Een samenvatting van de belangrijkste benodigde acties is opgenomen in de figuur hiernaast. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen de projecten waar de ondernemers (collectief) voor aan de lat staan en waar de gemeente de trekker van is, waaronder ook de te verkennen van lokale ontwikkelopgaven in de drie ‘te optimaliseren centra’ (Bergambacht, Lekkerkerk en Schoonhoven Centrum). De actiepunten met een gemeentebrede reikwijdte zijn ook opgenomen in tabel 4.2, waarin is aangegeven welke partijen betrokken zijn, wie de trekker is (vetgedrukt), wat globaal het tijdspad is en welke prioriteit het punt heeft.

Lokale ontwikkelopgaven (per centrumgebied)

De benodigde structuurversterkende maatregelen staan per winkelgebied samengevat in de figuur hiernaast en ook in de tabellen 4.3 t/m 4.5. Afhankelijk van de prioritering die het centrum heeft meegekregen (te optimaliseren centrum, te versterken centrum, te consolideren centrum) is een andere mate van gemeentelijke inzet gewenst. Per actiepunt is aangegeven welke partijen betrokken zijn, wie de trekker is, wat globaal het tijdspad is en welke prioriteit het punt heeft. De actiepunten uit de lokale actieplannen per winkelgebied zijn hierin niet opgenomen, maar

terug te lezen in het document ‘Actieplannen per winkelgebied’. Het College zal in samenspraak met de ondernemersverenigingen de lokale actieplannen uitwerken.

4.1 Rol gemeente

De voornaamste acties van de overheid in het realiseren van de visie zijn de planologische vertaling en facilitering ervan in ruimtelijke plannen, uitwerking in ander relevant beleid, actieve handhaving, inrichting en beheer van openbare ruimte en economische stimulering. Dit laatste punt komt met name tot uitdrukking in de samenwerking met marktpartijen.

De gemeente geeft ruimte aan ondernemers en vastgoedeigenaren om kansen te benutten door te faciliteren en kaders te stellen. Daarin neemt de gemeente een actieve rol aan. Slechts ten dele neemt de gemeente een initiërende houding aan. Verder zijn de marktpartijen aan zet, maar ook het verenigingsleven, en culturele en maatschappelijke organisaties, om levendige en samenhangende centrumgebieden te verwezenlijken door met plannen en initiatieven te komen. Afhankelijk van de aard van de plannen zal de gemeente haar rol bepalen.

Verkennen ontwikkelopgaven in ‘te optimaliseren centra’ en afmaken ontwikkelingen in ‘te versterken centra’

- In de kernen Bergambacht, Schoonhoven en Lekkerkerk heeft versterking van het centrumgebied prioriteit. Bijvoorbeeld door een supermarktontwikkeling, door het centrum compacter te maken, door

ruimte te bieden voor horeca, door de verkeers- en parkeersituatie te verbeteren of door te openbare ruimte aan te pakken. In deze centra is, in lijn met de visie, een actieve houding vanuit de overheid gewenst en een verkenning van de ontwikkelopgaven.

- Specifiek zijn supermarkontwikkelingen gewenst in de centrumgebieden van Lekkerkerk, Bergambacht en Schoonhoven, mits op de juiste plekken daarbinnen en wordt voldaan aan de beschreven voorwaarden. Een actieve, sturende houding vanuit de gemeente is gewenst. Daarnaast hebben de geplande supermarkontwikkelingen op het Schoonhoven Albert Plesmanplein, op Galgoord in Haastrecht en het afmaken van de centrumontwikkeling in Krimpen aan de Lek prioriteit.

Juridisch-planologische vertaling

- We streven bij elke kern in principe naar een compact winkelgebied met een meer aaneengesloten winkelfront. Er wordt hierbij niet actief gestuurd op verplaatsingen van verspreide winkels. Waar kansen zich voordoen wordt het streven naar een compact winkelgebied voor zover mogelijk wel in de juridisch planologische afweging meegenomen. In een later stadium wordt, voor zover nog niet bekend, de exacte begrenzingen van de (compacte) winkelgebieden samen met de winkeliersverenigingen bepaald. Nadat de begrenzing van de compacte winkelgebieden bekend is, kan de gemeente indien van toepassing, door middel van juridisch-planologische uitwerking hierop sturen. Hierbij wordt wat betreft de omvang van het winkelgebied en het areaal per kern rekening gehouden met de

functie van het winkelapparaat (lokaal of bovenlokaal) en het verzorgingsgebied.

- De uitgangspunten in dit beleid vormen ook de bouwstenen voor de Omgevingsvisie Krimpenerwaard en het Omgevingsplan Krimpenerwaard.

Vertaling in ander beleid

Onlangs is het standplaatsenbeleid, winkeltijdenverordening en de uitwerking voor de woonvisie vastgesteld en wordt er gewerkt aan de opstelling van o.a. het terrassenbeleid. De uitgangspunten in de Retailvisie ten aanzien van deze onderwerpen zijn en worden daarin verder uitgewerkt.

Handhaving

Handhaving hoeft niet specifiek benoemd te worden in een beleidsnota. Ruimte voor ondernemerschap onder voorwaarde van een gelijk speelveld is echter een belangrijk uitgangspunt in de Retailvisie. Vanuit dat oogpunt wordt er nadrukkelijk gewezen op de juridische mogelijkheden die de gemeente heeft om beleid te handhaven.

Openbare ruimte

Opgaven in de openbare ruimte in en rondom de centrumgebieden, zoals de verkeerssituatie, parkeren, inrichting openbare ruimte en bewegwijzering, maar ook positionering van warenmarkt en standplaatsen zijn de verantwoordelijkheid van de gemeente.

- In kernen waar investeringen en wijzigingen op dit gebied beoogd worden, wordt periodiek overlegd met ondernemers en worden plannen en uitvoering nauw met hen afgestemd.
- Vanuit beheer en onderhoud vindt in alle centrumgebieden een periodieke centrumschouw plaats samen met gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. Hierin worden problemen ten aanzien van schoon, heel en veilig gesignaleerd en vertaald naar acties.

Samenwerking gemeente en ondernemers

Een sterke publiek-private samenwerking is een voorwaarde voor toekomstbestendige winkelgebieden. In algemene zin verloopt de samenwerking tussen ondernemers en gemeente positief.

- De systematiek met twee bedrijfscontact-functionarissen werkt goed. Per kern wordt één vast aanspreekpunt aangewezen.
- De gemeente werkt aan ontwikkeling van een houding van écht partnership, in plaats van een puur toetsende houding, onder andere middels interne trainingen.
- In de samenwerking tussen ondernemers onderling (op centrumniveau en op gemeente-overkoepelend niveau) neemt de gemeente een faciliterende houding aan. Dit doet de gemeente door menskracht en financiële ondersteuning te bieden bij het oprichten van samenwerkingsverbanden en door uitvoeringskracht te leveren in projecten (voor zover passend in de gemeentelijke doelstellingen).

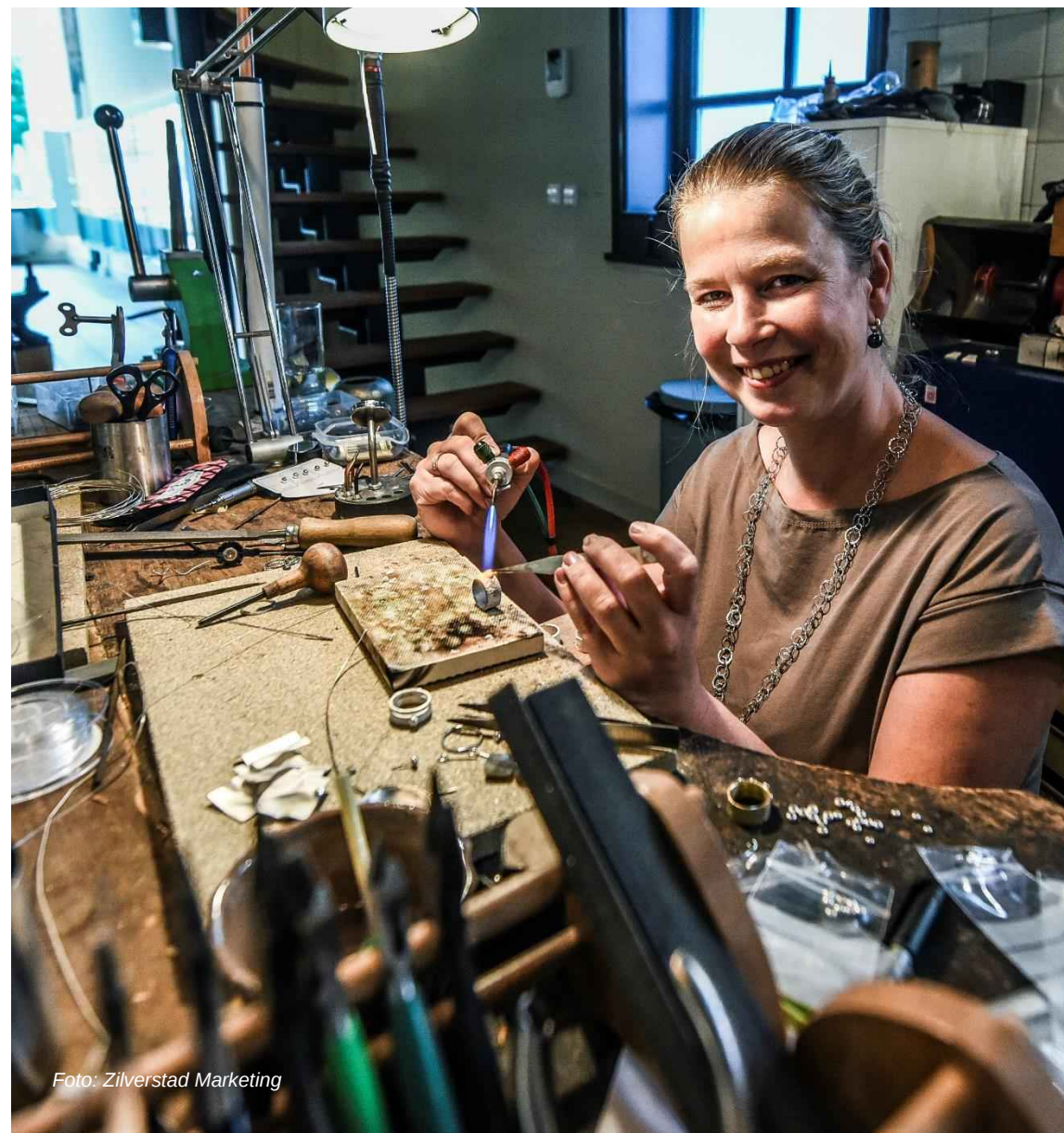


Foto: Zilverstad Marketing

4.2 Ondernemers en vastgoedeigenaren aan zet

Samenwerking

Met hun gezamenlijke betrokkenheid bij centrumgebieden kunnen marktpartijen (ondernemers en vastgoedeigenaren) de voorzieningenstructuur versterken. De Retailvisie overstijgt het belang van de individuele onderneming. Daarom heeft versterking van de onderlinge samenwerking van ondernemers prioriteit, zowel lokaal in de centrumgebieden als overkoepelend op gemeenteniveau.

Overkoepelende samenwerking (gemeentebreed)

De recent opgerichte organisatie Marketing & Toerisme Krimpenerwaard, het eerder samengestelde Economische Platform Krimpenerwaard (EPK) en het Voorzittersoverleg (tussen voorzitters van alle winkeliersverenigingen) zijn belangrijke stappen naar een daadkrachtige samenwerking op gemeente-overkoepelend niveau tussen marktpartijen en de gemeente en tussen marktpartijen onderling.

- Een volgende stap is het organiseren van een gemeentebrede collectieve financiering, bijvoorbeeld door middel van een BIZ of OZB-fonds. De eerder opgestarte verkenning naar gedragen gezamenlijke doelstellingen en samenwerkingsmogelijkheden wordt voortgezet.
- In het kader van het vernieuwen van de samenwerking zijn er verschillende onderwerpen waarop ondernemers van elkaar kunnen leren, en die men (deels) gezamenlijk op kan pakken of waarop over en weer tussen de kernen ondersteuning geboden kan worden. Dit zijn (zie voor uitwerking hierna):

- Marketing en promotie
- Acquisitie en leegstandsbestrijding
- Monitoring en evaluatie
- Versterken ondernemerschap.

Uitgangspunt is dat onderlinge samenwerking op deze punten plaatsvindt via het collectief van ondernemersverenigingen (voorzittersoverleg en/of via het EPK). Indien een gemeentebreed ondernemersfonds wordt opgericht, kan die organisatie een rol spelen in het verbinden van mensen en coördineren van activiteiten.

Lokale samenwerking

In bijna alle winkelgebieden leeft behoefte de onderlinge, lokale samenwerking een boost te geven (zie tabel 4.1). Soms is dit ook absoluut noodzakelijk, bijvoorbeeld vanwege strubbelingen uit het verleden. Vrijwel overal is er zorg om de betrokkenheid van ondernemers bij het collectief. Voorwaarden voor een succesvolle samenwerking zijn:

- *Betrokkenheid ondernemers en vastgoed:* Verbeteren van het onderlinge contact en betrokkenheid bij het centrum. Bijvoorbeeld door het organiseren van ondernemersmeetings (idee Stolwijk) of een werksessie met ondernemers over wat hen bindt. Voor zover dat niet aanwezig is, is de insteek toe te werken naar een mindset om elkaar te promoten richting de klant op basis van 'kennen, kunnen, gunnen'. Onderdeel van het vergroten van betrokkenheid is het ook het aanhalen of leggen van contact met de vastgoedeigenaren in de centrumgebieden.
- *Gestructureerde werkwijze:* Organiseer de samenwerking vanuit een stuurgroep die de lijnen uitzet en een uitvoeringsorganisatie

bestaande uit werkgroepen van ondernemers en bij voorkeur aangevuld met enige professionele ondersteuning (bijv. centrummanager). Van belang is dat acties concreet zijn, een planning wordt vastgelegd en personen/organisaties verantwoordelijk worden gemaakt voor de uitvoer (insteek is de juiste mensen op de juiste plek). Bij voorkeur worden werkgroepen geformeerd per actiepunt of thema/activiteit. Voor een professionele onderlinge communicatie kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van het Chainels-platform, dat tevens mogelijkheden biedt om de communicatie met klanten te stroomlijnen.

- *Professionele ondersteuning in de uitvoering:* Momenteel lopen winkeliersverenigingen in de uitvoering aan tegen een beperkte betrokkenheid van het collectief van ondernemers en de noodzaak activiteiten op te pakken naast hun reguliere werkzaamheden en op vrijwillige basis. Onderzocht wordt of professionalisering kan plaatsvinden door het aanstellen van een collectieve centrummanager (gemeentebreed), die zijn tijd verdeelt over de verschillende centrumgebieden. Daarin wordt meegenomen in hoeverre aangehaakt kan worden op de uitvoeringsorganisatie van Marketing & Toerisme Krimpenerwaard en (voor zover aanwezig) op het lokale centrummanagement. Ondersteuning vanuit de gemeente is gewenst.

Tabel 4.1: Benodigde acties om samenwerking per winkelgebied te hernieuwen

Winkelgebied	Benodigde acties
Bergambacht	Instellen van werkwijze met stuurgroep en werkgroepen.
Gouderak	Oprichten koepelorganisatie 'Aangenaam Gouderak'
Haastrecht	Oprichten koepelorganisatie en evt. oprichten BIZ
Krimpen aan de Lek	In brede zin samenwerking/saamhorigheid verbeteren. Werkwijze organiseren via werkgroepen.
Lekkerkerk	Aanstellen van een 'olieman/-vrouw' om betrokkenheid ondernemers te vergroten. Werkwijze organiseren via werkgroepen.
Ouderkerk aan den IJssel	Verkenning BIZ
Schoonhoven Albert Plesmanplein	Oprichten winkeliersvereniging.
Schoonhoven centrum	Toewerken naar VOC 2.0: stuurgroep aanstellen en aan de slag met ondernemersfonds / BIZ per 1-1-2019 gestart.
Stolwijk	Opzetten winkeliers- c.q. ondernemersvereniging centrum en aanstellen 'olieman/olievrouw' om betrokkenheid ondernemers te vergroten (al mee aan de slag). Evt. daarna oprichten ondernemersfonds / BIZ.

Uitwerken marketing en promotie (collectief en lokaal)

De winkelgebieden gaan collectief aan de slag met hun online en offline profilering en positionering, waar mogelijk in samenwerking met Marketing & Toerisme Krimpenerwaard. De focus ligt zowel op de bewoner van de Krimpenerwaard als de bezoeker van buiten. Dit begint met inzicht krijgen wie de huidige doelgroepen zijn en hoe op de gewenste doelgroepen aangesproken kunnen worden, zodat marketing- en promotie-acties hierop afgestemd worden (zie ook Monitoring en evaluatie).

Voorbeelden van lokale acties om bezoekers te trekken

- De samenwerkende ondernemers spreken af dat in uitingen in fysieke en social media maandelijks één onderneming wordt uitgelicht die het persoonlijke verhaal van de onderneming verteld. Als deze verhalen door alle ondernemers worden gedeeld, vergroot dat de bekendheid met de ondernemingen in een kern sterk.
- Er wordt een gezamenlijk loyaliteitssysteem binnen een kern opgesteld. Dit kan het (digitaal) sparen van punten zijn, een verloting of kortingsbonnen voor de ene zaak als een aankoop is gedaan bij een andere. Ervaringen uit Schoonhoven (Zilverknip) kunnen gedeeld worden met de andere kernen of dit systeem kan breder uitgerold worden.
- Er worden collectieve acties / evenementen opgezet waar een koppeling wordt gelegd tussen de assortimenten van de verschillende bedrijven: een modeshow met lekkere hapjes/drankjes of een interieurbeurs met zowel woonaccessoires als bloemen, planten, tuinartikelen.
- Met het oog op recreatie-toerisme kan nadrukkelijker aangehaakt worden op bijvoorbeeld fietsroutes en het horeca-aanbod in de centrumgebieden versterkt worden. Er zijn met name kansen op de as Haastrecht - Vlist – Schoonhoven.

De promotie van de dorpskernen en hun unieke kwaliteiten wordt uniform verwoord en verbeeld op internet en social media. De informatie-verstrekking en de vindbaarheid van de dorpskernen op internet worden verbeterd. Hierop kunnen ondernemers lokaal aanhaken met acties om het lokaal winkelen te stimuleren en kansen op gebieden van recreatie/toerisme te benutten (zie voorbeelden in kader).

Acquisitie en leegstandsbestrijding (collectief en lokaal)

In verschillende kernen ligt een opgave om het aanbod van winkels en/of horeca te versterken en leegstand tegen te gaan. Om dit voor elkaar te krijgen zou collectief gewerkt kunnen worden met een acquisitiemanager die actief ondernemers in de gemeente en de regio gaat benaderen. Op dit vlak is samenwerking met het gemeentelijke ondernemersloket / de bedrijfscontactfunctionarissen gewenst. Ook kan gewerkt worden met enkele brainstormsessies waarin makelaars, vastgoedeigenaren en sleutelondernemers bijeenkomen om samen een aantrekkelijke invulling en potentiële kandidaten te bedenken voor één of meer concrete locaties. Vanuit die sessie worden concrete acties in gang gezet om tot een passende invulling te komen. Het kan ook een tijdelijke invulling betreffen of uniforme aankleding van etalages.

Monitoring en evaluatie (collectief en lokaal)

Om bezoekers naar centrumgebieden te trekken en terug te laten keren is het steeds belangrijker in te spelen op hun wensen. Dat begint bij inzicht in wie de huidige en gewenste doelgroepen / bezoekers zijn en weten welke acties en maatregelen tot het gewenste effect leiden. Niet vanuit een onderbuikgevoel, maar vanuit 'meten is weten'. Monitoring,

evaluatie en acteren op basis van onderzoek onder bezoekers en ondernemers zijn uitgangspunten. Op dit vlak is ondersteuning van de gemeente gewenst.

- Inzicht in huidige en gewenste doelgroepen per winkelgebied (bezoekers versus niet-bezoekers).
- Uitgangspunt is dat per centrumgebied meetbare doelstellingen worden geformuleerd en deze worden gemeten door middel van dataverzameling, bijvoorbeeld via een (digitale) spaarkaart en het periodiek peilen van bezoekers, bewoners en ondernemers.
- Ondernemers kunnen ook vanuit hun eigen meetgegevens (druktebeeld, omzet, populaire producten) bijdragen aan informatie over doelgroepen en succesfactoren ten behoeve van het collectief.

Versterken ondernemerschap

Ondernemen begint met ondernemerschap. Om het startend ondernemerschap te stimuleren en bestaande ondernemers te kunnen laten professionaliseren zijn er binnen het collectief van ondernemers al ideeën. In Schoonhoven bestaat het plan een Retail Academy op te richten, samen met de gevestigde onderwijsinstellingen (Schoonhovens College en Vakschool Schoonhoven). Andere winkeliersverenigingen kunnen daarop aanhaken.

Tabel 4.2: Gemeente-overkoepelende actiepunten

Project	Betrokkenen (trekker is vetgedrukt)	Rol gemeente	Termijn	Prioriteit
• Verkennen ontwikkelopgaven Lekkerkerk, Schoonhoven en Bergambacht t.b.v. versterking supermarktaanbod	Gemeente , vastgoedeigenaren, ondernemers	Initiërend samen met marktpartijen	Kort	Hoog
• Juridisch-planologische vertaling van visie	Gemeente	Initiërend	Middellang	Midden
• Opnemen uitgangspunten visie in ander beleid (o.a. terrassen- en standplaatsenbeleid)	Gemeente	Initiërend	Middellang	Midden
• Afstemming ten aanzien van openbare ruimte (t.a.v. plannen en onderhoud / beheer)	Gemeente , ondernemersverenigingen	Initiërend samen met marktpartijen	Doorlopend	Midden
• Aanstellen 1 gemeentelijk aanspreekpunt per kern	Gemeente	Initiërend	Middellang	Midden
• Verkennen gemeentebrede collectieve financiering	Ondernemersverenigingen, EPK , Gemeente	Faciliterend, uitkomst kan financiële ondersteuning zijn	Kort	Hoog
• Verkennen aanstellen gezamenlijke centrummanager	Ondernemersverenigingen , Gemeente	Faciliterend, uitkomst kan financiële ondersteuning zijn	Middellang	Midden
• Hernieuwen van lokale samenwerking	Ondernemersverenigingen	Faciliterend	Doorlopend	Midden
• Uitwerken marketing en promotie (collectief en lokaal)	Ondernemersverenigingen , Krimpenerwaard Marketing & Promotie, Gemeente	Faciliterend, financiële ondersteuning via Krimpenerwaard Marketing & Promotie	Middellang	Midden
• Acquisitie en leegstandsbestrijding (collectief en lokaal)	Ondernemersverenigingen	Faciliterend, eventueel ruimte bieden in bestemmingsplan	Kort	Hoog
• Monitoring en evaluatie (collectief en lokaal)	Ondernemersverenigingen , EPK, Krimpenerwaard Marketing & Promotie, Gemeente	Faciliterend, deels financiële ondersteuning	Doorlopend	Midden
• Versterken ondernemerschap	Ondernemersverenigingen, onderwijsinstellingen	Faciliterend	Middellang	Midden

Tabel 4.3: Lokale actiepunten in relatie tot structuurversterking binnen 'te optimaliseren centra' (actief aan de slag)

Projecten	Betrokkenen (trekker is vetgedrukt)	Termijn	Prioriteit
Bergambacht			
• Versterken supermarktaanbod	Gemeente, supermarktbedrijf , vastgoedeigenaar, ontwikkelaar	Middellang	Midden
• Compacter maken centrum	Vastgoedeigenaren , gemeente, ondernemers	Middellang / Lang	Midden
• Herinvulling structureel leegstaande panden	Vastgoedeigenaren, gemeente , ondernemers	Kort / Middellang	Hoog
• Vergroten verblijfskwaliteit centrum incl. versterken horeca-aanbod	Vastgoedeigenaren, ondernemers , gemeente	Kort	Hoog
Schoonhoven - Centrum			
• Aantrekken nieuwe detailhandel en horeca	Vastgoedeigenaren, ondernemers	Kort / Middellang	Hoog
• Aanpak leegstand	Eigenaren, ondernemers , gemeente	Kort / Middellang	Hoog
• Ruimte voor horeca en terrassen	Gemeente , ondernemers	Kort / Middellang	Midden
• Monitoren parkeersituatie	Gemeente , ondernemers	Continue	Midden
• Herstructurering Doelenplein i.c.m. parkeersituatie en (te onderzoeken) supermarkontwikkeling	Gemeente, ontwikkelaar , eigenaren, ondernemers	Middellang	Midden
• Benutten van kansen toeristisch-recreatieve bezoekers	Ondernemers , gemeente	Kort / Middellang	Midden
Lekkerkerk			
• Versterken boodschappenaanbod	Gemeente, supermarktbedrijf , ondernemers	Middellang	Hoog
• Herstructurering Raadhuisplein in combinatie met supermarkt-ontwikkeling	Gemeente, supermarktbedrijf , vastgoedeigenaar, ontwikkelaar, ondernemers	Middellang	Hoog
• Afbakening kernwinkelgebied	Gemeente , ondernemers	Kort	Midden
• Herinvulling leegstand	Vastgoedeigenaren, gemeente , ondernemers	Kort / middellang	Midden

Tabel 4.4: Lokale actiepunten in relatie tot structuurversterking binnen 'te versterken centra' (uitgaande van lopende plannen)

Projecten	Betrokkenen (trekker is vetgedrukt)	Termijn	Prioriteit
Haastrecht			
• Ontwikkeling Galgoord incl. verplaatsing supermarkt	Gemeente, ontwikkelaar , supermarktbedrijf	Kort / middellang	Hoog
• Verbinding supermarkt Galgoord met rest van kern	Gemeente, ontwikkelaar	Middellang	Midden
• Herinvulling Coop-pand aan Kleine Haven	Eigenaar pand , gemeente	Middellang	Hoog
• Herinrichting openbare ruimte Kleine / Grote Haven	Gemeente , ondernemers/eigenaren/bewoners in het gebied	Middellang	Hoog
• Kansen voor versterken recreatieve functie	Ondernemers , gemeente	Middellang	Laag
Krimpen aan de Lek			
• Afmaken centrumontwikkeling Fase 2 (woningen / werkruimten, parkeerterrein, openbare ruimte en Zuidelijk blok)	Ontwikkelaar, gemeente , ondernemers	Kort / middellang	Hoog
• Onderzoeken verkeersveiligheid	Gemeente , ondernemers	Kort	Midden
Schoonhoven - Albert Plesmanplein			
• Realiseren ontwikkelplannen	Ontwikkelaar, gemeente, supermarktbedrijf	Kort	Hoog
• Kansen voor daghoreca	Ondernemers	Kort / Middellang	Midden

Tabel 4.5: Lokale actiepunten in relatie tot structuurversterking binnen 'te consolideren centra' (beperkte maatregelen worden ingezet)

Projecten	Betrokkenen (trekker is vetgedrukt)	Termijn	Prioriteit
Gouderak			
Mogelijkheden voor structuurversterking			
• Enige ontwikkelingsmogelijkheden supermarkt	Supermarktondernemer	Middellang	Laag
• Versterken ontmoetingsfunctie	Ondernemers, verenigingen, inwoners	Middellang	Laag
• Facelift uitstraling winkelcentrum	Vastgoedeigenaren	Kort / middellang	Midden
Ouderkerk aan den IJssel			
Mogelijkheden voor structuurversterking			
• Ontwikkeling naast Plus i.c.m. verbetering parkeersituatie	Gemeente , ondernemers	Kort/Middellang	Midden
• Transformatie naar woningen op Dorpsstraat	Ondernemers , gemeente	Middellang	Laag
Stolwijk			
Mogelijkheden voor structuurversterking			
• Versterking dagelijks aanbod	Ondernemers, vastgoedeigenaren	Middellang	Laag

Bijlage 1 – Begrippen en branche-indeling

1.1 Begrippen

- **Bestedingspotentieel:** Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.
- **Bruto vloeroppervlak (BVO):** 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.
- **Dagelijkse artikelen:** Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken
- **Detailhandel (als activiteit):** Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of gebruiker.
- **Koopstromen:** Het totale patroon van detailhandelsbestedingen naar uitsluitend gevestigde winkels. Koopstromen worden doorgaans uitgedrukt in drie verschillende begrippen: koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevoeiing (in percentages). De koopkrachtbinding en -afvloeiing tellen samen op tot 100% en hebben betrekking op het aandeel van het **totale bestedingspotentieel van inwoners** in een

gebied. De koopkrachttoevoeiing is het **aandeel van de totale omzet in de detailhandel** in een gebied dat van buiten dat gebied komt. Navolgend zijn de begrippen gedefinieerd.

- **Koopkrachtbinding:** Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn, uitgedrukt in het percentage van totale bestedingspotentieel.
- **Koopkrachtafvloeiing:** Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied, uitgedrukt in percentage van totale bestedingspotentieel.
- **Koopkrachttoevoeiing:** Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).
- **Niet-dagelijkse artikelen:** Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.
- **PDV - Perifere Detailhandels Vestigingen:** Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc. Toegelaten branches in het tot voor kort geldende Rijksbeleid: auto's, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingsbranche, keukens en sanitair. Perifere detailhandel had de branchering als criterium. Met de Nota Ruimte is het PDV-beleid komen te vervallen.
- **PDV-locatie:** Winkelconcentratie waar detailhandel gevestigd is buiten de reguliere (hoofd)winkelcentra, veelal in de branches tuincentra, bouwmarkten, woninginrichting, keukens en sanitair.
- **Retail:** De retailsector omvat detailhandel, horeca, dienstverlening en leisure-voorzieningen.

- **Vloerproductiviteit:** Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).
- **Winkelvloeroppervlak (WVO):** De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, e.d.).

1.2 Branche-indeling

BRO hanteert de Locatus-indeling in de retail naar sectoren, branchegroepen en hoofdbanches.

	Sector	Branchegroep	Hoofdbranche
Detailhandel	Dagelijks	Dagelijks	Levensmiddelen
			Persoonlijke verzorging
	Mode & luxe		Warenhuis
			Kleding en mode
			Schoenen en lederwaren
			Juwelier en optiek
			Huishoudelijke en luxe
			Antiek en kunst
	Niet-dagelijks	Vrije tijd	Sport en spel
			Hobby
			Media
	In/om het huis		Dier en plant
			Bruin- en witgoed
			Fietsen en autoaccessoires
			Doe-het-zelf
			Wonen
	Overige detailhandel	Overige detailhandel	

	Sector	Branche	
Leisure	Horeca	Café	Bezorg/Halen
		Koffiehuis	Grillroom/Shoarma
		Coffeeshop	Hotel Hotel-Restaurant
		Discotheek	IJssalon
		Seks/Nachtclubs	Lunchroom
		Fastfood	Pannenkoeken
	Cultuur	Bibliotheek	Galerie
		Bioscoop	Kunstuitleen
	Ontspanning	Amusementhal	Dierentuin
		Attractiepark	Fitness
		Casino	Kartbaan
		Beurs/tentoonstelling	Kegelen
		Biljart/Pool	Klimwand
		Binnenspeeltuin	Kunstijsbaan
		Bowling	Lasergame
	Verhuur	Videotheek	Rijwielverhuur
		Autoverhuur	Gereedschapsverhuur
Diensten	Ambacht	Edelsmid	Kledingreparatie
		Schoenrep/sleutels	Stoffeerderij
		Kapper	Kleermaker
		Tattoo/Piercing	Pottenbakker
		Schoonheidsspecialiste	Electro reparatie
	Financiële instelling	Financiële Intermediair	Bank
		Verzekeringswezen	Postkantoor
	Particuliere dienstverlening	Bellen-Internet	Fietsenstalling
		Makelaardij	Massagesalon
		Autowasserij	Stomerij/Wassalon
		Autopoetsbedrijf	Reisbureau

1.3 Horecacategorieën

Er worden vier horecacategorieën onderscheiden:

- **Categorie 1: daghoreca zonder alcohol.**

Dit betreft horecabedrijven waar bezoekers overdag heen komen om een consumptie te nuttigen. In deze zaken wordt geen alcohol geschonken. Het gaat om lichte daghoreca, direct mogelijk op basis van het bestemmingsplan. Onder deze categorie kunnen ook accommodaties voor het organiseren van bijeenkomsten, zoals vergaderingen en seminars vallen. Gedacht moet bijvoorbeeld worden aan een theetuin of een lunchroom.

- Er wordt geen alcohol geschonken
- De horecafunctie is alleen overdag geopend. Dat betekent concreet dat de horecafunctie tussen 09.00-19.00 uur geopend mag zijn. In de zomerperiode (mei-september) mag de horecafunctie tot 20.00 uur geopend zijn.

- **Categorie 2: daghoreca met alcohol.**

Dit betreft daghorecazaken waar alcohol geschonken wordt. Onder deze categorie kunnen ook accommodaties voor het organiseren van bijeenkomsten, zoals vergaderingen en seminars vallen. Het vieren van kleinschalige (verjaardags) feesten valt hier ook onder.

- De inrichting beschikt over Drank- en Horecawetvergunning.
- De horecafunctie is alleen overdag geopend. Dat betekent concreet dat deze alleen tussen 09.00 - 22.00 geopend mag zijn.

- **Categorie 3: dag- en avondhoreca met alcohol**

Dit betreft horecazaken die naast de dagperiode ook in de avondperiode geopend zijn, waar alcohol wordt geschonken, vaak in combinatie met de verkoop van eten (restaurants). Onder deze categorie kunnen ook accommodaties vallen voor het organiseren van bijeenkomsten, zoals vergaderingen en seminars, en feesten en partijen.

- De inrichting beschikt over een Drank- en Horecawetvergunning
- De horecafunctie is alleen in de dag- en avond periode geopend. Dat betekent concreet dat deze tussen 09.00 – 24.00 geopend mag zijn, dus ook buiten de zomerperiode om (oktober-april).

- **Categorie 4: dag, avond- en nachthoreca met alcohol**

Dit betreft horecazaken die in de dag, avond- en in de nachtperiode geopend zijn, waar alcohol wordt geschonken, vaak in combinatie met de verkoop van eten (restaurant). Onder deze categorie kunnen ook accommodaties vallen voor het organiseren van bijeenkomsten, seminars en feesten en partijen.

- De inrichting beschikt over een Drank- en Horecawetvergunning.
- Openingstijden zijn geregeld in de APV. Concreet betekent dit dat de horecafunctie tot 02.00 uur 's nachts geopend mag zijn.

Bijlage 2 – Economisch functioneren winkelaanbod gemeente en winkelgebieden

Tabel 2.1: Economisch functioneren dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod gemeente Krimpenerwaard (huidig en toekomstig)

	Huidige situatie (2017)		2030	
	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Aantal inwoners gemeente	55.230	55.230	57.336	57.336
Bestedingen per hoofd (in €)	2.606	2.431	2.606	2.309
Bestedingspotentieel (in mln. €)	143,9	134,3	143,9	139,4
Koopkrachtbinding	77%	42%	77%	42%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	110,8	56,4	115,1	55,6
Koopkrachttoevoeiing (% totale omzet)	9%	26%	9%	26%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	11,0	19,8	11,4	19,5
Totale omzet (in mln. €)	121,8	76,2	126,4	75,2
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	16.916	48.862	16.916	48.462
Omzet per m² wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)	7.200	1.575	7.475	1.575
Gemiddelde omzet per m² wvo (in €)	8.108	2.018	7.200 - 8.108	2.018
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	geen	geen	geen tot 650	geen

Tabel 2.1: Economisch functioneren winkelgebieden in gemeente Krimpenerwaard¹⁰

	Schoonhoven		Bergambacht		Lekkerkerk	
	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Aantal inwoners gemeente	55.230	55.230	55.230	55.230	55.230	55.230
Bestedingen per hoofd (in €)	2.606	2.431	2.606	2.431	2.606	2.431
Bestedingspotentieel (in mln. €)	143,9	134,3	143,9	134,3	143,9	134,3
Koopkrachtbinding	8%	8%	11%	8%	5%	6%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	11,5	10,7	15,8	10,7	7,2	8,1
Koopkrachttoevoeiing (% totale omzet)	21%	28%	4%	34%	6%	15%
Omzet door toevoeiing (in mln. €)	3,1	4,2	0,7	5,5	0,5	1,4
Totale omzet (in mln. €)	14,6	14,9	16,5	16,3	7,7	9,5
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	1.548	6.875	2.271	9.600	1.507	3.782
Omzet per m² wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)	9.425	2.200	7.275	1.700	5.100	2.525
Gemiddelde omzet per m² wvo (in €)	8.108	2.500	8.108	2.500	8.108	2.500
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	250	geen	geen	geen	geen	geen

	Krimpen aan den Lek	Ouderkerk aan den IJssel	Albert Plesmanstraat	Stolwijk
	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks
Aantal inwoners gemeente	55.230	55.230	55.230	55.230
Bestedingen per hoofd (in €)	2.606	2.606	2.606	2.606
Bestedingspotentieel (in mln. €)	143,9	143,9	143,9	143,9
Koopkrachtbinding	8%	5%	6%	9%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	11,5	7,2	8,9	13,0
Koopkrachttoevoeiing (% totale omzet)	3%	1%	19%	2%
Omzet door toevoeiing (in mln. €)	0,4	0,1	2,0	0,3
Totale omzet (in mln. €)	11,9	7,3	10,7	13,2
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	1.585	1.375	2.040	1.929
Omzet per m² wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)	7.500	5.300	5.250	6.875
Gemiddelde omzet per m² wvo (in €)	8.108	8.108	8.108	8.108
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	geen	geen	geen	geen

¹⁰ Binding en toevoeiing zijn weergegeven als percentage van het bestedingspotentieel binnen de totale gemeente, op basis van de cijfers Koopstromenonderzoek Randstad 2016.

maart 2025

Rapportage ontwikkeling winkelgebieden Krimpenerwaard

Krimpenerwaard

Inhoud

01 Inleiding	2
--------------	---

02 Stand van zaken retailstructuur	3
------------------------------------	---

03 Factsheet retail in de Krimpenerwaard	12
--	----

Bijlage 1: Overige toelichting	17
--------------------------------	----

Bijlage 2: Participatieproces	18
-------------------------------	----

01 Inleiding

Het veranderde retaillandschap, de toename van online aankopen, de toenemende inflatie, de impact van corona en de beschikbaarheid van betere en verdiepte data vormden aanleiding om de trends en ontwikkelingen in de retailsector voor de gemeente Krimpenerwaard in beeld te brengen. De retailvisie Krimpenerwaard 2019 blijft uitgangspunt van beleid. Deze loopt tot en met 2026.

In opdracht van het college van B & W van gemeente Krimpenerwaard hebben Stad&Co en Sweco de opdracht gekregen om de trends en ontwikkelingen in de retailsector (winkelcentra) inzichtelijk te maken. Deze rapportage over de ontwikkelingen bevat een bondige uiteenzetting over retailstructuur in de gemeente en een toekomstperspectief voor negen winkelgebieden in de gemeente (SchoonhovenCentrum, Schoonhoven Albert Plesmanplein, Bergambacht, Stolwijk, Ouderkerk aan den IJssel, Lekkerkerk, Krimpen aan de Lek, Gouderak en Haastrecht). Aan de uitvoeringsagenda's wordt samen met ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente invulling gegeven. Dit leidt tot deze rapportage en tot een lokale aanpak van de winkelgebieden in Krimpenerwaard. Wanneer de uitvoeringsagenda's op haalbaarheid zijn onderzocht worden ook de benodigde financiële middelen inzichtelijk gemaakt.

Deze rapportage vormt het spoorboekje voor verdere ontwikkeling van attractieve en toekomstbestendige winkelgebieden in de Krimpenerwaard. Daar waar bewoners en bezoekers graag komen en ondernemers hun boterham kunnen verdienen. De rapportage is naast deze inleiding opgebouwd uit een aantal hoofdstukken. In hoofdstuk 2 is de stand van zaken over de retailstructuur van de gehele gemeente uiteengezet. Hoofdstuk 3 bevat de onderliggende data in de vorm van een factsheet, welke dient als onderbouwing.



foto: rtvkrimpenerwaard.nl

Bergambacht

02 Stand van zaken

retailstructuur

Het behoud van een toekomstbestendig retailaanbod in de winkelgebieden van Krimpenerwaard is essentieel voor de leefbaarheid. Dit vraagt om versterking van horeca en vrijetijdsbesteding, aansluiting bij specifieke doelgroepen, en het behouden van voorzieningen voor de vergrijzende bevolking. Het verbeteren van sfeer en uitstraling houdt de gebieden aantrekkelijk, terwijl sterke publiek-private samenwerking nodig is om met een gezamenlijke propositie, zoals het "Warenhuis Krimpenerwaard", onderscheidend te blijven.

De Krimpenervaard, gelegen in het Groene Hart, biedt een uniek Hollands landschap met groene polders, grazende koeien, knotwilgen en kronkelende slootjes. De Krimpenervaard staat bekend om zijn ambachtelijke kaasboerderijen. Het historische Schoonhoven, de grootste plaats in aantal inwoners, neemt een bijzondere positie in. Hier zijn al eeuwenlang edelsmeden actief waar Schoonhoven de naam Zilverstad aan ontleent. Maar ook de andere dorpskernen met iets charmants en eigenheid biedt bewoners én bezoekers een rijk retailaanbod. Maar wat houdt de term retail eigenlijk in?

Retail is de verzamelnaam voor bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen. Detailhandel wordt vaak retail genoemd, echter is retail breder dan winkels. In deze retailvisie vallen de volgende typen verkooppunten onder retail: detailhandel, horeca, leisure (vrijetijd) en diensten.

Waar de lopende Retail visie de focus voornamelijk legt op de detailhandel en horeca wordt in deze rapportage breder gekeken. Naast aandacht voor de detailhandel en horeca die van groot belang zijn in de retail, is er ook aandacht voor de leisure en dienstensector.



2.1 SWOT-analyse gemeente

Krimpenerwaard

De SWOT-analyse is een veelgebruikte methode om inzicht te krijgen in het functioneren van een gebied en de relatieve positie ten opzichte van concurrerende gebieden. Sterke en zwakke punten zijn zaken waar invloed op kan worden uitgeoefend, zoals de kwaliteit van de openbare ruimte. Kansen en bedreigingen zijn externe factoren, zoals bevolkingsgroei of -krimp. Onderstaande SWOT-matrix vormt de basis voor de ambities en strategieën voor de ontwikkeling en versterking van de afzonderlijke winkelgebieden binnen de gemeente.

Sterkten • Veel betrokken ondernemers en korte lijnen binnen de winkelgebieden • Unieke karakter gemeente en afzonderlijke winkelgebieden (met name centra Bergambacht en Schoonhoven) • Bovenlokale aantrekkingskracht (vanuit Gouda en Lopik) en toeristische toevloeiing naar Schoonhoven • Beperkte en afnemende leegstand	Zwakten • Laatste jaren minimale (woon)ontwikkeling in de winkelgebieden • Lage rapportcijfers voor Haastrecht, Lekkerkerk en Gouderak • Afnemend draagvlak voor voorzieningen in de kleine winkelgebieden. • Wisselende of ontbrekende organisatiekracht in een aantal winkelgebieden.
Kansen • Koesteren en uitdragen/vermarkten identiteit winkelgebieden en gemeente: “Warenhuis Krimpenerwaard” • Winkelgebieden gericht versterken met winkels, horeca, cultuur, maatschappelijke functies, evenementen, diensten én overnachtingscapaciteit. • Samenwerking binnen en tussen de winkelgebieden versterken • Vergrijzing vraagt andere type voorzieningen	Bedreigingen • Stevige concurrentie van internet • Concurrentie van regionale winkelgebieden (Gouda en Rotterdam) • Dreigende toename van leegstand door verdwijnen van (recreatieve) detailhandel • Vergrijzing neemt toe, bestedingskracht daalt (mogelijk)

Conclusies

Aan de hand van de SWOT-analyse kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

1. De gemeente heeft een sterke positie, maar staat tegelijkertijd onder druk in een competitief krachtenveld.
2. Het is belangrijk om in elk winkelgebied een basisaanbod aan boodschappen en maatschappelijke voorzieningen te behouden.
3. Er is een kans om de toeristische functie in enkele winkelgebieden te vergroten en versterken.
4. De betrokkenheid en organisatiegraad verdienen aandacht in sommige winkelgebieden.

Ambities

Op basis van deze SWOT-analyse en de belangrijkste kansen en bedreigingen is de bestaande retailvisie van de gemeente Krimpenerwaard aangescherpt op basis van de volgende drie ambities:

1. Versterk en behoud het complete aanbod in de winkelgebieden
2. Zorg voor basisbehoeften in de centra van de winkelgebieden
3. Creëer een passende sfeer en uitstraling

Deze ambities vloeien voort uit de huidige Retail visie plus de effecten van de SWOT analyse, input van ondernemers en vastgoedeigenaren en nieuw beschikbare data. De relevantie van deze ambities varieert per kern. In sommige winkelgebieden zijn alle ambities van belang terwijl in andere winkelgebieden één of twee ambities voldoende kunnen zijn.

Randvoorwaarden

Naast deze ambities zijn twee belangrijke randvoorwaarden geïdentificeerd die als een rode draad door de drie ambities heen lopen:

1. Bedien de verschillende doelgroepen
2. Stel samenwerking centraal

Op de volgende pagina's worden de verschillende ambities verder uitgewerkt en toegelicht. Waarna ook nog een verder toelichting wordt gegeven op hoe de randvoorwaarden samenhangen met de ambities.

2.2 Ambitie 1

Versterk en behoud het complete aanbod in de winkelgebieden

In de lopende Retail visie staat de concentratie en consolidatie van bestaande horeca in winkelgebieden centraal. Deze ambitie is nog steeds relevant in de huidige situatie, maar willen we breder trekken dan enkel de horecasector. Dit doen we door enkele toevoegingen op deze ambitie:



Behoud van bestaand detailhandelsaanbod

Het behoud van het huidige detailhandelsaanbod is essentieel. Hoewel dit iets onder het landelijk gemiddelde ligt, maakt het de gemeente juist toekomstbestendig. In een tijd waarin de recreatieve sector zich concentreert in grote steden, is het belangrijk het huidige aanbod te behouden en te versterken. Concentratie van winkels in compacte winkelgebieden kan hierbij helpen.



Kansen in horeca, recreatie en toerisme

De combinatie van horeca, vrijetijdsbesteding, recreatie en toerisme biedt kansen. Bezoekers waarderen een totaalervaring, wat vraagt om verbindingen tussen recreatie en het toerisme dat de gemeente al aantrekt. Het verkopen van zelfgeproduceerde producten op boerderijen kan bijdragen, mits dit een ondergeschikte functie blijft en geen negatieve impact heeft op de detailhandel.



Inspelen op de zgn. aqua-doelgroep

Een groot deel van de doelgroep (bewoners en bezoekers) binnen de gemeente heeft een zgn.aqua-profiel. Deze groep is behoudend, trendvolgend, rustig, rationeel en doelgericht in hun uitgaven. De focus bij hen ligt op het vervangen van producten. Door het aanbod aan te passen, bijvoorbeeld met winkels als Etos, PLUS of DA, kan beter worden ingespeeld op hun behoeften.



Vergrijzing in kleinere kernen

Vergrijzing brengt uitdagingen met zich mee, vooral in kleinere kernen. Om de zelfstandigheid van minder mobiele ouderen te waarborgen, is een divers aanbod op korte afstand belangrijk. Zo kunnen zij eenvoudig boodschappen blijven doen in de buurt van hun woning.

2.3 Ambitie 2

Zorg voor basisbehoeften in de centra van de winkelgebieden

In 2019 werd al vastgesteld dat het behoud van het boodschappenaanbod in de winkelgebieden van groot belang is om de leefbaarheid op peil te houden. Deze ambitie is nog steeds belangrijk voor de gemeente Krimpenerwaard. Naast het behoud van het boodschappenaanbod zijn er enkele toevoegingen of aanscherpingen gedaan op deze ambitie:



Voorkeur voor supermarkten in centrumgebieden

Het behouden en vergroten van bestaande supermarkten in centrumgebieden of het verplaatsen van supermarkten naar of binnen de centrumgebieden heeft de voorkeur boven nieuwe vestigingen buiten deze gebieden. Supermarkten zijn belangrijke trekkers voor detailhandel en centrumfuncties door de combinatiebezoeken die ze genereren. Een compact centrum met de supermarkt als kern versterkt zowel de omliggende detailhandel als andere functies.



Afstemming op doelgroep en boodschappenvoorkeuren

De gemeente Krimpenerwaard kent over het algemeen een grote aqua-doelgroep, maar dit verschilt per kern. Daarom is het belangrijk om per kern het aanbod aan te passen aan de dominante doelgroep. Zo sluit het boodschappenaanbod beter aan bij de behoeften van inwoners.



Behoud van maatschappelijke voorzieningen

Naast de boodschappenfunctie is het behoud van maatschappelijke voorzieningen in de winkelgebieden cruciaal, zeker gezien de vergrijzing. Nabijheid van deze voorzieningen waarborgt de mobiliteit en vrijheid van ouderen. Dit draagt bij aan de leefbaarheid van winkelgebieden en maakt ze aantrekkelijk voor alle generaties.



2.4 Ambitie 3

Creëer een passende sfeer en uitstraling

De sfeer en uitstraling van een winkelgebied heeft directe invloed op het aanbod, en vice versa. Er zijn echter ook aandachtspunten met betrekking tot sfeer en uitstraling die los staan van het winkelaanbod. Hieronder volgen aanscherpingen en aandachtspunten voor de gemeente Krimpenerwaard:



Basisvoorzieningen als randvoorwaarde

In alle winkelgebieden moeten basisvoorzieningen, zoals parkeren, bereikbaarheid en een schone, veilige omgeving, minimaal voldoende scores. Hoewel een hoge waardering geen extra aantrekkingskracht biedt, kan een lage score bezoekers afschrikken. Het is daarom essentieel om deze basis op orde te houden.



Koesteren en verbeteren van het unieke karakter

Het unieke karakter van de gemeente en haar winkelgebieden moet worden gekoesterd en versterkt. Daarbij is het belangrijk om de sfeer en uitstraling van de winkelgebieden af te stemmen op de voorkeuren van de doelgroepen. Dit kan door middel van passende bestrating, zitgelegenheden, verlichting en branding (uitstraling van een merk). Voor de gemeente als geheel betekent dit aansluiting bij de aqua-doelgroep, terwijl nuances per kern bijdragen aan een onderscheidend karakter.



“Warenhuis Krimpenerwaard” als onderscheidend concept

Door verschillende doelgroepen centraal te stellen per kern, kunnen de winkelgebieden zich profileren als unieke afdelingen binnen een overkoepelend “Warenhuis Krimpenerwaard”. Zo behouden de winkelgebieden hun eigenheid, terwijl ze samen bijdragen aan een aantrekkelijk en divers aanbod binnen de gemeente.



2.5 Samenwerken als

randvoorwaarde voor succes

Een stevige publiek-private samenwerking maakt de ambities haalbaar en uiteindelijk realiteit. In de Retailvisie 2019 is dit al vastgesteld met de ambitie om de samenwerking tussen winkelgebieden onderling en met de gemeente te versterken. Deze ambitie staat fier overeind en is de basis voor het succes van alle andere ambities. Hieronder zijn aandachtspunten en kansen benoemd om de samenwerking naar een hoger niveau te tillen. In de overkoepelende aanpak is dit nader uitgewerkt.

Een gezamenlijke propositie: “Warenhuis Krimpenerwaard”

Alle winkelgebieden werken samen aan een kern overstijgende propositie, zoals het concept “Warenhuis Krimpenerwaard”: één plek waar bezoekers alles vinden, met ieder merk (winkelgebied) als uniek onderdeel. Dit versterkt combinatiebezoeken en benadrukt de samenhang tussen winkelgebieden. Het realiseren van dit concept vraagt om een nieuwe manier van samenwerking en een centrale partij die het concept coördineert.

Slim investeren in samenwerking

Samenwerking vraagt tijd, geld en kennis, maar veel ondernemersverenigingen kampen met een tekort aan capaciteit. Ook de gemeente heeft beperkte middelen. Dit benadrukt het belang van efficiënt werken en slim inzetten van middelen. Zowel op strategisch-tactisch niveau via een kern overstijgend samenwerkingsverband als op winkelgebiedniveau via coördinatie en uitvoering, is regie essentieel.

Betrokkenheid van vastgoedeigenaren

Vastgoedeigenaren spelen een sleutelrol in de uitstraling en het aanbod van winkelgebieden, afhankelijk van aan wie zij verhuren. Contact en samenwerking met deze eigenaren is cruciaal, zowel voor winkelgebieden als de gemeente. Het kennen van hun perspectieven biedt kansen voor betere afstemming en ontwikkeling.

Stimuleren van samenwerking in kleinere winkelgebieden

In de grotere winkelgebieden is lokale samenwerking vaak goed georganiseerd, maar in kleinere winkelgebieden ontbreekt dit regelmatig door beperkte capaciteit. Hier zijn ondernemers meestal zelf actief in hun zaak, waardoor samenwerking minder vanzelfsprekend is. Toch is het belangrijk om ook in deze winkelgebieden te streven naar een professionele samenwerking, zowel onderling als met de gemeente en andere winkelgebieden, om gezamenlijke belangen beter te behartigen.

foto: nieuweplekkenontdekken.nl

Schoonhoven

03 Factsheet retail

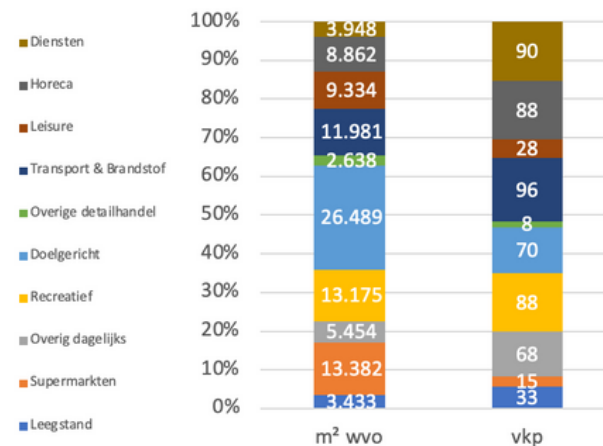
gemeente Krimpenerwaard

Retail en leegstand in de gemeente krimpenerwaard

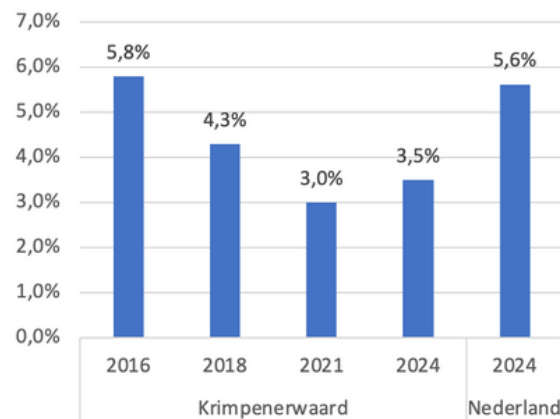
Het retailaanbod in de gemeente Krimpenerwaard bedraagt in totaal ca. 98.700 m² wvo, verdeeld over 584 verkooppunten.

De meeste vierkante meters worden ingenomen door de doelgerichte detailhandel, terwijl de dienstensector, horeca, transport & brandstof en de recreatieve detailhandel de meeste verkooppunten hebben.

Tussen 2016 en 2021 is de leegstand in de gemeente afgenomen, maar na 2021 zien we een nieuwe toename van de leegstand (in m² wvo). Ondanks deze recente toename blijft het leegstandspercentage onder het landelijk gemiddelde.



Retailaanbod gemeente Krimperenwaard 2024. Bron: Locatus 2024



Ontwikkeling van de leegstand (in % m² wvo) t.o.v. Nederlands gemiddelde. Bron: Locatus 2024

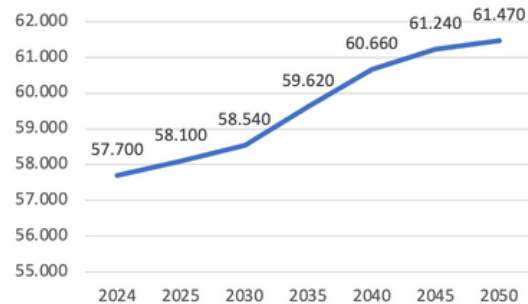
Demografie in de gemeente Krimpenerwaard

De bevolking van de gemeente Krimpenerwaard zal de komende jaren langzaam blijven groeien, met ongeveer 5% tot 2040. Deze groei zal echter niet gelijk zijn in elke kern, waardoor elke kern zijn eigen uitdagingen zal hebben. Zo zijn er in de kernen Bergambacht, Gouderak, Haastrecht, Lekkerkerk en Schoonhoven bouwprojecten gepland waardoor de de groei hier naar verwachting groter zal zijn.

Als we kijken naar de samenstelling van de bevolking, zien we ook dat er de komende jaren een verdere vergrijzing zal plaatsvinden, vanwege het grote aantal mensen tussen de 45 en 65 jaar.

Overige trends gemeente Krimpenerwaard

Naast vergrijzing zijn er ook andere trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op de Krimpenerwaard, die hiernaast worden weergegeven.



Bevolkingsprognose gemeente Krimpenerwaard
Bron: Primos Abf 2024

0-15	15-25	25-45	45-65	65+
17%	12%	22%	27%	22%

Bevolkingsopbouw gemeente Krimpenerwaard
Bron: CBS Statline 2023

Concentratie van voorzieningen



Ontmoetingsplek binnen de kern



Groeiend belang horeca en food-sector in detailhandel



Combinatie met andere (maatschappelijke) voorzieningen



Vergrijzing



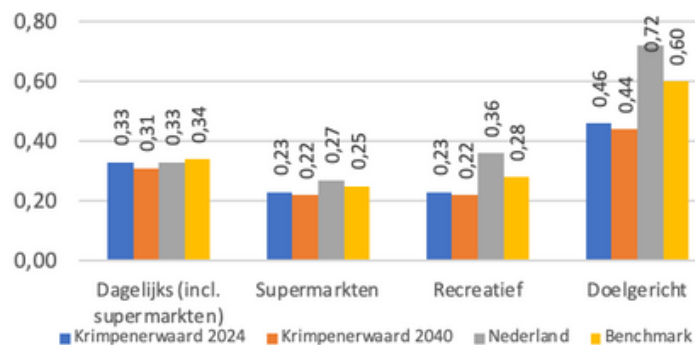
Professionaliseren publiek private samenwerking



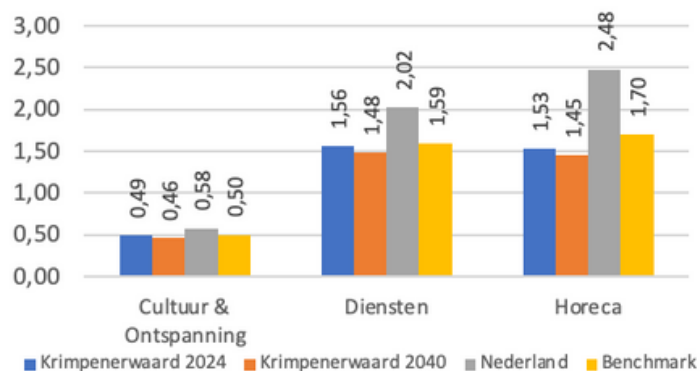
Uitbreidingsruimte aanbod gemeente Krimpenerwaard

De dichtheidsanalyses laten zien dat het huidige aanbod in de Krimpenerwaard overeenkomt met de benchmark (zie bijlage). Dit betekent dat het bestaande aanbod voor het aantal inwoners voldoende is.

In de sectoren van recreatieve en doelgerichte detailhandel blijft het aanbod iets achter, maar dit zijn sectoren waarin de vraag naar fysiek winkelen de afgelopen jaren en naar verwachting ook de komende jaren zal verschuiven naar online winkelen. Gezien deze trend is uitbreiding van deze sectoren niet nodig.



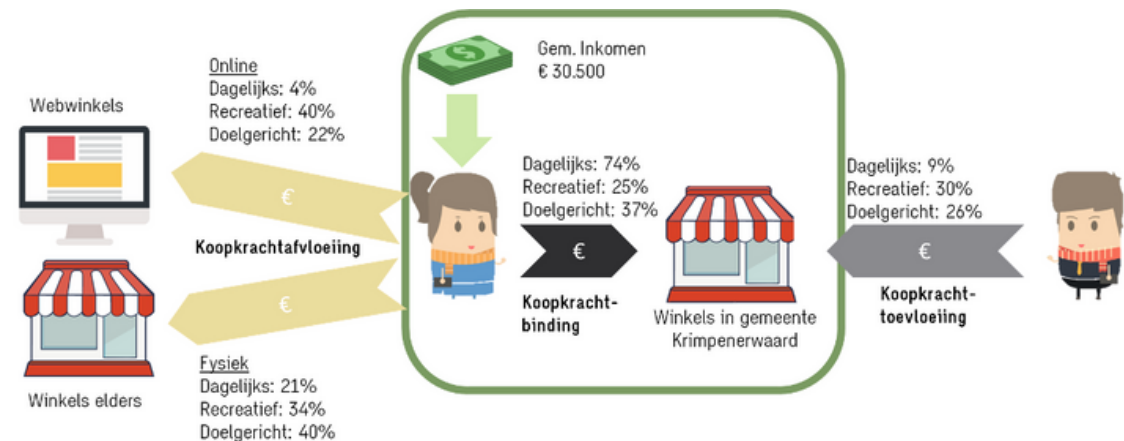
Dichtheden (m² vwo per inwoner) detailhandelssectoren gemeente Krimpenerwaard. Bron: Locatus 2024, CBS Statline 2023, Primos Abf 2024



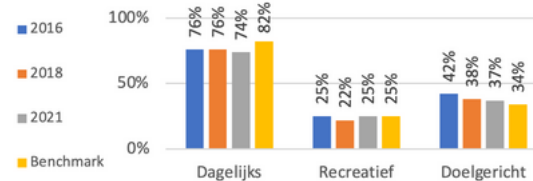
Dichtheden (vkp per 10.000 inwoners) overige retailsectoren. Bron: Locatus 2024, CBS Statline 2023, Primos Abf 2024

Koopstromen gemeente Krimpenerwaard

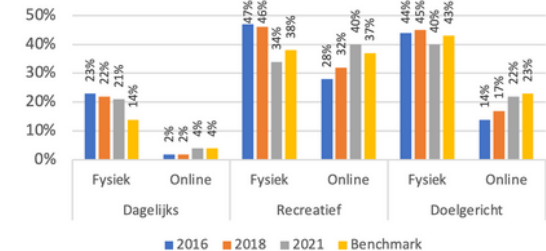
De koopstromen laten zien dat de gemeente zich bevindt in een sterk concurrentieveld. De mate van koopkrachtbinding in de gemeente is vergelijkbaar met die in andere gemeenten en vertoont stabiliteit. De afvloeiing van koopstromen is echter hoger dan die van vergelijkbare gemeenten, maar er is wel sprake van een afname in fysieke winkels in de afgelopen jaren. Naast concurrentie van naburige gemeenten zoals Rotterdam en Gouda, heeft Krimpenerwaard ook te maken met concurrentie van online aankopen. De totale afvloeiing is de afgelopen jaren toegenomen.



Koopstromen gemeente Krimpenerwaard (bron: KSO 2021)



Ontwikkeling van de koopkrachtbinding
Bron: KSO 2021

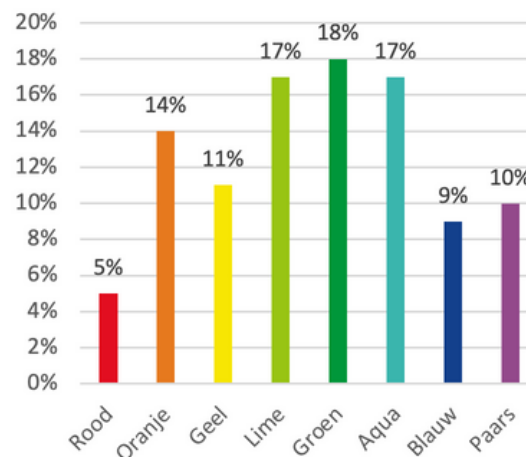


Ontwikkeling van de koopkracht afvloeiing
Bron: KSO 2021

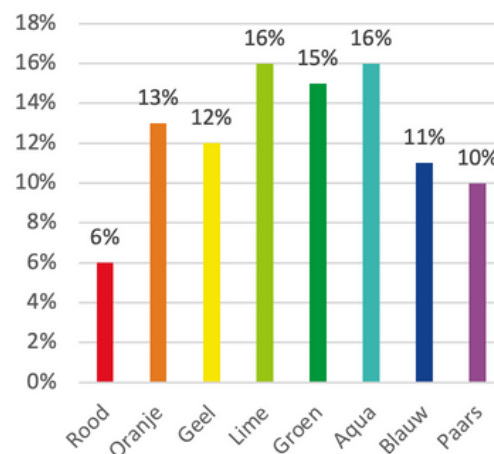
Leefstijlen gemeente Krimpenerwaard

Ieder type leefstijl heeft verschillende wensen en behoeften. In de gemeente Krimpenerwaard zien we een grote vertegenwoordiging van de Lime, Groen en Aqua leefstijlen, zowel onder inwoners als bezoekers. Op basis van de voorkeuren van deze profielen kan gekeken worden naar het aanbod en de uitstraling in de kernen.

Op basis van de kenmerken van de verschillende leefstijlen is het interessant voor Krimpenerwaard om de focus te leggen op de Aqua doelgroep. De Groene en Lime doelgroepen zijn minder onderscheidend en bestaan uit mensen die over het algemeen minder geld uitgeven, “doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg”. De Aqua leefstijl ligt hier dichtbij, maar mensen in deze groep geven makkelijker geld uit en hechten meer waarde aan luxe. Dit zijn goede uitgangspunten voor de centrumgebieden, die naast deze Aqua doelgroep ook rekening moeten houden met de aanwezige doelgroepen in de eigen kern.



Leefstijlen inwoners Krimpenerwaard. Bron: KSO 2021



Leefstijlen bezoekers Krimpenerwaard. Bron: KSO 2021

Bijlage 1: overige toelichting

Benchmark gemeenten

- Altena
- Goeree-Overflakkee
- Hoeksche Waard
- Lansingerland
- Meierijstad
- Oss
- Stichtse Vecht
- Vijfheerenlanden
- West-Betuwe

Toelichting koopstromen:

Koopstromenonderzoek geeft inzicht in het functioneren van het winkelaanbod in een bepaald winkelgebied, een gemeente of een kern. Het meest recent uitgevoerde koopstromenonderzoek voor de gemeente Krimpenerwaard is uitgevoerd in 2021, als onderdeel van het Koopstromenonderzoek Randstad en Noord-Brabant. Voor de gemeente en verschillende winkelgebieden zijn er factsheets beschikbaar. Door de betrokkenheid van Sweco (via Bureau Stedelijke Planning) bij het Koopstromenonderzoek (KSO 2021) hebben we ook toegang tot de koopstromen op kernniveau van de winkelgebieden die geen eigen factsheet hebben. Deze data is niet openbaar toegankelijk.

Koopkrachtbinding: Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels die in dat gebied zijn gevestigd.

Koopkrachtafvloeiing: Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing: Deel van de omzet dat van buiten het bepaalde gebied afkomstig is.

Bijlage 2:

participatieproces

Bij de Rapportage ontwikkelingen winkelgebieden Krimpenerwaard zijn ondernemers en vastgoedeigenaren actief betrokken. Er zijn interactieve sessies en bijeenkomsten georganiseerd en persoonlijke gesprekken gevoerd. Alle input is op zo'n manier verwerkt dat deze rapportage aansluit bij de behoeften en ambities van de lokale gemeenschap.



Formeren begeleidingsgroep
Doorlopende afstemming
April



Begeleidingsgroep
Doorlopende afstemming
Mei



Afstemming per winkeliersvereniging
Input vanuit de kernen op conceptversie
December



Rondetafelgesprekken & startbijeenkomst
Maart 2025



Schouw en rondleiding in de kernen
Ronde door het centrum en acties en prioriteiten ophalen
April – Mei



Brede bijeenkomst vastgoedeigenaren
Vastgoedeigenaren denken mee over de aanpak voor toekomstbestendige winkelgebieden
September



Begeleidingsgroep
Doorlopende afstemming
December

Colofon

Titel	Rapportage ontwikkeling winkelgebieden Krimpenerwaard
Datum	maart 2025
Opdrachtgever	Gemeente Krimpenerwaard
Auteur	Stad & Co en Sweco
Vormgeving	Stad & Co

Amsterdam
Wibautstraat 131D
1091 GL Amsterdam

info@stadenco.nl
www.stadenco.nl
085 - 080 66 72

Utrecht
Catharijnesingel 47
3511 CG Utrecht



Factsheet | Koopstromenonderzoek 2021

Krimpenewaard

(gemeente)

Inhoud



Basis kenmerken



Voorzieningen-aanbod



Branchering



Werk-gelegenheid



Bestedingen en marktaandeel



Herkomst omzet



Bestemming bestedingen



Mode online



Horeca



Basiskkenmerken



Benchmark

Gemeente: Krimpenerwaard
Provincie: Zuid-Holland

Inwoners: 56.600
Benchmark: weinig stedelijk

1



Voorzieningenaanbod

Onderstaande tabel toont de ontwikkeling van het aantal verkooppunten per branche en de ontwikkeling van het aantal vierkante meter winkelvloeroppervlakte in de detailhandelsbranches (afgerond op honderdtallen).



Branchering

Onderstaande figuur toont de branchering van het voorzieningenaanbod op basis van het aantal verkooppunten. Dit betreft het aandeel dat de betreffende branche inneemt binnen het totale aantal verkooppunten.

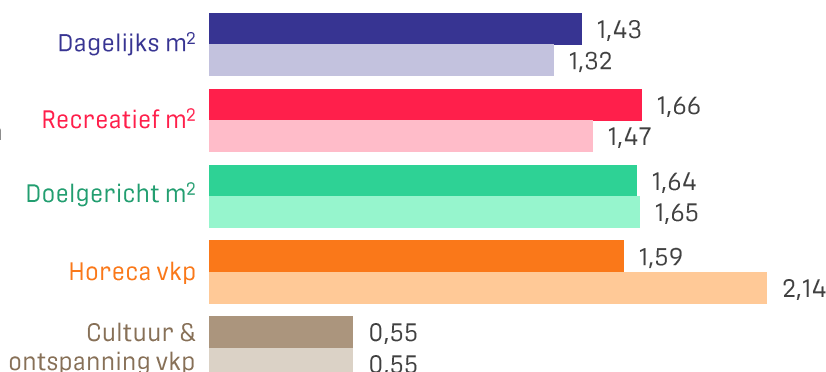
Verkooppunten	2016	2018	2021	Branchering
Dagelijks vkp	82	83	81	13% 11%
Dagelijks m²	16.300	18.100	18.100	28% 22%
Recreatief vkp	112	110	94	15% 13%
Recreatief m²	14.400	14.200	13.700	22% 19%
Doelgericht vkp	111	106	93	15% 14%
Doelgericht m²	34.100	32.600	29.900	47% 54%
Horeca vkp	80	84	90	14% 19%
Cultuur & ontspanning vkp	29	31	31	5% 5%
Diensten vkp	103	109	100	16% 16%
Overig vkp	82	92	104	17% 16%
Leegstand vkp	45	34	28	5% 6%
Leegstand m² detailhandel	4.000	2.900	1.900	3% 5%
Totaal vkp	644	649	621	
Totaal m² detailhandel	68.800	67.800	63.600	

Bron: Locatus, per 1 september getoonde jaar

De figuur rechts toont het aantal verkooppunten per branche afgezet tegen het aantal inwoners. Over het algemeen geldt: hoe hoger de dichtheid, hoe groter de bovenlokale trekkracht van deze branche.

■ Krimpenerwaard
 ■ Benchmark

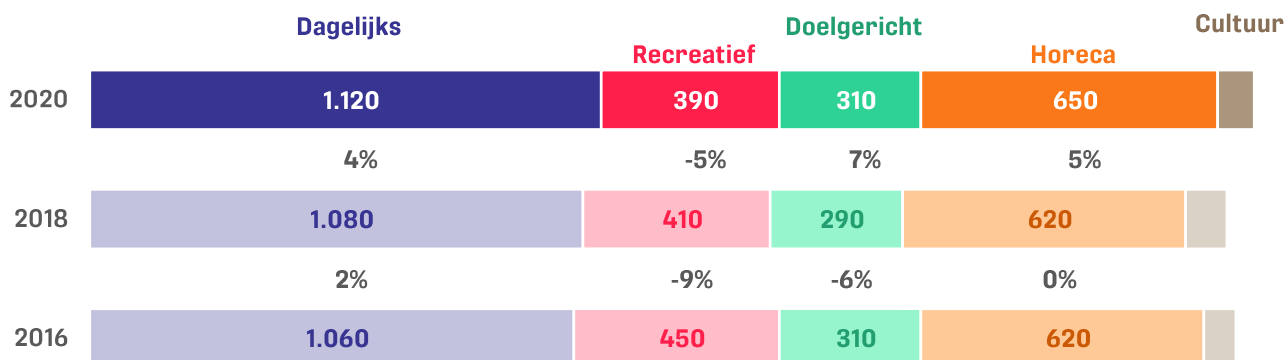
Dichtheid verkooppunten (per 1.000 inwoners)





Werkgelegenheid

Onderstaande figuur toont de ontwikkeling van het aantal banen in de detailhandelsbranches, de horeca en de sector cultuur & ontspanning*. Tussen de staven zijn de groeipercentages weergegeven.



* cijfers zijn exclusief diensten. Bij kleine omvang van de sector worden de labels soms niet weergegeven | Bron: LISA2020, peildatum 1 april

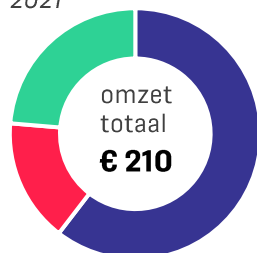


Bestedingen en marktaandelen

De linker figuur toont de omzet (toonbankbestedingen) van de fysieke detailhandel in de dagelijkse-, recreatieve en doelgerichte sector in 2021. De rechter figuur laat zien wat het marktaandeel daarvan is binnen de totale omzet van de fysieke detailhandel in de provincie.

Omzet detailhandel

2021



omzet dagelijks	€ 127
omzet recreatief	€ 33
omzet doelgericht	€ 50

in mln. euro (excl. btw)

Marktaandeel

in de provincie



Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van de omzet (links) en het marktaandeel (rechts) met indexcijfers. Hierbij geldt 2016 als basisjaar (=100). Deze cijfers zijn exclusief toerisme.

Omzetontwikkeling

Index: 2016=100

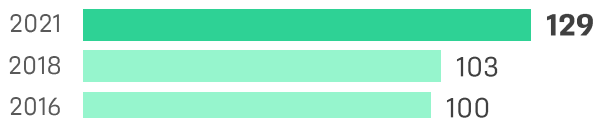
Dagelijks



Recreatief



Doelgericht



Ontwikkeling marktaandeel

in de provincie

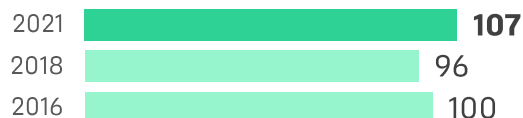
Dagelijks



Recreatief



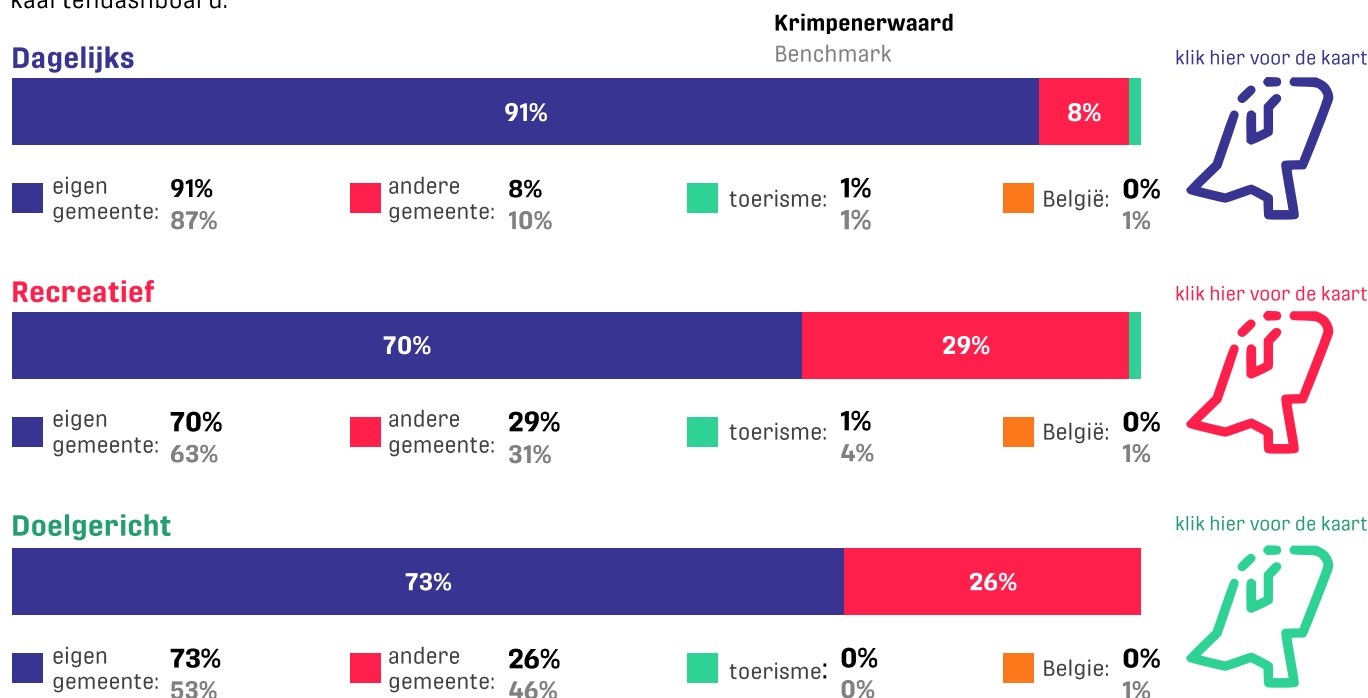
Doelgericht



→ Herkomst omzet

Onderstaande figuur laat zien waar de detailhandelsomzet vandaan komt. Hoe kleiner het aandeel van de omzet dat uit de eigen gemeente afkomstig is, hoe groter de toevloeiing. Tevens toont de grafiek de gemiddelde herkomstpercentages van de benchmarkgemeenten. Klikken op de kaart geeft toegang tot het online kaartendashboard.

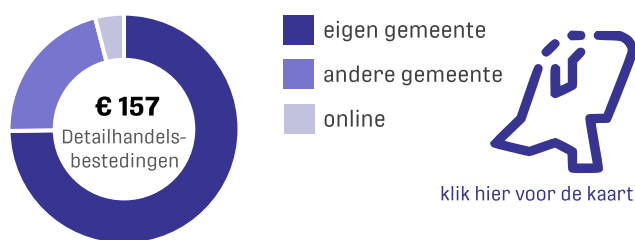
4



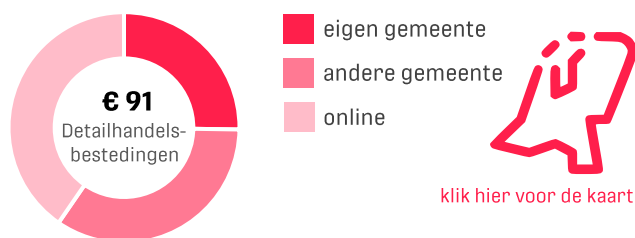
→ Bestemming bestedingen

Onderstaande figuren en tabellen laten zien waar de inwoners hun bestedingen doen. Hierbij maken we onderscheid tussen het deel van de bestedingen dat in de eigen gemeente blijft (binding), het deel dat afvloeit naar naar fysieke winkels buiten de eigen gemeente (afvloeiing fysiek) en het deel dat afvloeit naar webshops (afvloeiing online). Deze laatste categorie betreft zowel de pure webwinkels als de webwinkels van landelijke winkelketens en lokale winkeliers (omnichannel). Klikken op de kaart geeft toegang tot het online kaartendashboard.

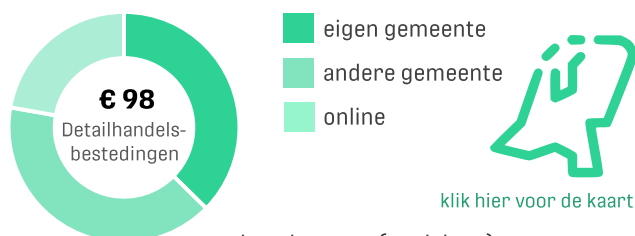
Benchmark en ontwikkeling



Dagelijks	2021	benchmark	2018	2016
Binding	74%	82%	76%	76%
Afvloeiing fysiek	21%	14%	22%	23%
Afvloeiing online	4%	4%	2%	2%



Recreatief	2021	benchmark	2018	2016
Binding	25%	25%	22%	25%
Afvloeiing fysiek	34%	38%	46%	47%
Afvloeiing online	40%	37%	32%	28%



Doelgericht	2021	benchmark	2018	2016
Binding	37%	34%	38%	42%
Afvloeiing fysiek	40%	43%	45%	44%
Afvloeiing online	22%	23%	17%	14%

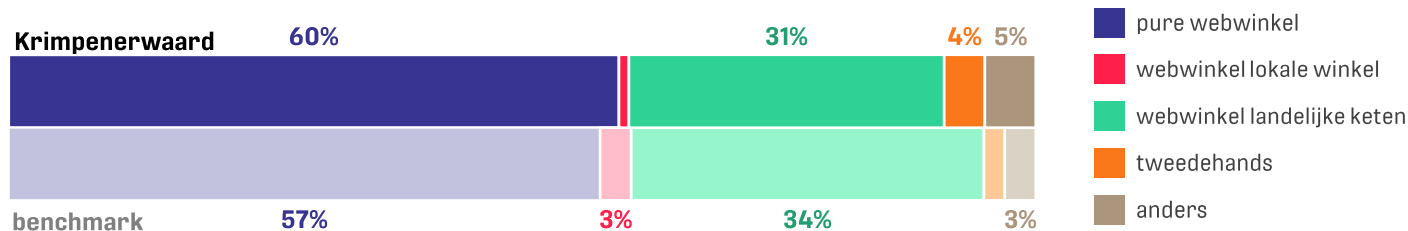
in mln. euro (excl. btw)



Mode online

Onderstaande figuur laat zien bij welke type webshop de online bestedingen aan mode terecht komen. De tweede figuur laat zien welk deel van consumenten de online bestelling van mode heeft laten bezorgen dan wel heeft afgehaald.

Type webshop



Bezorging



Horeca

De eerste figuur laat zien welk deel van de horecabestedingen in de eigen gemeente blijft en welk deel afvloeit naar andere gemeenten. De bestedingen bij de horeca zijn berekend op basis van het aantal bezoeken vermenigvuldigd met de gemiddelde besteding op basis van het klassenmidden. De onderste figuren geven aan hoe consumenten van de horeca gebruik maken (ter plaatse, afhalen of bezorging) en hoe het horecagebruik verdeeld is over de verschillende momenten van de dag.

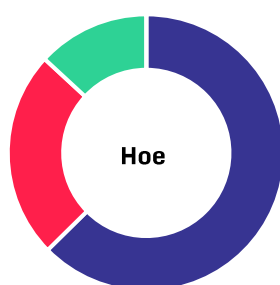
Krimpenerwaard



benchmark

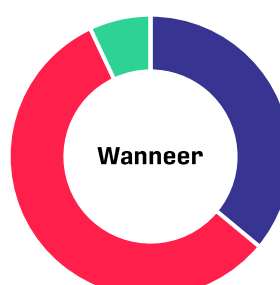


■ binding ■ afvloeiing



Hoe

Gebruik	Krimpenerwaard	benchmark
bij horecazaak	62%	65%
afhaal	24%	24%
bezorging	13%	11%
weet niet	0%	0%



Wanneer

Tijdstip	Krimpenerwaard	benchmark
overdag	36%	38%
avond/nacht	57%	54%
combi	7%	7%
weet niet	0%	0%

* Leeswijzer

1) Stedelijkheid

Indeling van gemeenten o.b.v. adressendichtheid (bron: CBS). → [Indeling stedelijkheid](#)

2) Branches

In de figuur hiernaast is de indeling van branches en artikelgroepen weergegeven. De sector niet-dagelijks is opgesplitst in twee hoofdgroepen: recreatief en doelgericht.

Onder *Cultuur & ontspanning* vallen bijvoorbeeld fitnesscentra en escape rooms.

Onder *Diensten* in winkelgebieden vallen onder andere kappers, tatoeage- en piercingzaken, schoonheidssalons en nagelstudio's.

[Klik hier voor een gedetailleerde indeling van de branches en artikelgroepen door Locatus.](#)

3) Afkortingen

vkp verkooppunten
m² vierkante meter winkelvloeroppervlak

4) Andere gemeente

Bij herkomst van de omzet gaat het om gemeenten binnen het onderzoeksgebied en randgebied van KSO21. Bij bestemming van de bestellingen gaat het om afvloeiing naar alle gemeenten in Nederland.

Toerisme/toeristische bestedingen

Bestedingen bij de detailhandel door binnen- en buitenlandse verblijfstoeristen en binnenlandse dagjesmensen. Het gaat enkel om toeristische bestedingen in winkels.

	BRANCHES KSO	ARTIKELGROEPEN
Sector niet-dagelijks	Sector dagelijks	
	Dagelijks	dagelijks
	Sector recreatief	
	Mode & Luxe	mode huishoudelijk
	Vrije tijd	sport- en spel media en hobby
	Sector doelgericht	
	In & om het huis	elektronica doe-het-zelf woninginrichting tuinartikelen en planten