

Schiedam, Behoeftedonderzoek voorzieningen Schieveste

Gemeente Schiedam



Schiedam, Behoefteteonderzoek voorzieningen Schieveste

Gemeente Schiedam

Rapportnummer: P01169
Datum: 22 maart 2019
Contactpersoon opdrachtgever: De heer R. den Toom
Projectteam BRO: Mevrouw G. Wijnen
Trefwoorden: -
Bron foto kافت: -
Beknopte inhoud: -

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Leeswijzer	5
2. DOELGROEPEN EN UITGANGSPUNTEN	6
3. BEHOEFTE DETAILHANDEL	9
3.1 Verzorgingsgebied	9
3.2 Huidig aanbod	9
3.3 Kwalitatieve behoefte	10
3.4 Kwantitatieve behoefte	11
3.5 Toekomstkansen detailhandel in Schieveste	13
4. BEHOEFTE HORECA (EXCL. HOTELS)	15
4.1 Verzorgingsgebied	15
4.2 Huidig aanbod	15
4.3 Kwalitatieve behoefte	18
4.4 Kwantitatieve behoefte	19
4.5 Toekomstkansen horeca in Schieveste	21
5. BEHOEFTE LEISURE	23
5.1 Locatie en kernkwaliteiten plangebied	23
5.2 Aanbod leisure Schiedam in perspectief	24
5.3 Toekomstkansen leisure in Schieveste	24
6. BEHOEFTE MAATSCHAPPELIJKE VOORZIENINGEN	27
6.1 Zorgvoorzieningen	27
6.2 Sportvoorzieningen	30
6.3 Kinderdagverblijf en buitenschoolse opvang	32
6.4 Onderwijs	33
6.5 Sociaal-cultureel	33
6.9 Toekomstkansen maatschappelijke voorzieningen in Schieveste	34
7. CONCLUSIE	35

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: BELEIDSKADERS	1
BIJLAGE 2: TREND RAPPORTAGES	6
Bijlage 2.1 Trends en ontwikkelingen in retail	6
Bijlage 2.2 Trends en ontwikkelingen in leisure en horeca	9
BIJLAGE 3: BEGRIPPEN	12

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Schieveste is een multifunctionele gebiedsontwikkeling waar circa 3.650 woningen gerealiseerd zullen worden. De ontwikkeling zal deels voorzien in de groeiende behoefte aan woningen in Schiedam en de regio Rotterdam. De locatie bevindt zich tussen de A20 en de spoorlijn Rotterdam, Delf/Den Haag. Vanuit de kenmerken van de locatie (inklemming tussen snelweg en spoor) wordt ingezet op hoogbouw om een aantrekkelijk woonmilieu te kregen met hoogstedelijke allure.

De planvorming voor Schieveste loopt al langere tijd. In 2002 werd in het Masterplan Schieveste een ambitieus stedenbouwkundig plan geïntroduceerd. Dit plan omvatte een groot kantorenprogramma, aangevuld met diverse voorzieningen en woningbouw. Na de realisatie van het DCMR-kantoor en de Lenitz-school stagneerde de ontwikkeling. In 2011 werd het oorspronkelijke Masterplan herzien; het oorspronkelijke programma werd verkleind en er werd o.a. opgenomen dat de flexibiliteit van het stedenbouwkundig concept werd vergroot, er een lager realisatietempo werd aangehouden en wonen geen primaire functie meer zou zijn. Deze aanpassing leidde echter niet tot concrete initiatieven.

In 2017 dienden zich echter nieuwe mogelijkheden aan. Dit hoofdzakelijk ingegeven door de grote woningopgave binnen de gemeente (en versnellingswens vanuit de Provincie) en de wens de woningvraag te willen faciliteren binnen bestaand stedelijk gebied. Deze ontwikkelingen hebben geleid tot een nieuw (concept) masterplan voor Schieveste en het oprichten van de ontwikkelcombinatie Schieveste Ontwikkeling B.V. met hierin grote, landelijk opererende ontwikkelaars. In december 2018 hebben de gemeente

Figuur 1.1: Planlocatie Schieveste (bron: Gincity, concept Masterplan d.d. februari 2018)



Schiedam en de Ontwikkelcombinatie Schieveste de grondreserveringsovereenkomst getekend. In februari zal een stedenbouwkundige uitwerking gepresenteerd worden.

In de nieuwe plannen neemt de functie 'wonen' een primaire plaats in. De huidige ambitie van de gemeente Schiedam is om Schieveste te ontwikkelen tot een levendige stadswijk nabij een regionaal knooppunt. Vanuit de kenmerken van de locatie (inklemming tussen snelweg en spoor) wordt ingezet op hoogbouw om een aantrekkelijk woonmilieu te kregen met hoogstedelijke allure. Het wonen op een knooppunt vormt een passend woonmilieu voor stedelingen die de nabijheid van voorzieningen waarderen en sterk op OV-mobiliteit geïnteresseerd zijn.

Vraagstelling

Binnen de gemeente is ten aanzien van de gebiedsontwikkeling inmiddels een verdere verkenning uitgevoerd met RO-ambtenaren. Dit heeft geleid tot de volgende vraag:

Welke mix aan voorzieningen is benodigd en gewenst in Schieveste, passend bij het karakter van een levendige stadswijk nabij een knooppuntlocatie en de gewenste doelgroepen, én aanvullend op de voorzieningen in de Schiedamse binnenstad?

Om te bepalen welke programmatische voorzieningenmix benodigd en gewenst is in Schieveste is per voorziening/functie onderzocht in hoeverre er behoefte aan is. Dit aansluitend op het beoogde karakter van het gebied, de gewenste woningbouw en de beoogde doelgroep. De behoefte is bepaald in kwantitatieve en kwalitatieve zin.

1.2 Leeswijzer

Allereerst wordt er een afbakening van het verzorgingsgebied gegeven. Alle analyses van de onderdelen van het niet-woonprogramma komen aan de orde in de hoofdstukken 2 tot en met 6. Achtereenvolgend; detailhandel, horeca, leisure en maatschappelijke voorzieningen. In de bijlages is per functie een trendrapportage toegevoegd. In bijlage II zijn de samenvattingen van de provinciale, regionale en gemeentelijke beleidskaders opgenomen.

In de hoofdstukken wordt nut en noodzaak onderzocht van realisatie van de verschillende onderdelen van het niet-woonprogramma voor de ontwikkellocatie Schieveste. Hierbij is tevens aandacht voor de aanvaardbaarheid van de realisatie ervan. Er wordt gebruik gemaakt van het gemeentelijk beleid, de Planologische Kentallen, Locatus en HorecaDNA.

2. DOELGROEPEN EN UITGANGSPUNTEN

Woonprogramma en inwoners Schieveste

In totaal is er plaats voor circa 5.000 tot 7.000 mensen in het woonprogramma van de ontwikkeling Schieveste. De doelgroepen voor het woonprogramma komen uit diverse woonsituaties en zullen zowel uit Schiedam komen als elders vandaan (o.a. Rotterdam). Een aantal (gemeentelijke) uitgangspunten ten aanzien van doelgroepen, woningen en woonmilieu zijn:

- Er worden gestapelde woningen gerealiseerd voor met name kleine huishoudens van 1 tot 3/4 personen (zie tabel 2.1). De doelgroepen waarvoor gebouwd wordt en de bijbehorende prijsklassen kunnen variëren.
- Van de te realiseren woningen wordt ca. 25% binnen het sociale segment gerealiseerd.
- Er wordt een (stedelijk) woonmilieu gerealiseerd dat aansluit op de wensen van woningzoekenden die naar stad trekken.
- De oppervlakte per appartement zal afhankelijk zijn van de huishoudensomvang, de prijs en de eventuele voorzieningen die elders dan in het appartement gerealiseerd worden. Met name voor de kleine appartementen zou er sprake moeten zijn flexibele bouw om woningen op termijn samen te kunnen voegen tot grotere appartementen, als de vraag op de woningmarkt verandert.
- De aanwezige voorzieningen zullen gemak en comfort moeten bieden aan de bewoners van een groot/hoogstedelijke woonmilieu. Denk hierbij aan kinderopvang, horeca, pick-up points voor online bestellingen, gezondheidsvoorzieningen (huisarts, fysiotherapeut, apotheek, tandarts) en een sportschool, die overigens ook niet altijd in de plinten van de gebouwen gerealiseerd zouden hoeven worden. Het is belangrijk dat de voorzieningen aansluiten op de doelgroepen uit de diverse woonsituaties.
- Een lage automobilititeit is het uitgangspunt (in eerdere concept Masterplan Gincity (februari 2018) werd uitgegaan van een parkeernorm van 0,3 per woning). Een mobiliteitsconcept kan onderdeel zijn van de ontwikkeling, waarbij bijvoorbeeld iedere bewoner de beschikking krijgt over een mobiliteitspakket bestaande uit een deelauto, deelfiets en/of OV-abonnement.
- Duurzaamheid is een belangrijk uitgangspunt. De woningen zouden gasloos moeten worden en er wordt met zonnepanelen gewerkt.

Tabel 2.1: Doelgroepen Schieveste (bron: gemeente Schiedam)

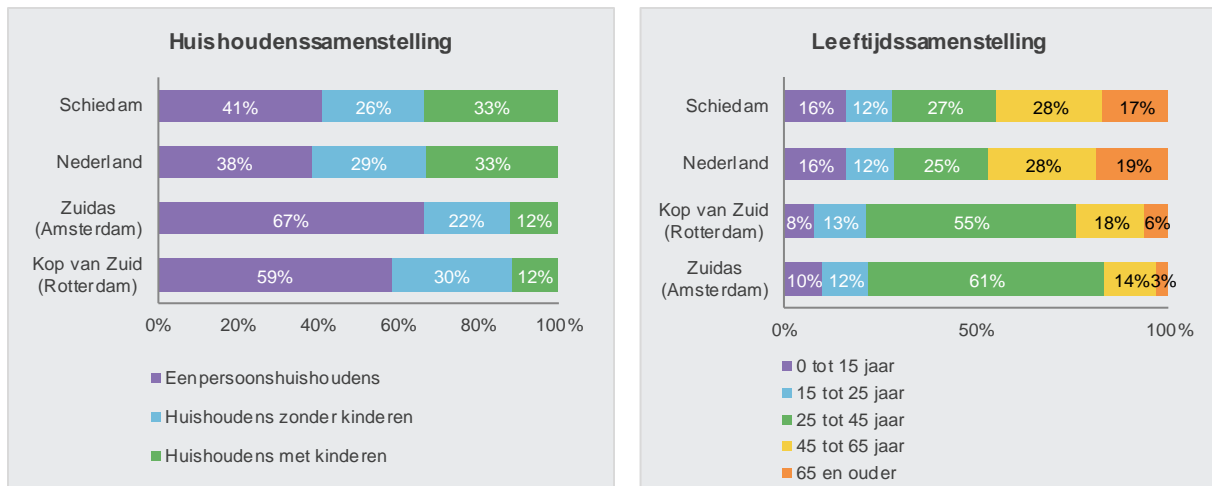
Doelgroepen	Huishoudensgrootte	Inkomen
<u>Senioren/empty nesters;</u> kinderen hebben het huis verlaten, laten vaak grotere (grondgebonden) eengezinswoning achter	1-2 personen	<€ 34.000 € 34.000 - € 43.000 >€ 43.000
<u>Startende singles en samenwoners;</u> verlaten ouderlijk huis of studentenwoning	1-2 personen	<€ 34.000 € 34.000 - € 43.000
<u>Doorstarters;</u> na een scheiding of overlijden verandert de huishoudensgrootte en daarbij behorende woonbehoefte/-vraag	1-3/4 personen	<€ 34.000 € 34.000 - € 43.000 >€ 43.000
<u>Werkenden;</u>	1-3/4 personen	<€ 34.000

door inkomensverbetering en/of gezinsvorming verandert de woonbehoefte/-vraag		€34.000 - €43.000 >€43.000
<u>Studenten:</u> volgen een opleiding, eventueel in combinatie met werk, aan een universiteit, hbo- of mbo-instelling	1 persoon	< €22.000

Uitgangspunt bevolkingssamenstelling Schieveste

Om een inschatting te maken van de bevolkingsopbouw van Schieveste is naast bovenstaande uitgangspunten, ook gekeken naar de bevolkingssamenstelling van een tweetal andere hoogstedelijke locaties in Nederland, waar ook sprake is van veel hoogbouw en dynamiek (zie figuren hierna). Het betreft de Kop van Zuid in Rotterdam (2.700 inwoners) en de Zuidas in Amsterdam (6.825 inwoners¹).

Figuren 2.1 en 2.2: Bevolkingssamenstelling naar huishoudenssamenstelling en leeftijdscategorie (CBS, 2018)



Waar de bevolkingssamenstelling van de totale gemeente Schiedam redelijk overeenkomt met het landelijk gemiddelde, valt op dat in de referentiegebieden met name de leeftijdscategorie 25 tot 45 jaar sterk vertegenwoordigd is en het percentage kinderen juist erg klein is. Ook zijn er naar verhouding veel meer eenpersoonshuishoudens en een fors minder huishoudens met kinderen. De gemiddelde huishoudensgrootte ligt met 1,6 dan ook een stuk lager dan het gemiddelde in Nederland (2,2) en Schiedam (2,1). Overigens ligt het opleidingsniveau in Schiedam gemiddeld wel lager: 42% van de Schiedamse bevolking is lager opgeleid versus 34% landelijk gemiddeld en 18% is hoger opgeleid versus 25% landelijk gemiddeld. Ook het inkomensniveau ligt in Schiedam gemiddeld lager (-8%) dan het Nederlands gemiddelde, maar dit verschilt sterk per wijk². In de referentiegebieden ligt het inkomens- en opleidingsniveau over het algemeen juist relatief hoog.

Gezien de beoogde doelgroepen in het plangebied en het beeld vanuit referentiegebieden wordt voor Schieveste als uitgangspunt gehanteerd dat het grootste deel van de bevolking tussen de 25 en 45 jaar oud zal zijn (ca. 50-60%) en dat slechts een klein van de bevolking (ongeveer 9%) kinderen tot 15

¹ CBS, buurten Zuidas, Zuidas Noord, Zuidas Zuid en Kop Zuidas.

² In het noordelijk deel van de gemeente (boven de A20) is het gemiddelde inkomen vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde, terwijl dit in het zuidelijk deel van de gemeente (onder de A20) 13% lager ligt.

jaar betreft. Het grootste deel van de bevolking zal ook bestaan uit eenpersoonshuishoudens (ca. 60-65%) en tweepersoonshuishoudens (20-30%). Als uitgangspunt voor de gemiddelde huishoudensgrootte wordt circa 1,6 aangehouden. Voor het inkomens- en bestedingsniveau wordt uitgegaan van het landelijk gemiddelde.

OV-gebruikers

Naast de beoogde doelgroepen die gaan wonen in Schieveste is er ook de potentiële doelgroep van OV-reizigers, die momenteel gebruik maken van Station Schiedam en mogelijk gebruik zouden kunnen maken van voorzieningen rondom het stationsgebied zoals in Schieveste. Station Schiedam Centrum is namelijk binnen de stadsregio het tweede openbaar vervoersknooppunt, na Rotterdam Centraal³. Naast treinstation is het namelijk ook een metrohalte met een directe aansluiting op Rotterdam, Capelle aan den IJssel en Spijkenisse. Ook vertrekken er meerdere (regionale) tram- en buslijnen naar Rotterdam (tramlijn 21 en 24) en Den Haag (buslijn 36). Direct ten noorden van Schiedam Centrum (ontwikkellocatie Schieveste) is bovendien een Park and Ride gesitueerd (P+R Horvathweg), hier bevinden zich circa 64 parkeerplaatsen.

In totaal zijn er circa 21.650 **treinreizigers** gemiddeld per werkdag en daarnaast zijn er ook 26.800 reizigers (gemiddeld per werkdag) die gebruik maken van het **metrostation** Schiedam Centrum⁴. Dit komt neer op een totaal van 48.450 reizigers per gemiddelde werkdag (zowel de NS als de RET rekenen alleen met eigen in- en uitstappers, overstappers worden niet meegenomen). Aangezien het aantal overstappers niet bekend is er voor gekozen een correctie toe te voegen en uit te gaan van 40.000 reizigers per dag. In totaal zat dit jaarlijks uitkomen op circa 5,5 miljoen reizigers via station Schiedam Centrum⁵ (excl. bus en tram).

³ Gemeente Schiedam – Stadsvisie Schiedam 2030

⁴ Treinreizigers.nl - Cijfers metro: Rotterdam Beurs is drukste metrostation van Nederland (2019)

⁵ NS – Grootste, kleinste en snelst groeiende stations (2018). De cijfers betreffen werkdagen en in de telling wordt elke reiziger 2 x geteld, namelijk in- en uitstappers. Uitgangspunt: $(275 \text{ werkdagen} * 40.000 \text{ reizigers}) / 2 = \text{circa } 5,5 \text{ miljoen reizigers per jaar}$. 275 dagen is inclusief correctie weekenden en vakanties.

3. BEHOEFTE DETAILHANDEL

3.1 Verzorgingsgebied

Voor nieuwe detailhandel op Schieveste is een wijkverzorgende functie primair het uitgangspunt. Vanuit de bestaande provincie en regio⁶ wordt namelijk een restrictief detailhandelsbeleid gevoerd (gericht op bestaande centra), maar is er wel de mogelijkheid in een nieuwe woonwijk nieuwe detailhandel te realiseren binnen een nieuwe wijkgebonden winkelconcentratie. Ook is nieuwe detailhandel mogelijk binnen een nieuwe goed bereikbare en centraal gelegen winkelconcentratie als gevolg van herallocatie. Aan beide criteria voldoet Schieveste: het betreft immers een nieuwe wijk en de locatie is goed bereikbaar en centraal gelegen, waardoor het een landingsgebied voor verplaatsende detailhandel zou kunnen zijn. Voor de nieuw te realiseren detailhandel moet wel worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit niet onevenredig worden aangetast. Bij een ontwikkeling groter dan 1.000 m² bvo moet in regionaal verband worden afgestemd (MRDH) en moet de ontwikkeling voor advies worden voorgelegd aan de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland.

Naast een wijkverzorgende functie kan nieuwe detailhandel op Schieveste mogelijk ook een functie hebben voor de OV-gebruikers van Schiedam Centrum. Het provinciaal beleid biedt op locaties met veel passanten en bezoekers, zoals de grote treinstations, expliciet de ruimte voor de vestiging van meerdere vestigingen van kleinschalige detailhandel buiten de bestaande winkelgebieden (zoals gemakswinkels).

3.2 Huidig aanbod

Stationsgebied

Op de Schieveste locatie zelf is momenteel geen detailhandel gevestigd. Direct ten zuiden van station Schiedam Centrum ligt wel het Stationsplein waar een aantal winkels en voorzieningen aanwezig zijn in diverse sectoren:

- Dagelijks aanbod: Gemakswinkels Spar (383 m² wvo) en AH to go (74 m² wvo). Daarnaast is ook een bakker aanwezig (52 m² wvo). In totaal 509 m² wvo.
- Niet-dagelijks aanbod: Boekhandel Ako (75 m² wvo).
- Overig aanbod: Diverse fastservice horecazaken en cafés. Daarnaast een kapper, schoonheidssalon en fietsenstalling.
- Leegstand: Twee kleinschalige panden van 80 en 45 m² wvo.

⁶ Vanuit het gemeentelijk perspectief zijn er nog geen kaders voor detailhandel op Schieveste. De inpassing van de ontwikkeling binnen het gemeentelijk detailhandelsbeleid zal nog zijn beslag moeten krijgen. Momenteel wordt gewerkt aan een nieuwe detailhandelsvisie. In het geldende detailhandelsbeleid (Detailhandelsvisie 2010-2020) werd voor Schieveste nog uitgegaan van de ontwikkeling van een Urban Entertainment Center met (grootschalig) detailhandelsaanbod binnen het thema multimedia. Dit is niet meer aan de orde.

Het aanbod ligt voornamelijk aan de buitenzijde van het station aan het Stationsplein en aan de Singel. AH to go en boekwinkel Ako zijn binnen het station gevestigd. De ruimtelijke samenhang is beperkt. Als OV-knooppunt heeft de locatie een eigen verzorgingsfunctie. Er is nauwelijks sprake van een de ruimtelijk-functionele relatie met de binnenstad als winkelgebied (op ca. 1 km afstand gelegen).

In het proces rondom de nieuwe detailhandelsvisie, die momenteel wordt opgesteld, is het uitgangspunt dat het winkelaanbod aan het Stationsplein als nieuw, speciaal winkelgebied binnen de detailhandelsstructuur wordt aangemerkt en dat de exacte ontwikkelrichting ervan wordt bepaald in relatie tot de verdere ontwikkeling van het stationsgebied en Schieveste.

Overig aanbod omgeving

Binnen de wijk Oost is er verder een beperkt detailhandelsaanbod. Aan de radiaal Prof. Kamerlingh Onneslaan - Lorentzlaan – Franselaan (Franselaan is gemeente Rotterdam) ligt het meeste overige detailhandelsaanbod, voornamelijk enkele minisupers. Aan de Dieselstraat (zijstraat Lorentzlaan) ligt nog een zeer kleine Lidl (680 m² wvo). Verderop aan de Franselaan (gemeente Rotterdam) ligt nog een buurtstrip met daaraan een Dirk-supermarkt (896 m² wvo) en wat aanvullend boodschappenaanbod

Het aanbod aan deze doorgaande weg is zeer versnipperd en er is weinig onderlinge samenhang. Voor de Lidl aan de Dieselstraat bestaan plannen voor een verplaatsing naar de locatie van basisschool de Peperklip in combinatie met uitbreiding van de winkel met 700 m² wvo.

Ten noorden van Schieveste is er daarnaast nog wat verspreid, perifeer detailhandelsaanbod gelegen op bedrijventerrein Spaanse Polder. Het betreft onder meer een fietsenzaak (Stella), enkele zaken in de branche 'in & om het huis' en een winkel van Schmidt Zeevis.

3.3 Kwalitatieve behoefte

Vanuit trends en ontwikkelingen (zie bijlage 2 Trendrapportages) volgt een kwalitatieve behoefte aan detailhandel binnen Schieveste:

- *Op basis van voldoende consumentendraagvlak is er in principe altijd voldoende perspectief voor wijkwinkelcentra op goede strategische plekken.* Men doet immers de dagelijkse boodschappen nog altijd bij voorkeur dicht bij huis. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc. De ligging van de supermarkt dichtbij en met zicht op de rest van het voorzieningen-aanbod (horeca en commerciële en maatschappelijke diensten) is daarbij van groot belang voor combinatiebezoek. Bovendien is de supermarkt dé trekker van ieder wijkwinkelcentrum.
- *Vanuit het veranderde eet- en boodschappenpatroon van de hedendaagse consument is er ruimte voor nieuwe gemakconcepten, blurring met horeca, en food- en bezorgservices.* Men besteedt

immers steeds minder tijd aan de boodschappen en aan het bereiden van een maaltijd⁷. Er zijn ook steeds meer eetmomenten op een dag en het moment van aankoop en consumptie vallen steeds vaker samen. De consument wil kopen waar en wanneer hij/zij wil en hecht waarde aan de wisselwerking tussen on- en offline, tussen horeca en detailhandel en ook de verruiming van de openingstijden naar avond- en zondagopenstellingen. Bovendien koopt de consument ook steeds meer levensmiddelen online, die men thuis laat bezorgen (boodschappen en/of maaltijdboxen) of afhaalt (pick up points).

- *In de supermarktbranche vindt een verdere segmentering en profilering plaats tussen de formules onderling, binnen formules en online.* Enerzijds zet de trend tot schaalvergroting verder door. Toekomstbestendige fullservice-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang vanaf 1.000 m² vwo. Nieuwe full-service supermarkten hebben zelfs een gemiddelde omvang van 1.200 - 1.700 m² vwo. Anderzijds ontstaan er nieuwe gemakformules (city stores / to-go winkels) op drukke binnenstedelijke locaties (zoals stations), met een assortiment van producten die direct of in de komende uren geconsumeerd kunnen worden (ready-to-eat en vers). Er is daarnaast in algemene zin in supermarkten meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt, etc. Daarbij is de verwachting dat er een verdere groei van vraag zal zijn naar lokaal geproduceerd voedsel en personalisatie van producten en diensten.
- *Specifiek voor een hoogstedelijke en ruimtelijk verdichte locatie is aanpassing van voorzieningen nodig op aspecten als gezondheid, leefbaarheid en levendigheid* om voldoende 'quality of life' te garanderen en zo aan te sluiten bij de wensen en behoeftes van de consument. Daarnaast zijn er enkele relevante duurzaamheidstrends, zoals het delen van producten en het aanpassen van ons mobiliteitspatroon. Met name jonge generaties staan open voor het delen van bijvoorbeeld auto's, fietsen, huishoudelijke apparaten etc. Bovendien worden ook het zuiniger rijden, vaker per fiets of openbaar vervoer populairder.

3.4 Kwantitatieve behoefte

Voor de benadering van de kwantitatieve behoefte aan detailhandel in Schieveste is een berekening gemaakt van de marktmogelijkheden op basis van te verwachten inwonertal van het plangebied, bestedingen en koopstromen. Daarbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

Bestedingen

Hoewel het gemiddelde inkomen in Schiedam lager ligt dan het landelijk gemiddelde wordt gezien de beoogde inwonersdoelgroep in het gebied uitgegaan van een gemiddeld hoger inkomensniveau. In de berekening wordt het landelijk gemiddelde gehanteerd.

Koopstromen

In een nieuw te realiseren wijk zullen de koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeiing zich in de tijd moeten ontwikkelen. Daarbij creëert het aanbod voor een belangrijk deel ook de vraag.

⁷ Rabobank cijfers en trends, Supermarkten geciteerd april 2016

Zoals aangegeven is het detailhandelsaanbod in stadsdeel Oost momenteel beperkt van omvang. Een echt wijkcentrum ontbreekt. Daarbij is de enige relevante ontwikkeling de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Lidl naar de Peperklip-locatie is. Bewoners van Oost zijn momenteel voor (dagelijkse) detailhandel dan ook het sterkst georiënteerd op de binnenstad en daarnaast op veel verschillende andere winkelgebieden (in Rotterdam, Dieselstraat en Mgr. Nolenslaan⁸), waarbij enkel de Lidl in de Dieselstraat een aankooplocatie binnen het eigen stadsdeel betreft.

Het nieuwe detailhandelsbeleid, dat momenteel wordt opgesteld, is van groot belang voor de toekomstige mogelijkheden voor Schieveste. Gezien de daarin geformuleerde ambities, uitdagingen en detailhandelsontwikkelingen in andere winkelgebieden in de gemeente (o.a. binnenstad, Nieuwland/Mgr. Nolenslaan en de voorgenomen verplaatsing en uitbreiding van Lidl in Oost) zou voor dagelijkse detailhandel in Schieveste in de basis een *buurtverzorgende* functie passend zijn, met eventueel een 'plus' gericht op OV-gebruikers. Dit om ongewenste effecten op de andere, bestaande winkelgebieden te voorkomen. Inwoners van Schieveste zullen dan dus, net als huidige inwoners van stadsdeel Oost, een deel van hun dagelijkse aankopen in winkelgebieden buiten het stadsdeel doen.

Ook gezien de leefstijl van de beoogde inwonersdoelgroep van Schieveste is het de verwachting dat men deels op winkelgebieden buiten het stadsdeel georiënteerd is. De doelgroep bestaat namelijk voor een belangrijk deel uit jongere generaties en eenpersoons- en tweepersoonshuishoudens zonder kinderen. Dit is bij uitstek de doelgroep die naar verhouding een onregelmatiger leefpatroon heeft en vaak 's ochtends niet weet wat zij die avond zal eten. Er wordt impulsiever boodschappen gedaan en vaker 'gemaksvoedsel' en to-go maaltijden gekocht. Men is ook in mindere mate georiënteerd op een 'vaste' supermarkt en koopt vaker op andere plekken, zoals onderweg of in de buurt van werk of onderwijsinstelling.

De gehanteerde koopstroomcijfers in de berekening zijn een reflectie van het ambitieniveau voor Schieveste en voor de andere winkelgebieden in de detailhandelsstructuur. Er wordt uitgegaan van een koopkrachtbinding van maximaal 50-60% voor Schieveste, uitgaande van 5.000 – 7.000 inwoners. Voor wat betreft de koopkrachttoevoeging wordt ervan uitgegaan dat er bij toevoeging van dagelijks winkelaanbod in Schieveste ook deels een verschuiving van de kooporiëntatie van de overige inwoners van Oost zal plaatsvinden. Bij toevoeging van enkel winkelaanbod met een beperkte omvang (buurtverzorgend karakter) zal deze verschuiving naar verwachting echter beperkt zijn. Voor een groot deel van de inwoners zal het nieuwe winkelaanbod namelijk niet dichterbij zijn of beter bereikbaar zijn dan de huidige aankooplocaties (barrière spoor). Voor de koopkrachttoevoeging wordt daarom een bandbreedte van 10-15% gehanteerd.

Daarnaast is er nog omzet te verwachten vanuit een derde doelgroep, namelijk de gebruikers van station Schiedam Centrum. Uit kennis van BRO blijkt dat reizigers gemiddeld € 1,- uitgeven op het station, waarvan circa een derde (afgerond 35 cent) wordt uitgegeven aan detailhandel, hoofdzakelijk food. Uitgaande van circa 5,5 miljoen reizigers per jaar op Schiedam Centrum komt dit neer op circa € 1.925.000,- aan detailhandelsbestedingen per jaar vanuit OV-gebruikers.

⁸ Bron: Winkelen en vrijetijdsbesteding (KenniscentrumMVS, juli 2017)

Benadering marktruimte

In de volgende tabel is een berekening gemaakt van de toekomstige marktmogelijkheden voor dagelijkse detailhandel in Schieveste:

Tabel 3.1: Benadering indicatie marktruimte dagelijkse detailhandel Schieveste

	Min	Max
Aantal inwoners	5.000	7.000
Bestedingen per hoofd (€)	2.641	2.641
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	13,2	18,5
Koopkrachtbinding	50%	60%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	6,6	11,1
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	10%	15%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	0,9	2,2
Totaal bestedingen vanuit inwoners (€ mln.)	7,3	13,0
Bestedingen vanuit OV-gebruikers (€ mln.)	1,9	1,9
Totaal bestedingen (€ mln.)	9,2	14,9
Huidig w inkelvloeroppervlak (m ² w vo)	509	509
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² w vo)	7.984	7.984
Indicatieve distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	650	1.375

Hieruit blijkt dat er, afhankelijk van het uiteindelijke aantal inwoners en de gemeentelijke koers ten aanzien van andere winkelgebieden, er behoefte is aan circa 650 tot maximaal 1.375 m² wvo aan dagelijkse detailhandel in Schieveste bovenop het huidige aanbod aan het Stationsplein. Daarmee is er ruimte voor het realiseren van één aanvullende gemakswinkel dan wel volwaardige supermarkt van moderne omvang⁹, eventueel aangevuld met wat kleinschalig dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod.

3.5 Toekomstkansen detailhandel in Schieveste

Voor Schieveste zijn er op basis van de kwalitatieve en kwantitatieve analyse van de behoefte naar verwachting de volgende kansen:

- Stadssupermarkt van moderne omvang 800 - 1.200 m² wvo (1.000 – 1.500 m² bvo), waarbij er nadrukkelijk ruimte is voor vers, ready-to-eat en horeca. Een supermarktconcept als dat recent door Albert Heijn werd geïntroduceerd¹⁰, met onder meer een eethoek, meer verse producten en serviceplekken voor snelle thuisbezorging, zou gezien de beoogde doelgroep en karakter van de ontwikkeling zeer passend zijn.

⁹ In een hoogstedelijke omgeving loopt de omvang van supermarkten uiteen: van 400 m² w vo voor een gemakswinkel, 800 m² w vo voor een specialistische supermarkt (zoals Marqt, Ekoplaza) tot 1.200 - 2.000 m² w vo voor een reguliere supermarkt van een landelijke formule (zoals Albert Heijn, Jumbo).

¹⁰ <https://nos.nl/artikel/2263136-albert-heijn-wil-winkels-uitbreiden-met-keukens-en-eethoeken.html>

- Als aanvulling op de supermarkt is er behoefte aan enkele speciaalzaken in versartikelen, dranken en een drogisterij. In beperkte mate zal er ook behoefte zijn aan winkels in frequent niet-dagelijks benodigde artikelen (bijv. bloemen, boekhandel, fietsenmaker) en dienstverlening (kapper, schoonheidsspecialist, repaircafé). Een deel van dit aanbod is momenteel al aanwezig binnen het station (boekhandel). In totaal indicatief 3 - 7 zaken met een totale omvang van 200 – 500 m² wvo (250 – 625 m² bvo).
- Waarschijnlijk zijn mengvormen met horeca en dienstverlening passend in de beoogde stedelijke omgeving. Met deze blurring van functies kan worden ingespeeld op de behoefte aan beleving (in vers), lokaliteit, flexibiliteit en beleving.
- Zowel voor het dagelijks als niet-dagelijks winkelaanbod ligt het voor de hand een cluster te vormen met een koppeling naar het station Schiedam Centrum. Zichtbaarheid en korte loopafstand vanuit de stationshal zijn voorwaarden. Voor bijvoorbeeld een fietsenmaker is ook een koppeling mogelijk met de (bestaande) fietsenstalling in het station.
- Onderdeel van het detailhandelsaanbod is ook nadrukkelijk een centraal afhaalpunt / bezorg-'hub': een plek waar online bestellingen en boodschappen/maaltijdboxen kunnen worden afgehaald, waar bestellingen kunnen worden geretourneerd en van waaruit snelle aan huis bezorging mogelijk is ('last mile'). Ook op dit punt is een ruimtelijke koppeling met het station wenselijk, evenals met de parkeergelegenheid voor bewoners en de OV-Park + Ride.

4. BEHOEFTE HORECA (EXCL. HOTELS)

4.1 Verzorgingsgebied

In het horecabeleid uit 2013 (zie bijlage 1) wordt horeca als belangrijker trekker gezien voor een bezoek aan Schiedam. Een algemeen streven is daarom om een goede horeca in Schiedam te hebben, die gericht is op zowel de inwoners van Schiedam als op bezoekers van de stad, en zowel overdag als 's avonds. Dit kan worden gerealiseerd aan de hand van het bevorderen van unieke kanten van Schiedam door het bieden van mogelijkheden en stimuleren van passende aanvullende en ondersteunende horeca, waaronder binnen Schieveste als regionaal knooppunt.

Gezien het bovenstaande wordt voor de te realiseren horeca in het plangebied het volgende onderscheid gemaakt in te potentiële doelgroepen:

- Inwoners van Schiedam (en de regio)
- Inwoners van Schieveste ('buurtfunctie')
- OV-reizigers

Bewoners regio

Als regio wordt in dit kader gehanteerd de gemeenten Schiedam en Vlaardingen. Vanuit deze regio is het maximaal 10 minuten reistijd per auto (daluren) naar het plangebied. Deze reistijd is voor de meeste vormen van horecabezoek realistisch. Andere gemeentes zoals Rotterdam en Midden-Delfland zijn niet opgenomen in de regionale cijfers omdat inwoners van Rotterdam voornamelijk georiënteerd zijn op de Rotterdamse horeca en inwoners van Midden-Delfland georiënteerd zijn op de horeca in Delft. Momenteel heeft de regio circa 152.000 inwoners. Verwacht wordt dat in 2030 de bevolking met circa 2.800 inwoners zal toenemen.

Tabel 4.1: Bevolkingsprognose regio (CBS)

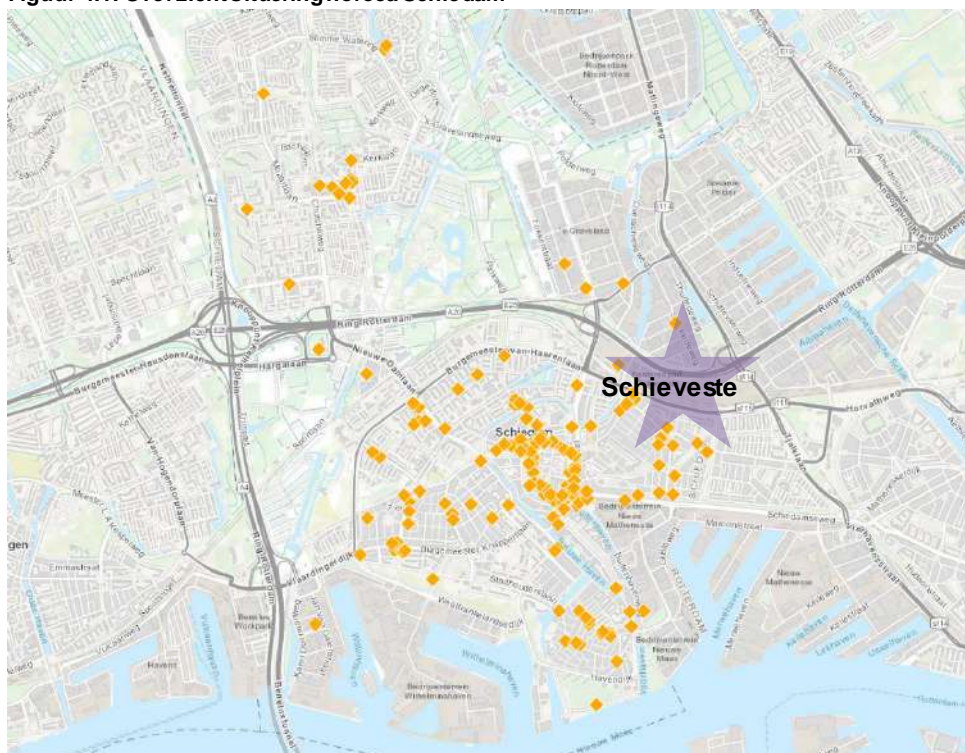
Regio / gemeente	2020	2025	2030
Schiedam	79,0	80	80,7
Vlaardingen	73,3	74	74,1
Regio totaal	152,3	153,9	154,8

Zie voor een toelichting op de doelgroepen inwoners van Schieveste en OV-reizigers hoofdstuk 2.

4.2 Huidig aanbod

De regio telt in totaal 316 horecabedrijven, waarvan 130 drankverstrekkers, 106 fastservicezaken en 60 restaurants. Vlaardingen beschikt over 140 horecabedrijven. Schiedam beschikt in totaal over 175 horecazaken. Zoals te zien in onderstaand figuur zijn deze voornamelijk gesitueerd in het centrum.

Figuur 4.1: Overzicht situering horeca Schiedam¹¹



Het aanbod van drankenverstrekkers ligt regionaal, met 8,7 zaken per 10.000 inwoners, onder het landelijk gemiddelde (9,8 zaken), en net boven het provinciale cijfer (8,5 zaken). In Schiedam zijn er 9,4 drankenverstrekkers per 10.000 inwoners en in Vlaardingen 7,9 drankverstrekkers per 10.000 inwoners.

Regionaal ligt de capaciteit in de fastservicebranche met gemiddeld 7,1 zaken per 10.000 inwoners eveneens zowel beneden het landelijke als het provinciale cijfer (resp. 7,4 en 7,3 zaken). In Schiedam zijn er 7,7 fastservice zaken per 10.000 inwoners, iets boven het landelijk en provinciale gemiddelde. Vlaardingen heeft met 6,4 fastservice zaken per 10.000 inwoners relatief weinig aanbieders in deze sector.

Ook het aanbod van restaurants ligt regionaal, met 4 zaken per 10.000 inwoners opvallend beneden het landelijke en provinciale gemiddelde (resp. 6,9 en 6,4 zaken). Van de restaurants in de regio heeft 30% een Nederlands-Franse keuken en de rest (70%) een buitenlandse keuken. In deze laatste categorie is het aantal Chinees-Indische restaurants (14%) het meest vertegenwoordigd. De regio beschikt over relatief weinig hoogwaardige restaurants; de meeste zaken richten zich op het midden- of lagere marktsegment.

In de volgende grafiek is weergegeven hoe het horeca-aanbod in Schiedam verdeeld is over de verschillende branches.

¹¹ Locatus, peildatum februari 2019

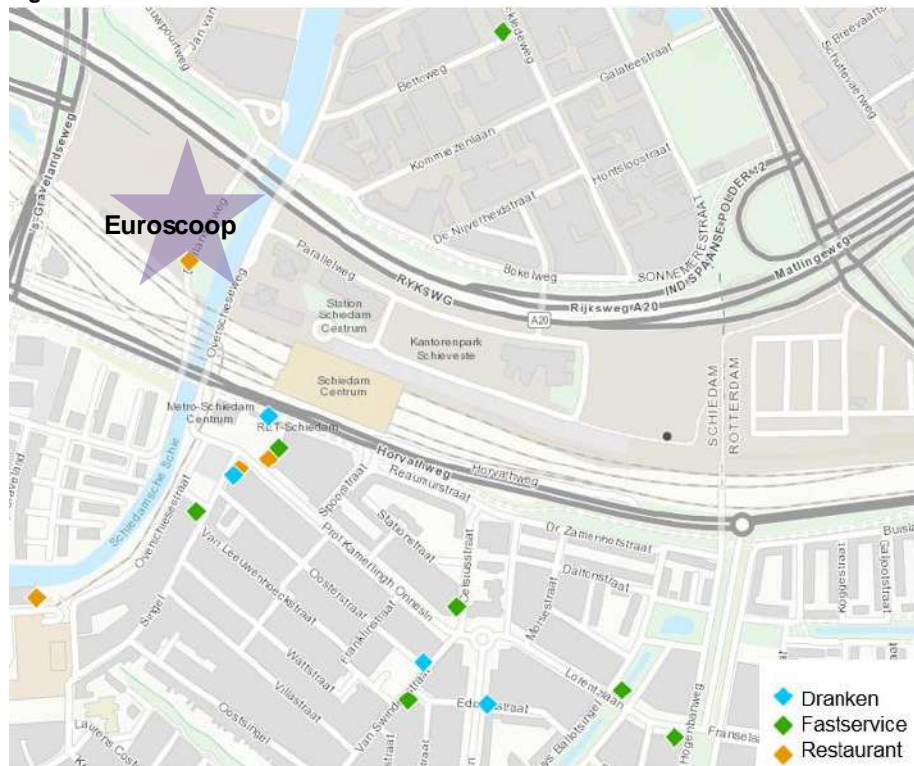
Tabel 4.2: Horeca aanbod Schiedam¹²

Type horeca	Aantal zaken
Café	36
Koffiehuis	3
Coffeeshop	4
Fastfood	34
Bezorging/Afhalen	9
Grillroom/Shoarma	13
Hotel Restaurant	2
IJssalon	4
Lunchroom	11
Pannekoeken	1
Café / restaurant	16
Restaurant	36
Partycentrum	4
Shisha Lounge	1
Horeca overig	1
Totaal	175

In de directe nabijheid van Schieveste zijn verschillende horecazaken gevestigd. Het gros van deze horecazaken is gevestigd in een kleine concentratie ten zuiden van de spoorlijn en het station. Daarnaast zijn er in de Euroscop twee restaurants (een Aziatisch restaurant en een restaurantketen De Beren), een snackbar en koffiezaak gevestigd.

¹² Locatus, peildatum November 2018

Figuur 4.2: Horeca aanbod rondom Schieveste

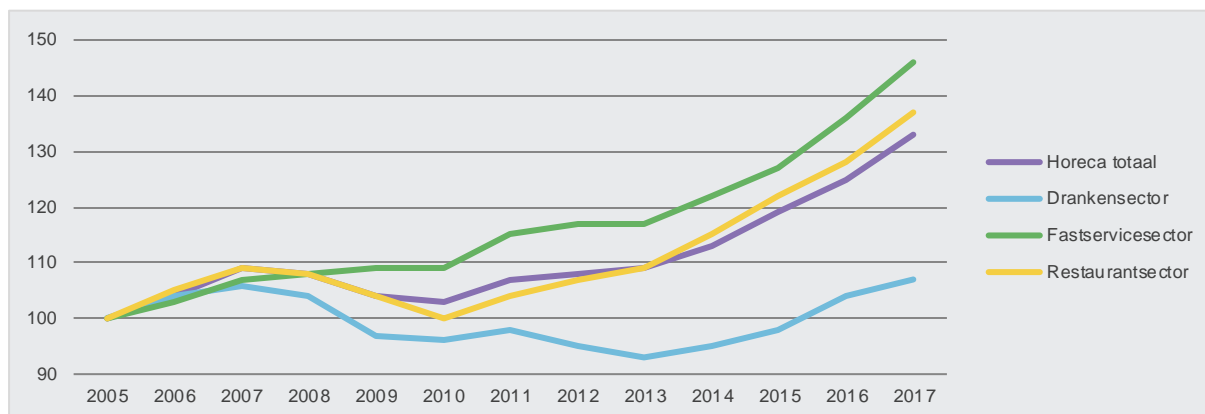


4.3 Kwalitatieve behoeft

Vanuit trends en ontwikkelingen (zie bijlage 2 Trendrapportages) volgt een kwalitatieve behoefte aan horeca voor de planlocatie Schieveste. Mensen eten immers steeds meer 'buiten de deur'. Deze markt is inmiddels al goed voor een derde van de consumentenbestedingen aan eten. Het gaat daarbij niet alleen om 'reguliere' horeca, maar ook om eten binnen nieuwe winkelconcepten, foodfestivals, op het werk, maar ook op high traffic-locaties langs de snelweg en op het station¹³. De horecasector vertoont sinds enige jaren landelijk opvallend groeicijfers. Dit geldt met name voor de fastfoodbranche, restaurants en hotels (zie volgende grafiek). Alleen in de branche cafés blijft de groei wat achter.

¹³ ABN AMRO - Consumptie op kantoor en onderweg: een groeimarkt voor voedingsmiddelenfabrikanten (2017)

Figuur 4.3: Ontwikkeling omzetwaarde horeca in Nederland (CBS)



De horeca is dus een veerkrachtige sector. Het feit dat veel zaken desalniettemin matig functioneren, komt voor een belangrijk deel doordat deze zich onvoldoende van elkaar onderscheiden in hun product, doelgroepen en marketing. Er is in sommige gebieden en uitgaanssteden ‘teveel van hetzelfde’. Voor onderscheidende horecaformules (in het hogere en lagere segment), die creatief inspelen op de gebiedskwaliteiten en consumententrends bestaat nog steeds veel groeiperspectief. Goede horeca is daarnaast essentieel voor een sterke (toeristisch-recreatieve) gebiedsontwikkeling. Het belichaamt immers de brede toegankelijkheid, gastvrijheid en belevingswaarde.

4.4 Kwantitatieve behoefte

Indicatieve marktruimte vanuit inwoners Schiedam en regio

De totale bestedingen in horecazaken vanuit een bepaald gebied of regio (in dit geval de regio met de gemeentes Schiedam en Vlaardingen) noemen we het ‘**bestedingspotentieel**’. Dit bedrag is hier berekend als de vermenigvuldiging van het regionale inwonertal en de gemiddelde besteding naar horecatype (de tweede kolom in onderstaande tabel). Deze cijfers zijn nadrukkelijk indicatief en alleen beschikbaar op landelijk en niet op regionaal niveau. De gemiddelde besteding per Nederlander houdt bovendien geen rekening met inkomende en uitgaande horecabestedingen naar/vanuit Nederland. Cijfers hierover ontbreken. Als een gebied per saldo meer horecabestedingen aantrekt dan dat er afvloeien, resulteert dat in de regel in een hoger bestedingspotentieel en dus meer ontwikkelingskansen voor horeca. Aangezien het gemiddelde inkomen in de gehanteerde regio circa 7% onder het landelijk gemiddelde ligt is er voor gekozen een correctiefactor toe te passen.

Er zijn in de regio als omschreven momenteel 130 drankenverstrekkers, 106 fastservicezaken (snackbars, grillrooms, etc.) en 60 restaurants¹⁴. Wanneer we hierop de gemiddelde Nederlandse omzetcijfers voor deze horecatypen (conform de indeling van HorecaDNA en met correctiefactor) toepassen, dan zijn de omzetten in de regio (de zogenaamde **omzetclaim**) als aangegeven in de vierde kolom¹⁵:

¹⁴ HorecaDNA.

¹⁵ Normcijfer gemiddelde omzet (afgerond) per drankenverstrekker € 199.800,-, per fastservicezaak € 325.600,- en per restaurant € 697.000,- (inclusief BTW, meest recente cijfers over 2018). Bron: CBS, bewerkt door HorecaDNA.

Tabel 4.3: Indicatie marktruimte horeca in de regio (in € miljoen)¹⁶

	Vraagpotentieel regio nu	Vraagpotentieel regio 2030	Omzetclaim horecazaken gem.	Vershil nu	Vershil 2030
Drankensector	27,2	28,1	26	1,2	2,1
Fastservicesector	33,4	34,5	34,5	-1,2	-0,1
Restaurantsector	66,2	68,3	41,8	24,4	26,5
Totaal	126,8	130,9	102,4	24,4	28,5

De totale bestedingen in de horeca door inwoners uit de regio¹⁷ (uitgaande van de gemiddelde besteding per Nederlander waar correctie op is toegepast) liggen met ca. € 126,8 mln aanzienlijk hoger dan de 'claim' van het gevestigde aanbod (ca. € 102,4 mln). Er is dus sprake van een relatief forse uitstroom van bestedingen vanuit de regio, namelijk met per saldo ruim €24,4 mln per jaar. Deze uitstroom duidt op een forse marktruimte (behoefte). Wanneer er wordt gekeken naar de verwachte bestedingen in 2030 (met de geprognostiseerde bevolkingsgroei) ligt ook dit cijfer (ca. € 130,9 mln) hoger en is er een verschil van ca € 28,5 mln.

Kanttekening is wel, dat vanuit de onderhavige regio per saldo altijd wel een uitstroom van horecabestedingen zal blijven bestaan. Naastgelegen Rotterdam en steden zoals Delft en Den Haag (bereikbaar binnen 20 minuten) hebben immers een groot horeca aanbod en staan hier ook bekend om in de omgeving. Daarnaast is het belangrijk om te benadrukken dat hoewel de uitstroom van bestedingen dus weliswaar voornamelijk in de restaurantsector ligt, dit niet betekent dat er ook behoefte is aan restaurants. Zoals hierboven beschreven, is er een verschuiving in de horeca. De traditionele horeca-indeling (hotel, restaurant, café) gaat voorbij aan het gedrag van consumenten. Vanuit consumenten redenerend kan de horeca worden ingedeeld naar bezoekmomenten en ontstaat er *blurring* met de detailhandel en vervaging tussen deze oorspronkelijke indeling.

Indicatieve marktruimte vanuit inwoners Schieveste

Voor het bestedingspotentieel van inwoners van Schieveste wordt uitgegaan van het landelijk gemiddelde, dit gezien het verwachte inkomensprofiel van de inwoners van het gebied. Als uitgangspunt wordt gehanteerd dat circa 10% tot 15% van de jaarlijkse bestedingen in de horeca van de toekomstige bewoners van Schieveste in de directe nabijheid zal plaatsvinden. Dit betekent dat er naar alle waarschijnlijkheid jaarlijks tussen de circa de € 455.000,- en de € 955.000,- zal worden besteed aan horeca in Schieveste¹⁸. Met een gemiddelde omzet van de € 380.000,- per horecazaak zal er waarschijnlijk plaats zijn voor 1 tot 3 horecazaken. Dit resulteert in een ruimtebehoefte van circa 165 m² tot 500 m² bvo¹⁹.

¹⁶ CBS / HorecaDNA, 2018

¹⁷ Gemiddelde bestedingen per Nederlander per jaar bij drankenverstrekkers € 195,-, fastservicezaken € 239,- en in restaurants € 475,- (totaal € 909,- per jaar). Aangezien de regio onder het nationaal gemiddelde in inkomen ontvangt is een correctie van 7% toegepast wat leidt tot uitgangspunt van gemiddelde horecabesteding van € 846,- p.p.

¹⁸ 10 – 15% van de gemiddelde landelijke bestedingen in de horeca (€ 909,- p.j.) is € 91,- – 136 per jaar. Vermenigvuldigd met 5.000 a 7.000 inwoners is dat $91 * 5.000 = 455.000$ tot $136 * 7.000 = 955.200$.

¹⁹ Gemiddelde omvang per horecazaak is 165 m² bvo.

Gezien de verwachte bewonersdoelgroep (groot aandeel jongeren en naar verhouding meer hoger opgeleiden) zal er met name behoefte zijn aan kwalitatieve horeca maar ook hipper concepten zoals biercafés en specialistische koffieformules²⁰.

Indicatieve marktruimte vanuit OV-reizigers

Uit kennis van BRO blijkt dat reizigers gemiddeld € 1,- uitgeven op het station, waarvan circa twee derde (afgerond 65 cent) wordt uitgegeven aan de horeca. Uitgaande van circa 5,5 miljoen reizigers per jaar op Schiedam Centrum komt dit neer op circa €3.575.000,- aan horecabestedingen per jaar. Aangezien er al zes zaken in de omgeving (en in het zicht) van station Schiedam Centrum zijn gevestigd²¹ zal er nog ruimte zijn voor circa 3 tot 4 extra horecazaken²². Dit resulteert in een ruimtebehoefte van circa 500 m² tot 660 m² bvo aan horecazaken in de directe omgeving van het station Schiedam Centrum²³. Voorwaarde is wel dat deze horeca in het directe zicht van het station zitten en aangesloten moet zijn op de ruimtelijke structuur van het station.

4.5 Toekomstkansen horeca in Schieveste

Uit de analyse blijkt dat er ruimte is voor aanvullend horeca-aanbod in de regio (Schiedam en Vlaardingen). Deels kan deze extra ruimte worden ingezet binnen Schieveste. Voorwaarde is wel dat dit nieuwe aanbod inspeelt op de consumententrends en zoveel mogelijk complementair is aan het bestaande aanbod qua productformule. Hoewel er voornamelijk in de restaurantsector marktruimte bekend is, zal er naar alle waarschijnlijkheid behoefte zijn aan horeca in het algemeen (niet zozeer alleen restaurants), gezien het feit dat steeds meer concepten door elkaar heen lopen (*blurring*). Deels zal de horeca namelijk ook een 'buurtfunctie' vervullen. Vanuit de regio is er een behoefte aan hoogwaardige restaurants en anderzijds aan moderne, laagdrempelige restaurantformules. Een concentratie van deze horecazaken is wenselijk om zo een gezamenlijke uitstraling en beleving aan te bieden om zo het onderscheidend vermogen te bevorderen.

Al met al zijn er de volgende kansen voor horeca in het plangebied:

- *Inwoners Schieveste*: Ruimte voor 165 – 500 m² bvo aan horeca (1 tot 3 horecazaken). Gezien het verwachte inwonersprofiel voornamelijk behoefte aan horeca in het midden/hoge marktsegment en specialistischere concepten.
- *OV-gebruikers*: Ruimte voor 500 - 660 m² bvo aan horeca (3 tot 4 horecazaken). Voorwaarde is wel dat deze horeca op een zichtlocatie moet zitten vanuit het station en hier ook ruimtelijk op moet zijn aangesloten. Daarnaast is het van belang dat deze horeca een aanvulling is op de bestaande horeca aan de zuidzijde van het station.
- *Inwoners regio*: Aanvullend kan nog gedacht worden aan één meer grootschalige horecavestiging met een bovenwijkse, regionale functie en aantrekkingskracht, bijv. een Wereldkeuken met een totale omvang van 1.500 – 2.000 m² bvo (zie ook hoofdstuk 5. Leisure).

²⁰ Zie bijlage voor trends in horeca.

²¹ Op basis van Locatus (peildatum 16-11-2017): BackWerk (Lunchroom), Anadolu (Grillroom/Shoarma), 't Centrum (Café-Restaurant), Pleinzicht (Café-Restaurant), Taria Neptunus ((Fastfood) en Braniii (Café).

²² Gemiddelde jaarlijks omzet per horecazaak is € 380.000: €3.575.000,- (6*€ 380.000) =

²³ Gemiddelde omvang per horecazaak is 165 m² bvo

In totaal is er daarmee een ruimtebehoefte van circa 650 – 1150 m² bvo, voor circa 4 tot 7 ‘reguliere’ horecazaken in het plangebied en aanvullend eventueel één grootschalige horecazaak van 1.500 – 2.000 m² bvo.

5. BEHOEFTE LEISURE

5.1 Locatie en kernkwaliteiten plangebied

Op hoofdlijnen kunnen de volgende uitgangspunten en relevante trends als 'kapstok' worden gehanteerd voor de toekomstige invulling van het plangebied Schieveste vanuit het perspectief van leisurevoorzieningen. Leisure wordt in dit kader beschouwd als een overkoepelende term voor alle vrijetijdsvoorzieningen op het terrein van ontspanning, cultuur, sport (zie ook hoofdstuk 6.4) en evenementen.

We beoordelen het locatieprofiel van Schieveste in dit verband als volgt:

- Hoogstedelijk, modern woon-, vrijetijds- en werkgebied met een hoge bebouwingsdichtheid
- Uitstekend bereikbaar per openbaar vervoer (trein, metro, bus)
- Goed bereikbaar per auto en fiets
- Directe aansluiting op Intercitystation en metro/bushalte Schiedam Centrum
- Nabij de stad Rotterdam, als belangrijke zakelijke en toeristische bestemming
- Slechts beperkte interactie met binnenstad Schiedam (circa 1 kilometer loopafstand)
- Relatief veel fysieke ruimte beschikbaar, gegeven binnenstedelijke locatie
- Juist westelijk van plangebied is recent bioscoop Euroscop gevestigd, met daarnaast vermaakfuncties (GlowGolf, Kid's Games) en horeca (De Beren, Aziatisch streetfood, Gourmet Frites). Fast casual restaurant Happy Italy opent medio 2019.

Relevante trends en dynamiek in leisure algemeen:

- Grote landelijke dynamiek en groeiende behoefte aan leisurevoorzieningen en horeca, zeker in stedelijke gebieden.
- Relatief jonge bevolking in de regio, maar ook vergrijzing.
- Schiedam en regio hebben een gemiddeld laag inkomen per inwoner/huishouding.
- Toenemende professionalisering in de leisuresector, opkomst internationale ketens.
- Groeiende belangstelling van beleggers voor vastgoed in de leisure- en horecasector.
- Leisure kan sterk beeldbepalend zijn voor gebieden (toeristische meerwaarde).

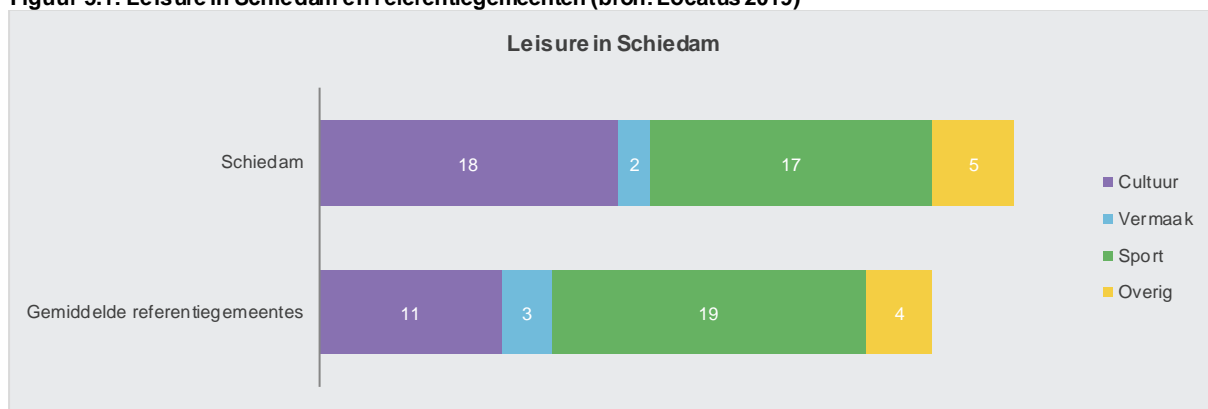
5.2 Aanbod leisure Schiedam in perspectief

Leisure aanbod ten opzichte van referentie

Het leisure aanbod in de gemeente Schiedam is met 42 zaken iets groter dan het gemiddelde in de benchmark²⁴ (37 zaken). Met name de sector cultuur is in Schiedam goed vertegenwoordigd. Wel zijn er verhoudingsgewijs wat minder (commerciële) sportvoorzieningen gevestigd.

- In de cultuurbranche telt Schiedam 18 bedrijven, waaronder 9 galerieën en 4 musea. Deze zijn vooral in de binnenstad gesitueerd.
- Onder de branche vermaak vallen in de gemeente alleen twee amusementscentra. Het recent geopende Family Entertainment Center (GlowGolf, Kid's Games) naast bioscoop Euroscop is overigens nog niet in de cijfers van Locatus verwerkt.
- De gemeente Schiedam telt volgens Locatus 17 (commerciële) sportvoorzieningen, waarvan het merendeel (13) fitnesscentra betreft. Daarnaast zijn twee zwembaden. Het merendeel van deze zaken ligt vanwege de schaalgrootte op verspreide locaties (zie ook hoofdstuk 6.4).
- Vijf leisurezaken behoren tot de categorie overig. Het betreft drie zonnebankstudio's en twee sauna's.

Figuur 5.1: Leisure in Schiedam en referentiegemeenten (bron: Locatus 2019)



5.3 Toekomstkansen leisure in Schieveste

Algemene ontwikkelingskansen Schieveste ruimtelijk-functioneel

Mede aan de hand van het beschreven locatieprofiel inclusief kernkwaliteiten en de algemene trends zien we globaal de volgende kansrijke ontwikkelingsthema's voor de toekomstige ontwikkeling van Schieveste vanuit het perspectief van leisure. Vaak zijn overigens koppelingen mogelijk binnen één concept, zoals:

- Moderne, grootschalige leisure in algemene zin.

²⁴ De cijfers over leisure zijn afkomstig van het landelijke bedrijvenregister Locatus. Deze data zijn door BRO gerangschikt naar deelsector in de leisurebranche, met de volgende indeling: Cultuur (bibliotheek, bioscoop, galerie, kunstuitlen, museum, theater), Vermaak (amusementshal/casino, attractiepark, binnenspeeltuin, lasergame, overig), Sport (Biljart/pool, bowling, fitness, kartbaan, kegelen, klimwand, kunstijsbaan, skibaan, zwembad) en Overig (o.a. beursgebouw, dierentuin, sauna, wedkantoor, zonnebank). Gegevens afkomstig van Locatus 2019. Gemeenten in de benchmark: Almelo, Capelle a/d IJssel, Heerlen, Helmond, Hengelo, Hilversum, Leidschendam-Voorburg, Vlaardingen.

- Ontspanning en vermaak (voorbeelden: kinderspeelhal, family entertainment).
- Sport (commercieel, voorbeelden: fitness, tennis/squash, klimwand).
- Horeca met bovenwijkse functie (voorbeelden: Wereldkeuken, partycentrum).
- Evenementenaccommodatie.

Afweging potenties

Voor het plangebied worden hieronder de ruimtelijk-functionele potenties geanalyseerd voor leisure en (bovenwijkse) horeca. Dit op basis van de actuele dynamiek en trends (landelijk, regionaal), de benodigde fysieke ruimte, afhankelijkheid van andere functies, bereikbaarheid van het gebied en een ruwe inschatting van de marktruimte. De vermelde functies zijn geselecteerd op basis van hun mogelijke geschiktheid voor het plangebied. Vanwege de veelzijdigheid van de leisuresector moeten de behoefte, marktruimte en haalbaarheid voor alle functies nader worden onderzocht.

De volgende leisurefuncties zijn in de analyse bewust niet meegenomen. Dit omdat ze reeds in een moderne vorm zijn gevestigd in Schiedam en we veronderstellen dat een extra vestiging commercieel en/of maatschappelijk niet haalbaar zal zijn:

- Theater
- Bioscoop
- Stadsbibliotheek
- Museum

Tabel 5.1: Ontwikkelingsperspectief leisure en horeca Schieveste

	Dynamiek NL algemeen	Benodigde fysieke ruimte	Afhanke- lijkheid andere functies	Bereik- baarheid auto	Inschatting markt- ruimte regio	Perspectief vestiging in plangebied
Kenmerken en vestigingseisen naar branche:						
Leisure – Ontspanning en vermaak	●●●	●●	●	●●●	●●	
Leisure – Sport (commercieel)	●●	●●	●	●●	●●	
Leisure - Cultuur	●●	●●	●●●	●●	●	
Leisure - Evenementenaccommodatie	●	●●	●	●●●	●●	
Horeca – Restaurant regulier	●●●	●	●●	●●	●●	
Horeca – Restaurant grootschalig	●●●	●●	●	●●●	●●●	
Horeca – Café, fastservice, etc.	●●	●	●●●	●●	●●	
Horeca – grootschalig (bijv. partycentrum)	●●	●●	●	●●●	●●	
Hotel – zakelijke markt, incl. vergaderzalen	●●●	●●	●●	●●●	●●●	

Beoordeling aspecten naar branche (inschatting BRO):

- lage score ●● gemiddelde score/onbekend ●●● hoge score

Conclusie

Uiteraard telt niet elk aspect even zwaar, maar de beoordeling maakt wel duidelijk dat de (verdere) ontwikkelingskansen voor het plangebied vanuit leisure-perspectief vooral liggen in de sfeer van:

- Voorzieningen gericht op ontspanning en vermaak (casino, speelconcept, escape room, etc.)
- Horeca, met name in grootschalige vorm (Wereldkeuken, partycentrum)
- Zakenhotel met vergaderruimten, flexibele werkplekken

De ruimtebehoefte ten aanzien van deze leisurefuncties is in dit stadium nog niet te duiden, aangezien dit sterk verschilt per type leisurefunctie en samenhangt de ambities op dit vlak.

Daarnaast zijn er ook kansen voor andere leisurefuncties, zoals horeca in brede zin (drinkverstrekkers, fastservice, restaurants), mede gericht op de wijkverzorging en de functie als openbaar vervoersknooppunt (zie hiervoor hoofdstuk 4). Ook zijn er kansen voor commerciële sportvoorzieningen.

Hierop wordt nader ingegaan in hoofdstuk 6.4. Daarnaast zijn er gezien de locatie wel kansen voor een (overdekte) evenementenaccommodatie, maar zal dit financieel lastig exploitabel te maken zijn. Nader onderzoek zal de haalbaarheid daarvan kunnen uitwijzen.

6. BEHOEFTE MAATSCHAPPELIJKE VOORZIENINGEN

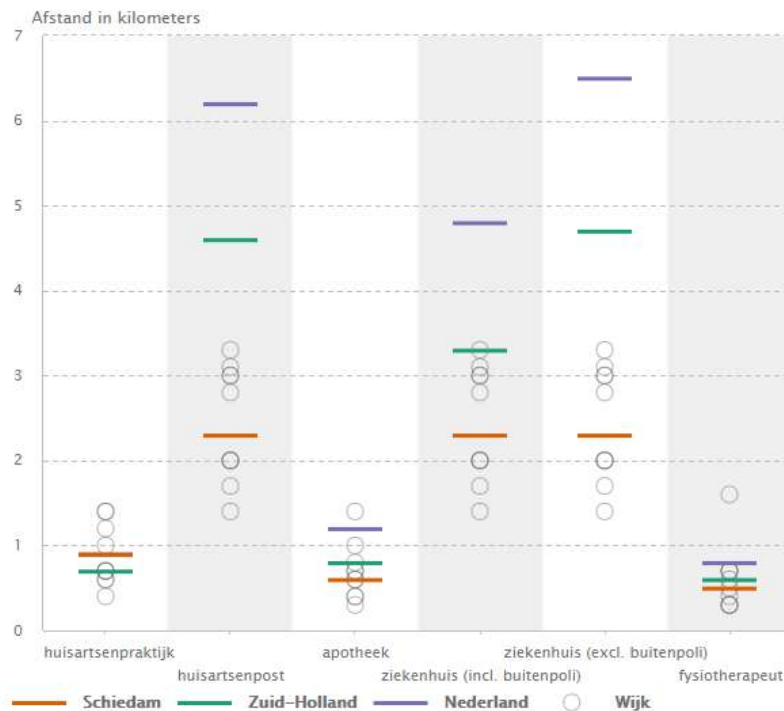
De maatschappelijke voorzieningen die in deze paragraaf aan de orde komen zijn:

- zorgvoorzieningen;
- sportvoorzieningen;
- kinderdagverblijf en buitenschoolse opvang;
- sociaal-culturele voorzieningen.

6.1 Zorgvoorzieningen

Voor een volledig voorzieningenaanbod zijn ook (paramedische) zorgvoorzieningen wenselijk in het plangebied Schieveste, in beginsel ieder geval enig eerstelijns zorgaanbod. Het om huisartsen, fysiotherapeuten, tandartsen en apotheken. Gemiddeld bevinden eerstelijnszorgvoorzieningen zich immers op korte afstand van inwoners (huisartsen 0,9 km en paramedische zorg 0,8 km). Ook in Schiedam is dit het geval. Uit het gemeentelijk gezondheidsprofiel (figuur 6.1) blijkt dat alle gemeten zorgvoorzieningen, met uitzondering van huisartsenpraktijken, op gemiddeld kortere afstand van inwoners gelegen zijn dan provinciaal en landelijk. Vanuit gemeentelijk beleid (Stadsvisie 2030) is ook het uitgangspunt dat zorgvoorzieningen goed toegankelijk zijn en zo dicht mogelijk bij huis in de buurt of de wijk gevestigd zijn.

Figuur 6.1: Nabijheid zorgverleners in gemeente Schiedam (RIVM, 2012)



Kwantitatieve behoefte

Hoewel er in de nabijheid van de planlocatie al verschillende zorgaanbieders gevestigd zijn (zoals een tandarts- en orthodontistenpraktijk aan de Prof. Kamerlingh Onneslaan en Centrum Huisartsen aan de 's Gravelandseweg, met een huisartsenpraktijk, reizigerszorgpunt, fysiotherapie en een apotheek), geeft het inwonertal van Schieveste op zichzelf al voldoende draagvlak voor 'eigen' eerstelijnszorgvoorzieningen:

- *Huisartsenzorg:* Als wordt uitgegaan van de norm van 2.095 patiënten per huisarts (LVH) komt het gewenste aantal fte voor Schieveste uit op circa 2,4 tot 3,3. De LHV geeft aan dat een hedendaagse praktijk een oppervlak heeft van 300 m² bij 2,5 fte aan huisartsen²⁵. Voor Schieveste is er daarmee ruimte voor in ieder geval één huisartsenpraktijk van circa 300 - 400 m² bvo. Op dit moment is er bovendien al sprake van een huisartsentekort in Schiedam. Huisartsen in Schiedam nemen momenteel meer patiënten op dan de LVH-norm. Hierdoor is er, in combinatie met de verwachte bevolkingsgroei in Schiedam, eventueel nog ruimte voor nog een huisartsenpraktijk.
- *Tandzorg:* Uit onderzoek blijkt dat gemiddeld in Nederland er één tandarts (1 fte) per 1.940 inwoners is²⁶. In regio Zuid-Holland, waar Schiedam onder valt, is dit 2.345 inwoner per tandarts. Uitgaande van het regionale gemiddelde is er in Schieveste behoefte aan 2,1 tot 3 fte tandartsen. Volgens de NMT heeft een hedendaagse tandartsenpraktijk een oppervlak heeft van 300 m² bij 2,5 fte aan tandartsen en mondhygiënisten²⁷. Dit geeft voor Schieveste een te verwachten ruimtebehoefte van in ieder geval één tandartsenpraktijk van circa 250 - 350 m² bvo.
- *Fysiotherapie:* In Nederland zijn circa 4.700 praktijken, en 17.800 werkzame fysiotherapeuten. Dit komt neer op een gemiddelde van één fysiotherapeut (1 fte) per 1.029 inwoners in Nederland²⁸. In Schieveste zal dit uitkomen op circa 4,9 tot 6,8 fysiotherapeuten. Een fysiotherapiepraktijk heeft een relatief grotere ruimtebehoefte aangezien er binnen de behandelkamer ruimte nodig is beweging en oefening. Bij een volwaardige fysiotherapiepraktijk van 2,5 fte wordt uitgegaan van een oppervlak van 500 m² bvo. In Schieveste is er daarmee waarschijnlijk ruimte voor twee volwaardige praktijken of één grootschalige. De totale ruimtebehoefte wordt ingeschat op 1.000 – 1.350 m².

Tabel 6.1: Behoeft eersteelijnszorgvoorzieningen Schieveste

Functie	Aantal patiënten per 1 fte	Aantal fte per 5.000 tot 7.000 inwoners	Bandbreedte benodigd oppervlak (bvo)
Huisarts	2.095	2,4 - 3,3	300 – 400 m ²
Tandarts	2.345	2,1 - 3	250 – 350 m ²
Fysiotherapeut	1.029	4,9 - 6,8	1.000 – 1.350 m ²
Totaal			1.550 - 2.100 m ²

²⁵ Praktijk met Toekomst, LHV, 2014

²⁶ Nederlandse Maatschappij ter Bevordering van de Tandheelkunde

²⁷ (Ver)bouwen van een praktijk, NMT, 2012

²⁸ ABN AMRO – fysiotherapeuten (2014)

Kwalitatieve behoefte

De hiervoor aangegeven kwantitatieve behoefte betreft een minimum. In algemene zin neemt de behoefte aan zorg- en gezondheidsvoorzieningen immers toe (o.a. groeiend aantal ouderen, overheveling van taken van tweedelijns- naar eerstelijnszorg, groeiend behoefte aan specialismen en verschuiving van focus van behandeling naar preventie). Ook de vraag naar medisch-specialisten neemt toe, waarbij het aanbod (de behandeling) verschuift van het ziekenhuis naar zelfstandig behandelcentrum (zbc) of het eerstelijnscentrum. Bovendien is er sprake van een trend van clustering in 'gezondheidscentra' en schaalvergroting.

Een goed bereikbare locatie als Schieveste zou daarmee een uitgelezen locatie kunnen zijn voor een grootschalig gezondheidscentrum met een groter verzorgingsgebied dan alleen de buurtbewoners. Naast de genoemde praktijken voor huisarts, tandarts en fysiotherapie kunnen ook andere eerstelijnszorg en medische dienstverleners daar geclusterd worden. Denk aan o.a. orthodontie, logopedie, psychologische zorg, verloskunde, ergotherapie, chiropractie, oefentherapie, diëtist, apotheek of een thuiszorgvestiging. Daarnaast kan er ruimte geboden worden aan bedrijven die een 'gezondheidsdienst' aanbieden, die niet direct (of slechts deels) behoort tot de eerstelijns of tweedelijnszorg. Voorbeelden zijn een leefstijlcoach, massagepraktijk, pedicure, huidverzorging, schoonheidsspecialist of bijvoorbeeld een dierenarts. Net als in de reguliere zorg is er ook in dit segment aan 'zorgdiensten' sprake van clustering en specialisatie. Deze functies zijn dus zeer passend in combinatie met reguliere of meer specialistische zorgverlening. Dit type zorgverleners zijn in veel gevallen overigens kleinere gebruikers met een ruimtebeslag van 100-150 m² per praktijk (bij circa 1 fte).

Naast ruimte voor 'reguliere' (eerstelijns)zorg zou er binnen Schieveste ook ruimte kunnen zijn voor private zorg. Landelijk komen er steeds meer klinieken op die zich specialiseren in specifieke poliklinische behandelingen als aanvulling op de reguliere ziekenhuiszorg. In Nederland zijn bijvoorbeeld verschillende organisaties actief, zoals Bergman Clinics, Roosevelt Kliniek en Oog-centrum Noordholland, vaak met verschillende expertises per kliniek, zoals houdings- en bewegingszorg, huid en uiterlijk, oogzorg en vrouw- en kindzorg. Eerder werd al aangegeven dat het aantal medisch specialisten en zelfstandige behandelcentra (zbc's) in Nederland toeneemt. Hoger opgeleiden met meer bestedingsruimte kiezen daarbij vaker voor private zorg²⁹. Gezien de verwachte bevolkingssamenstelling van Schieveste en de zeer goede (regionale) bereikbaarheid van de planlocatie, zou een private zorgkliniek een mogelijkheid kunnen zijn.

Conclusie

Voor Schieveste is er zowel in kwantitatieve zin als kwalitatieve zin behoefte aan zorgvoorzieningen. In een minimumvariant is er in het plangebied ruimte voor een gezondheidscentrum van minimaal ca. 1.500 – 2.500 m² bvo, met daarin in ieder geval praktijken voor huisartsen, tandartsen en fysiotherapie, aangevuld met een handvol andere eerstelijnszorg en medische dienstverleners (bijv. orthodontie, logopedie, psychologische zorg, verloskunde, ergotherapie, chiropractie, oefentherapie, diëtist, apotheek). Gezien de goede bereikbaarheid van de locatie (zowel op gemeentelijk als regionaal niveau) zou de locatie zich echter goed lenen voor een grootschaliger gezondheidscentrum met een nog com-

²⁹ Rijken kiezen vaker voor private zorg (Trouw, 29-12-2017)

pleter aanbod aan eerstelijnszorg en ook aanvullende 'gezondheidsdiensten' (bijv. leefstijlcoach, massagepraktijk, pedicure, huidverzorging, schoonheidsspecialist) of zelfs een private zorgkliniek. In dat geval zou er ruimte zijn voor een aanvullende 500 - 1.500 m² bvo aan zorgvoorzieningen. In fysiek-ruimtelijke zin kan een koppeling tussen enerzijds zorg- en gezondheidsvoorzieningen en anderzijds sportvoorzieningen van meerwaarde zijn.

6.2 Sportvoorzieningen

Ook sportvoorzieningen zijn een wenselijke aanvulling op het voorzieningenaanbod van Schieveste. In het gemeentelijk beleid (Kadernota Sport en Bewegen) wordt ook aangegeven dat het van belang is dat sport en bewegingsmogelijkheden op buurtniveau, op loop- en/of fietsafstand, bereikbaar moeten zijn. Met name fitness- en/of sportcentra zijn kansrijk in een hoogstedelijke woonomgeving zoals Schieveste. Momenteel zijn er geen sportvoorzieningen aanwezig op Schieveste. Wel zijn op het bedrijventerrein ten noorden van Schieveste een Basic Fit en een (kick)bokssportschool gevestigd. Ten westen van het plangebied zijn daarnaast in Rotterdam enkele sportvelden gelegen. Op grotere afstand zijn er in Schiedam ook diverse sportvelden (Harga en het nieuwe Sportpark A4).

Ongeveer 2,7 mln. mensen (16% van de Nederlanders) zijn lid van een fitnesscentrum³⁰. In grootstedelijke regio's ligt het cijfer doorgaans hoger dan in landelijke gebieden. In hoogstedelijke gebieden wordt er over het algemeen bovendien meer binnen gesport dan in landelijke of minder stedelijke gebieden. De grootste gebruikersgroep is tussen de 18 en 34 jaar, vervolgens neemt het aantal deelnemende af naarmate de leeftijd hoger is. Daarnaast doen hoger opgeleiden (26%) vaker aan fitness dan lager opgeleiden (14%).³¹

Om de behoefte aan sportvoorzieningen te bepalen wordt gebruik gemaakt van de aanbodgegevens van Locatus (fitnesscentra). Gemiddeld hebben fitnesscentra een ledenaantal per fitnesscentrum tussen de 800 en 1.100. Nederland telt gemiddeld 1 fitnesscentrum per 10.000 inwoners, dit cijfer is gelijk in Zuid-Holland.³² Volgens Locatus ligt dit cijfer iets hoger en zijn er in Nederland bijna 3.000 fitnesscentra. Dit houdt in dat er 1,7 fitnesscentra zijn op 10.000 inwoners in Schiedam en 1,9 fitnesscentra op 10.000 inwoners in Zuid-Holland. In de referentiegebieden Kop van Zuid en Zuidas ligt dit aantal significant hoger, wat deels te verklaren is door het bewonersprofiel, maar zeker ook voortkomt uit het grote aantal kantoorgebruikers daar.

³⁰ Rabo Cijfers en Trends 2016/2017.

³¹ Van Spronsen en partners - Het fitnesscentrum in Beeld (2017)

³² Van Spronsen en partners - Het fitnesscentrum in Beeld (2017)

Tabel 6.2: Aanbod fitnesscentra per 10.000 inwoners

Regio / gemeente	Inwoners	Aantal fitness	Aantal fitness per 10.000 inwoners
Nederland	17.181.084	2.979	1,7
Zuid-Holland	3.681.044	695	1,9
Schiedam	77.907	13	1,7
Kop van Zuid	2.700	2	7,4
Zuidas	6.825	6	8,8

Aangezien Schieveste niet als kantoorlocatie zal fungeren, wordt uitgegaan van een voornamelijk buurtverzorgende functie voor het sportaanbod. Op basis van het Schiedams gemiddelde is er in Schieveste daarmee in ieder geval ruimte voor één fitness- of sportcentrum. Gezien de beoogde bewonersdoelgroep (groot aandeel jongeren en naar verhouding meer hoger opgeleiden) is er mogelijk ruimte voor een tweede fitness/sportcentrum.

De omvang van een fitnessbedrijf is gerelateerd aan de aangeboden activiteiten. Een regulier fitnesscentrum heeft een omvang van ca. 900 m², terwijl een multifunctioneel fitnesscentrum, met bijvoorbeeld ook fysiotherapie, of vechtsport gemiddeld een omvang van 1.400 m² beslaat. Bij grotere fitnesscentra worden vaak ook aanvullende voorzieningen geboden zoals horeca, wellness of kinderopvang. Qua ruimtebehoefte wordt er daarmee uitgegaan van een bandbreedte van 1.500 – 2.000 m² bvo.

Wat betreft segmentering is er op Schieveste zowel ruimte in het lagere als het hogere (specialistische) segment. De grootste ketens in de fitnesscentra zijn voornamelijk low-budget ketens, maar er is ook sprake van een sterke opkomst van bijv. boutiques studio's of sportscholen specifiek gericht op vrouwen gericht. Dergelijke clubs specialiseren zich op een bepaald onderdeel binnen de fitness en richten zich op het hogere segment waar leden kunnen sporten in een intieme, luxe setting³³. Dit soort centra bevinden zich voornamelijk in hoogstedelijke gebieden.

Eventueel is het aanvullend mogelijk 1 of 2 meer 'bijzondere' sportvoorzieningen te realiseren op Schieveste met een meer bovenwijkse verzorgingsfunctie, zoals een bijvoorbeeld squash, crossfit, klimwand of privaat zwembad. Dit gezien de goede bereikbaarheid van de locatie. Uitgaande van deze grotere verzorgingsfunctie is er, bij een gemiddelde omvang van 1.000 m² bvo per sportvoorziening, daarmee een aanvullende behoefte van nog eens 1.000 - 2.000 m² bvo aan gebouwde sportvoorzieningen.

Conclusie

Voor Schieveste is er zowel in kwantitatieve zin als kwalitatieve zin behoefte aan zorgvoorzieningen. Puur uitgaande van een buurtverzorgende functie is er in Schieveste ruimte voor minimaal één fitnesscentrum/sportschool van ca. 1.500 m² in de Schieveste planlocatie. Gezien het verwachte inwonersprofiel en de goede bereikbaarheid van de locatie (potentiële bovenwijkse verzorgingsfunctie) is

³³ Van Spronsen en partners - Het fitnesscentrum in Beeld (2017)

er naar verwachting echter ruimte voor 2 - 4 sportvoorzieningen, met een totale omvang van 2.000 - 4.000 m² bvo. Dit kan een tweede fitnesscentrum/sportschool zijn (hoger segment, specialistisch), maar ook een of twee meer 'bijzondere' sportvoorzieningen zoals bijvoorbeeld squash, crossfit, klimwand of privaat zwembad. In fysiek-ruimtelijke zin kan een koppeling tussen enerzijds sportvoorzieningen (fitness) en zorg/gezondheidsvoorzieningen gemaakt worden. Ook is een koppeling met voorzieningen van kinderen (opvang / onderwijs) een mogelijkheid. Vanuit gemeentelijk beleid is er namelijk de ambitie om bewegen en sporten in samenhang met onderwijs, welzijn en zorg te bezien.

6.3 Kinderdagverblijf en buitenschoolse opvang

Kinderdagverblijf

Landelijk gezien zijn er gemiddeld 77 kinderen in de leeftijd van 0 tot en met 3 jaar per 1 dagopvang, van deze 77 kinderen maken 37 ook daadwerkelijk actief gebruik van een dagopvang³⁴. Zoals is aangegeven in hoofdstuk 2 is voor Schieveste het uitgangspunt dat ca. 9% van de inwoners bestaat uit kinderen in de leeftijdscategorie van 0 tot en met 14 jaar. Doorberekend zijn er dan gemiddeld tussen de 150 en tot 210 kinderen in de leeftijdscategorie van 0 tot en met 3 jaar. Dit zal resulteren in een behoefte aan circa 70 tot 100 plekken in de dagopvang, en circa 2 tot 3 kinderopvanglocaties. Per kind(plaats) is circa 4 – 5 m² bvo binnenspeelruimte wenselijk (minimum is 3,5 m² bvo). Daarvan uitgaande is er ruimte voor in totaal 300 tot 500 m² bvo ten behoeve van 2 tot 3 opvanglocaties. De daadwerkelijke behoefte aan dit type voorziening is afhankelijk van plannen en ontwikkelingen bij bestaande kinderopvangcentra in de omgeving, zoals in de nieuwbouw van basisschool de Peperklip (zie paragraaf 6.7)

Buitenschoolse opvang

Landelijk gezien zijn er gemiddeld 217 kinderen (in de leeftijd van 4 tot en met 11 jaar) per bso-locatie, van deze 217 kinderen maken 53 ook daadwerkelijk actief gebruik van een bso-locatie³⁵. Er van uitgaande dat ca. 9% van de inwoners bestaat uit kinderen in de leeftijdscategorie van 0 tot en met 14 jaar, zullen er zo'n 225 en tot 315 kinderen in de leeftijdscategorie 4 tot en met 11 jaar in Schieveste wonen. Dit zal resulteren in een behoefte aan circa 55 - 77 plekken in de bso, en circa 1 a 2 bso-locaties. Uitgaande van 4 - 5 m² per kind gaat het om een ruimtebehoefte van 225 - 400 m² bvo. De daadwerkelijke behoefte aan dit type voorziening is afhankelijk van plannen en ontwikkelingen bij bestaande bso's in de omgeving, zoals in de nieuwbouw van basisschool de Peperklip (zie paragraaf 6.7)

Conclusie

Vanwege het lage schaalniveau van kinderopvangvoorzieningen zullen deze functies in het plangebied Schieveste voornamelijk gericht zijn op het eigen gebied (buurtfunctie). Ook de buitenschoolse opvang is voornamelijk gericht op de eigen buurt en dus de kinderen binnen de planlocatie Schieveste. Voor toekomstige bewoners van Schieveste is daarnaast de barrière van spoor en snelweg relevant, waardoor het de voorkeur zal hebben kinderen in de eigen buurt naar de opvang te kunnen

³⁴ Rijksoverheid - Meer kinderen naar de opvang (2018)

³⁵ Rijksoverheid - Meer kinderen naar de opvang (2018)

brengen. In fysiek-ruimtelijke zin is het combineren van dagopvang en buitenschoolse opvang wenselijk. Echter ook een combinatie met basisonderwijs is een mogelijkheid (nieuwbouw van basisschool de Peperklip). In totaal betreft de ruimtebehoefte voor dit type voorzieningen in de basis 525 - 900 m² bvo.

6.4 Onderwijs

Primair onderwijs

De realisatie van woningen in het plangebied zorgt voor een aanwas van kinderen en jongeren, waardoor er behoefte kan ontstaan naar onderwijsvoorzieningen. De gemeente Schiedam vindt het ook belangrijk dat kinderen in de buurt van hun huis naar school kunnen³⁶. Zoals hierboven al berekend zullen er in Schieveste circa 225 tot 315 kinderen in de leeftijdscategorie 4 tot en met 11 jaar zijn. De stichtings- en opheffingsnorm voor het basisonderwijs is in Schiedam echter 322 leerlingen per basisschool³⁷. Bovendien zijn er in de omgeving van de planlocatie al drie basisscholen (OBS De Peperklip, OBS De Singel en Kaleidoscoop). Aangezien er geen verdere wachttijden in de gemeente zijn voor het basisonderwijs en er drie basisscholen op korte afstand zijn, zal de stichtingsnorm voor een basisschool dus naar verwachting niet behaald worden. Bovendien zijn er plannen voor nieuwbouw van basisschool De Peperklip (met opzet als Integraal Kind Centra met naast onderwijs ook kinderopvang en buitenschoolse opvang), waar naar verwachting ook (een deel van de) kinderen uit Schieveste terecht kunnen.

Voortgezet onderwijs

Binnen het plangebied is momenteel al een middelbare school gevestigd, namelijk het Lentiz Life College (VMBO/MBO). Ook liggen niet ver van de planlocatie het Lyceum Schravenlant (HAVO/VWO) en net over de grens in Rotterdam het Wellantcollege (VMBO). Niet bekend is of deze scholen uitbreidings- of verbouwingsplannen hebben. Inwoners van Schieveste in de middelbare schoolleeftijd (12-18) kunnen echter in principe op deze scholen in de omgeving terecht.

6.5 Sociaal-cultureel

Naast de genoemde voorzieningen ten aanzien van onderwijs, kinderopvang, sport en zorg, zijn er ook nog andere maatschappelijke voorzieningen die wenselijk zijn en een plek kunnen krijgen in een buurt of wijk. Hierbij kan gedacht worden aan een ontmoetingsruimte, buurt/wijkcentrum, cultureel centrum of jeugd- en jongerencentrum. Op basis van planologische kengetallen is een ruimte met een omvang van ca. 200 - 400 m² bvo passend voor een sociaal culturele ontmoetingsplek met een buurtverzorgende functie.

³⁶ Gemeente Schiedam - Basisonderwijs

³⁷ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap - Aanpassing van de stichtings- en opheffingsnormen voor het basisonderwijs in (2018)

6.4 Toekomstkansen maatschappelijke voorzieningen in Schieveste

De samenstelling van het maatschappelijk programma voor de Schieveste planlocatie is afhankelijk van de beoogde verzorgingsfunctie. Uitgangspunt is dat er in ieder geval behoefte is aan voorzieningen met een buurtverzorgende functie, eventueel aangevuld met voorzieningen met een meer bovenwijkse of zelfs regionale verzorgingsfunctie. Vanuit kwantitatief en kwalitatief oogpunt is erin daarmee in ieder geval behoefte aan voorzieningen op het gebied van zorg, sport, kinderopvang en sociaal-culturele voorzieningen. Er is geen behoefte aan onderwijsvoorzieningen.

Tabel 6.3 Behoeft maatschappelijke voorzieningen

Voorziening	Behoeft
Zorg	Gezondheidscentrum van minimaal ca. 1.500 – 2.500 m ² bvo, met praktijk voor huisarts, tandarts en fysiotherapie, aangevuld met een enkele andere eerstelijnszorg en medische dienstverleners. Gezien potentiële bovenwijkse verzorgingsfunctie eventueel ruimte voor grootschaliger opzet met een completer aanbod aan eerstelijnszorg en aanvullende 'gezondheidsdiensten' of private zorgkliniek. In dat geval in totaal ruimte voor 2.000 – 4.000 m ² bvo aan zorgvoorzieningen.
Sport	Minimaal één fitnesscentrum/sportschool van ca. 1.500 m ² bvo. Gezien het verwachte inwonersprofiel en potentiële bovenwijkse verzorgingsfunctie naar verwachting echter ruimte voor 2 - 4 sportvoorzieningen, zoals een tweede fitnesscentrum/sportschool (hoger segment, specialistisch), of 1 – 2 meer 'bijzondere' sportvoorzieningen zoals squash, crossfit, klimwand of privaat zwembad. In dat geval in totaal ruimte voor 2.000 - 4.000 m ² bvo aan (binnen)sportvoorzieningen
Kinderopvang/BSO	Ruimte voor 300 tot 500 m ² bvo aan kinderopvang (2 – 3 opvanglocaties) en 225 - 400 m ² bvo aan buitenschoolse opvang (1 - 2 bso-locaties). In totaal behoefte aan 525 - 900 m ² bvo.
Sociaal-cultureel	Sociaal-culturele ontmoetingsruimte van 200 - 400 m ² bvo.

7. CONCLUSIE

Binnen de Schieveste-ontwikkeling is, afhankelijk van de geambieerde verzorgingsfunctie per onderdeel, behoefte is aan een voorzieningenprogramma van in totaal circa 5.625 – 14.275 m² bvo (zie tabel hierna). Het voorzieningenprogramma omvat detailhandel, horeca, leisure en maatschappelijke voorzieningen gericht op de volgende doelgroepen:

- **Inwoners van Schieveste:** in totaal 5.000 – 7.000 bewoners die zowel uit Schiedam komen als elders vandaan (o.a. Rotterdam). Uitgangspunt is dat het grootste deel van de bevolking tussen de 25 en 45 jaar oud zal zijn (ca. 50-60%) en het voornamelijk een- en tweepersoonshuishoudens zal betreffen (ca. 80-90%). Voor het inkomensniveau is uitgegaan van het landelijk gemiddelde.
- **OV-reizigers:** de circa 5,5 miljoen reizigers (excl. bus en tram) die gebruik maken van station Schiedam Centrum, tweede openbaar vervoersknooppunt binnen de stadsregio, na Rotterdam Centraal.
- **Inwoners van Schiedam en de regio:** Gezien de goede bereikbaarheid van de locatie per OV en auto kunnen voorzieningen op Schieveste in potentie een bovenwijkse, gemeentelijke of zelfs deels regionale (met name Vlaardingen) verzorgingsfunctie hebben. De mate waarin die potentie benut kan worden hangt samen met het ambitieniveau ten aanzien van de planlocatie in samenhang met de ambities en ontwikkelingen voor andere voorzieningenlocaties in Schiedam.

Tabel 7.1 Behoeft voorzieningenprogramma

Onderdeel	Bandbreedte kwantitatieve behoefte in m ² bvo		Kwalitatieve behoefte
Detailhandel	1.250	1.825	<ul style="list-style-type: none"> • Stadssupermarkt van moderne omvang (800 - 1.200 m² w vo ofwel 1.000 – 1.500 m² bvo), met ruimte voor vers, ready-to-eat en horeca. • Aanvullend 3 - 7 zaken (200 – 500 m² w vo ofwel 250 – 625 m² bvo) t.b.v. versartikelen, dranken, drogisterij, frequent niet-dagelijks benodigde artikelen en persoonlijke dienstverlening. • Inzet op clustering en koppeling met station (zichtbaarheid en korte loopafstand) • Aanvullend ruimte voor centraal afhaalpunt / bezorg-'hub', ook ruimtelijk gekoppeld aan station, parkeergelegenheid bewoners en OV-Park&Ride.
Horeca	650	3.150	<ul style="list-style-type: none"> • Horeca met 'buurtfunctie': 165 – 500 m² bvo (1 tot 3 horecazaken), in het midden/hoge marktsegment en specialistischer concepten. • Horeca gericht op OV-gebruikers: 500 - 660 m² bvo (3 tot 4 horecazaken). Voorwaarde is zichtlocatie vanuit station en ruimtelijke aansluiting. Qua profiel complementair aan bestaande horeca Stationsplein • Aanvullend evt. één grootschalige horecavestiging met bovenwijkse, regionale functie (1.500 – 2.000 m² bvo)

Onderdeel	Bandbreedte kwantitatieve behoefte in m ² bvo		Kwalitatieve behoefte
Leisure	n.t.b. ³⁸	n.t.b.	<ul style="list-style-type: none"> Voorzieningen gericht op ontspanning en vermaak (casino, speelconcept, escape room, etc.) Zakenhotel met vergaderruimten, flexibele werkplekken
Maatschappelijk			
• Zorg	1.500	4.000	<ul style="list-style-type: none"> Gezondheidscentrum met wijkfunctie met eerstelijnszorg en medische dienstverleners (ca. 1.500 – 2.500 m² bvo) Evt. grootschaliger opzet vanuit potentiële bovenwijkse verzorgingsfunctie. Dan completer aanbod eerstelijnszorg en aanvullende 'gezondheidsdiensten' of private zorgkliniek (ca. 2.000 – 4.000 m² bvo).
• Sport	1.500	4.000	<ul style="list-style-type: none"> Minimaal één fitnesscentrum/sportschool van ca. 1.500 m² bvo. Evt. ruimte voor 2 – 4 (binnen)sportvoorzieningen vanuit bewonersprofiel en potentiële bovenwijkse verzorgingsfunctie, zoals 2^e fitnesscentrum/sportschool of 1 – 2 'bijzondere' sportvoorzieningen (bijv. squash, crossfit, klimwand). In totaal ca. 2.000 - 4.000 m² bvo.
• Kinderopvang / BSO	525	900	<ul style="list-style-type: none"> 300 - 500 m² bvo aan kinderopvang (2 – 3 opvanglocaties) 225 - 400 m² bvo aan buitenschoolse opvang (1 - 2 locaties)
• Overig	200	400	<ul style="list-style-type: none"> Sociaal-culturele ontmoetingsruimte van 200 - 400 m² bvo.
Totaal	5.625	14.275	

³⁸ De ruimtebehoefte ten aanzien van leisurefuncties is in dit stadium nog niet te duiden, aangezien dit sterk verschilt per type leisurefunctie en samenhangt de ambities op dit vlak

BIJLAGE 1 BELEIDSKADERS

1.1 Provinciaal

Programma Ruimte 2014 (geconsolideerd februari 2019) en Verordening Ruimte 2014 (geconsolideerd januari 2019)

Het provinciale detailhandelsbeleid is erop gericht om de detailhandelsstructuur zoveel als mogelijk te versterken door deze vooral kwalitatief te verbeteren en de beschikbaarheid en bereikbaarheid van detailhandelsvoorzieningen te garanderen. De kern van het provinciaal detailhandelsbeleid ligt in de concentratie en clustering van detailhandel in de centra van steden, dorpen en wijken. Verspreid liggend aanbod draagt niet bij aan het clusteren en concentreren van het detailhandelsaanbod en tast de detailhandelsstructuur in ruimtelijke zin (afname ruimtelijke kwaliteit, toename leegstand) aan. Voor alle winkelgebieden, zowel regulier als perifeer, geldt dat kwalitatieve versterking een doorlopende opgave is.

Op basis van koopstromenonderzoek zijn er in Zuid-Holland grofweg drie type winkelcentra te onderscheiden: de grote centra, de middelgrote centra en de overige centra. In het kader van de beoogde ontwikkeling op Schieveste is het beleid rondom 'overige centra' van belang.

Overige centra

De overige centra vervullen een lokale functie, zijn belangrijk voor de bereikbaarheid van het dagelijks aanbod en hebben een meerwaarde voor de leefbaarheid van de kleine kernen, wijken en buurten. Het toekomstperspectief is divers: sommige centra functioneren goed, andere centra komen in aanmerking voor een facelift, herprofilering, (gedeeltelijke) transformatie of samenvoeging. Voor deze categorie centra kan eventuele beperkte groei van het winkeloppervlak aan de orde zijn om de dynamiek in de dagelijkse sector te faciliteren. Beperkte groei van het aanbod in de overige centra is ook mogelijk indien dit aanbod geen gelijke tred houdt met een sterke bevolkingsgroei die recent heeft plaatsgevonden, of aanstaande is, bij achterstand in het voorzieningenniveau of bij feitelijke en planologische saldering van aanwezige detailhandel uit hetzelfde verzorgingsgebied.

Een overig centrum kan op een andere centrale en goed bereikbare locatie binnen hetzelfde verzorgingsgebied geacommodeerd worden indien bij de achterblijvende locatie zicht is op zowel feitelijke als planologische sanering van detailhandel. Hier zou sprake van kunnen zijn op het moment dat meerdere locaties worden samengevoegd op een nieuwe locatie of bij opheffing en verplaatsing van een slecht functionerende aankoopplaats. Indien er als gevolg van de verplaatsing bovengemeentelijke effecten optreden of per saldo sprake is van een toename van het winkelareaal gelden dezelfde toelichtingsvereisten voor het bestemmingsplan zoals beschreven onder 'toelaatbaarheid nieuwe ontwikkelingen'.

Toelaatbaarheid nieuwe ontwikkelingen

Ruimtelijke ontwikkelingen die met nieuwe detailhandel gepaard gaan, worden in de toelichting op het bestemmingsplan onderbouwd via de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarnaast moet inzicht

gegeven worden in de eventuele toename van de leegstand en de gevolgen voor de ruimtelijke kwaliteit in het verzorgingsgebied, alsmede eventuele mogelijkheden voor saldering. In de Verordening Ruimte 2014 (geconsolideerd januari 2019) is aangegeven dat nieuwe detailhandel mogelijk is primair binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie moet worden gerealiseerd. In een nieuwe woonwijk is ook nieuwe detailhandel mogelijk binnen een nieuwe wijkgebonden winkelconcentratie. Daarnaast nieuwe detailhandel mogelijk binnen een nieuwe goed bereikbare en centraal gelegen winkelconcentratie als gevolg van herallocatie.

Voor (ontwerp)bestemmingsplannen die nieuwe detailhandel groter dan 2000 m² bruto vloeroppervlak binnen de centra mogelijk maken, moet worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit niet onevenredig worden wordt aangetast. Voor ontwikkelingen buiten de centra is dat 1.000 m² bvo. Het gaat daarbij onder meer om het voorkomen van onaanvaardbare leegstand. Met het oog hierop is advies nodig van de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland en wordt zo nodig een distributieplanologisch onderzoek (DPO) uitgevoerd.

Vanwege de mogelijke bovenlokale ruimtelijke effecten van grootschalige detailhandelsonwikkelingen, vindt de provincie het van belang dat nieuwe grootschalige ontwikkelingen in regionaal verband worden afgestemd. Indien een ontwikkeling bovengemeentelijke effecten met zich meebrengt, beoordeelt de provincie de toelichting op het bestemmingsplan waarin de uitkomsten van deze regionale afstemming zijn opgenomen.

Kleinschalige en ondergeschikte detailhandel

Buiten de centra zijn enkele uitzonderingen mogelijk voor de vestiging van kleinschalige detailhandel, zoals gemakswinkels. Op locaties met veel passanten en bezoekers, zoals de grote treinstations, zijn meerdere vestigingen passend. Op andere locaties, zoals een benzinstation, zal het aantal vestigingen in het algemeen beperkt blijven tot één. Als vorm van kleinschalige detailhandel kan ook detailhandel worden toegelaten die ondergeschikt is aan een beroep aan huis of ondergeschikt aan een ambachtelijk of dienstverlenend bedrijf, bijvoorbeeld de verkoop van producten bij een kapper of een schoonheidssalon. Detailhandel in ter plaatse vervaardigde goederen bij productiebedrijven is mogelijk. Bij agrarische bedrijven is de verkoop van producten uit eigen teelt toegestaan.

Internetdetailhandel

De provincie beschouwt afhaalpunten voor de internetdetailhandel als een vorm van detailhandel, vanwege de hiermee gepaard gaande publieksfuncties. Ze horen daarom thuis in winkelconcentraties. De provincie staat op dit standpunt naar aanleiding van de resultaten van een integraal onderzoek naar de gevolgen van internetdetailhandel, voor de kwaliteit van de leefomgeving en de mobiliteit. Afhaal- en brengpunten voor de internetdetailhandel van niet dagelijkse goederen zonder een etalage/showroomfunctie kunnen ook gesitueerd worden op goed bereikbare plekken buiten winkelconcentraties.

1.2 Regionaal

Agenda Detailhandel MRDH 2016 - 2021

De regionale detailhandelsagenda borduurt voort op het provinciale beleid. Initiatief groter dan 1.000 m² bvo buiten de bestaande winkelgebieden ('periferie') dienen te worden voorgelegd aan de MRDH, waarna toetsing aan het regionale detailhandelsbeleid plaatsvindt. Wanneer er sprake is van onderscheidenheid in thema, concept, branche of formule of sprake van optimalisering (lokale) verzorgingsfunctie, moet worden aangetoond dat het initiatief niet kan worden gehuisvest in- of aangrenzend aan een en dat het initiatief geen blijvende negatieve effecten heeft op de bestaande detailhandelsstructuur en / of de in het beleid aangegeven ontwikkeling daarvan.

1.3 Gemeentelijk

Stadsvisie Schiedam 2030 (2009)

In de Stadsvisie Schiedam 2020 –2030 is aangegeven welke hoofdpogaven er liggen voor de komende jaren, hoe deze in ruimtelijke zin moeten worden uitgewerkt en waar de prioriteiten voor de korte en middellange termijn worden gelegd. De stadsvisie geeft de richting aan om van Schiedam een sociale, vitale en aantrekkelijke stad van te maken. Een belangrijke bijdrage aan de realisatie van een sociale, veilige en vitale stad is het scheppen van een sterk vestigingsklimaat.

- *Maatschappelijk*: De gemeente wil het welbevinden en de gezondheid van de inwoners bevorderen. Dit komt tot uiting in de sociaalmaatschappelijke activiteiten en -programma's. Daarnaast is mentale en lichamelijke gezondheid ook van belang. Cultuur, sport en welzijnswerk, als dat kan zo dicht mogelijk bij huis in buurt of wijk, bieden mensen kansen om zich te ontwikkelen, want 'hoogwaardige en toegankelijke zorgvoorzieningen bevorderen de kansen op deelname aan maatschappelijke initiatieven en processen'.
- *Sport in de wijk*: De gemeente wil inzetten op diverse doelgroep specifieke activiteiten die worden aangeboden op wijkniveau. Met name wordt ingezet op activiteiten voor jongeren, ouderen en mensen met een handicap
- *Cultuur in de wijk*: De culturele potentie van wijken krijgt nadrukkelijk aandacht van het gemeentebestuur. Door visuele ingrepen beogen we de beeldkwaliteit van het openbaar gebied van de wijk verder te versterken en door culturele activiteiten de sociale cohesie en leefbaarheid te verbeteren.
- *Leisure*: De gemiddelde toerist in Schiedam is een dagtoerist omdat verblijfsaccommodatie veelal ontbreekt. De gemeente wil de verblijfsduur verlengen om zo de economische impuls die toerisme teweegbrengt verder te stimuleren. Dit moet gedaan worden door in te zetten op kwaliteitsverbeteringen van verblijfsaccommodaties, het toevoegen van verblijfsaccommodaties en het versterken van verbindingen met de bestaande publiektrekkers. Daarnaast moet de vrijetijdseconomie worden versterkt, met de Binnenstad en destijds ook Schieveste als speerpunten.

Detailhandelsvisie 2010-2020 (2009)

Momenteel wordt gewerkt aan een nieuwe gemeentelijke detailhandelsvisie. In het geldende detailhandelsbeleid (Detailhandelsvisie 2010-2020) wordt voor Schieveste nog uitgegaan van de ontwikkeling van een Urban Entertainment Center met (grootschalig) detailhandelsaanbod binnen het thema multimedia, complementair aan de binnenstad.

Nota horecabeleid Schiedam 2013 – 2017

Momenteel wordt gewerkt aan een nieuwe gemeentelijke horecanota. In het geldende horecabeleid is het uitgangspunt dat de aanwezigheid van uitnodigende horeca de aantrekkelijkheid van Schiedam vergroot, zowel op het gebied van wonen, recreëren en werken. Daarnaast is het een grote schepper van werkgelegenheid. Een algemeen streven is daarom om een goede horeca in Schiedam te hebben, die gericht is op zowel de inwoners van Schiedam als op bezoekers van de stad, en zowel overdag als 's avonds. Dit kan worden gerealiseerd aan de hand van het bevorderen van unieke kanten van Schiedam door het bieden van mogelijkheden en stimuleren van passende aanvullende en ondersteunende horeca, waaronder Schieveste als regionaal knooppunt. De gemeente heeft als uitgangspunt om ondernemers zoveel mogelijk ruimte te bieden om hun activiteiten uit te kunnen voeren, met waar kan: minder regels en ruimere mogelijkheden.

Met name in het Centrum draagt horeca bij aan het unieke karakter van Schiedam. Maar ook buiten het Centrum is genoeg horeca te vinden. Zo wordt het plangebied Schieveste specifiek benoemd en onlosmakelijk verbonden met een horecafunctie. De afgelopen jaren is het gebied rond het Stationsplein en op Schieveste verder ontwikkeld. Met name aan het Stationsplein is er een horecaconcentratie ontstaan. Vanwege de ligging bij het station, komt daar ook veel uitgaanspubliek langs.

Iedereen gezond in Schiedam?! Gezondheidsbeleid

De gemeente wil graag de gezondheid van de inwoners bevorderen en een verdere intensivering opzoeken in de samenwerking met partners zoals huisartsen, welzijnsinstellingen, scholen en zorginstellingen. Met name met een focus op de verdere uitwerking van het wijkgericht werken aan het terugdringen van gezondheidsachterstanden. Eén van de speerpunten is het bestrijden van overgewicht en dan voornamelijk bij jongeren onder de 20 jaar.

Kom maar op! Bewegen en sporten Schiedam – Kadernota 2015

De gemeente stelt in de kadernota "Kom maar op!" dat bewegen en sporten deel moet zijn van het dagelijks leven van alle Schiedammers en zo inwoners binden en sociale cohesie bevorderen. Zij willen een belevingsgericht, gevarieerd sportaanbod, voldoende beweeg- en sportaanbieders met voldoende gekwalificeerde vrijwilligers en professionals en veilige, uitdagende en toegankelijke beweegplekken en breedtesportvoorzieningen die van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat in gebruik zijn. Voor alle inwoners moeten de sport- en speelvoorzieningen en beweegruimtes in hun eigen woonwijk, op loop- en fietsafstand bereikbaar zijn. Bewegen en sporten in samenhang met onderwijs, welzijn en zorg is wenselijk. Eventueel met aansluiting op sport- en maatschappelijke organisaties buiten de stadsgrenzen en in regionaal verband.

Bouwen met nieuwe energie Bestuurs- en Beleidsakkoord 2018 – 2022

Zorg: De gemeente zet in op de doorontwikkeling van de wijkondersteuningsteams en de samenwerking met de verschillende partners om adequater in te spelen op geconstateerde hulpvragen en zo specifieke zorg te kunnen verlenen.

Daarnaast is het van belang de ontwikkelde instrumenten voor stadsmarketing passen bij de identiteit en kracht van onze stad en deze in te zetten. Dit zal bijdragen aan het bevorderen van toerisme (ook vanuit de nabije regio) naar Schiedam. Het is de ambitie om ook de Schiedammers te verleiden meer te (ver)blijven en te laten beleven in onze stad. De speerpunten van het beleid zijn: Extra faciliteiten voor een prettig verblijf voor recreanten van buiten Schiedam, bijvoorbeeld op het gebied van water-toerisme en camperplaatsen, onderzoeken hoe Schiedam aantrekkelijker kan worden voor recreanten van buiten Schiedam; onderzoek naar de toekomstbestendigheid van de sport- en recreatieve accommodaties in Schiedam. Daarnaast verkent de gemeente de mogelijkheid naar invoering van toerismebelasting, gekoppeld aan het kunnen doen van extra uitgaven om het toerisme in Schiedam te bevorderen.

BIJLAGE 2 TREND RAPPORTAGES

Bijlage 2.1 Trends en ontwikkelingen in retail

Boodschappen en supermarkten

- De hedendaagse consument is steeds beter geïnformeerd via internet en besteedt steeds minder tijd aan de boodschappen en aan het bereiden van een maaltijd. Bovendien is de consument kritisch en mobiel. Hierdoor groeit het referentiekader van consumenten verder. Welke producten wil de consument waar kopen? Keuzes worden onder andere gebaseerd op de aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en de verschijningsvorm (inrichting, uitstraling).
- Voor het doen van de boodschappen kiest de consument steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare supermarkten en compacte boodschappencentra met een ruime keuze in aanvullende voorzieningen in detailhandel, diensten, horeca en goede parkeervoorzieningen.
- Dagelijkse boodschappen doet men bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Er is in principe altijd voldoende perspectief voor dagelijks aanbod in kernen en wijken van voldoende omvang. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc.
- In Nederland bereikt de vergrijzing een hoogtepunt in 2030, wanneer het land naar verwachting 4,2 miljoen 65-plussers telt.³⁹ Deze nieuwe senioren zullen waarschijnlijk andere koopgewoonten hebben dan de jongere generaties, maar zij blijven behoefte hebben aan dagelijkse artikelen. Zo is onderzocht dat vergrijzing niet leidt tot lagere bestedingen in supermarkten.⁴⁰

Onlinebestedingen

- Nederlanders kopen steeds meer online. De afgelopen jaren is het aantal onlinebestedingen sterk toegenomen, net zoals het aantal producten en diensten dat online te verkrijgen is. In het eerste half jaar van 2018 hebben Nederlandse consumenten 11% meer online besteed dan in de eerste helft van 2017.⁴¹ Een belangrijke nuance is echter dat het aandeel pure online aankopen niet heel sterk stijgt ten opzichte van de totale detailhandelsbestedingen. Toonbankbestedingen blijven domineren en groeien, waarbij offline en online steeds meer met elkaar verweven raakt. Een grote groep mensen oriënteert zich bijvoorbeeld op internet, maar wil graag de aankoop in de winkel bekijken en daar aanvullend advies vragen.
- De consument koopt ook meer boodschappen online. De populariteit van online boodschappen is in de afgelopen jaren flink gegroeid. Uit recent onderzoek van Deloitte blijkt dat 11% van de mensen aangeeft dat ze weleens online boodschappen doen. Dit is een stijging van 2% ten opzichte van 2017.⁴² Bovendien blijkt dat voornamelijk langer houdbare producten, zoals zuivel en diepvriesartikelen, op internet worden gekocht. Tegelijkertijd is een stijging te zien van de online bestelling van versproducten (zoals groente en fruit).

³⁹ CBS (2018). Bevolkingsprognose 2060.

⁴⁰ ING Economisch Bureau, Supermarkten en senioren, november 2016.

⁴¹ Thuiswinkler, Online bestedingen stijgen, september 2018.

⁴² Deloitte, Consumentenonderzoek 2018, november 2018.

- Binnen de supermarktomzet is online inmiddels goed voor een aandeel van 3,3%. Dit komt door meer kopers, die bovendien vaker online kopen. Investerings van supermarkten in afhaalpunten hebben nauwelijks voor groei gezorgd. Consumenten in Nederland geven duidelijk de voorkeur aan bezorging van de boodschappen. Toch wordt het overgrote deel van de boodschappen nog altijd in de winkel aangeschaft.⁴³
- De verwachting is dat het onlineaandeel in de supermarktsector de komende jaren sterk zal blijven groeien. De grootste formules (zoals Albert Heijn en Jumbo) zetten massaal in op goed functionerende sites en thuisbezorging met duidelijke bezorgmomenten. Daarnaast groeit online aanbieder Picnic hard. De belangrijkste doelgroep zijn gezinnen met kinderen.⁴⁴
- De vraag naar fysieke winkels zal blijven bestaan, maar de druk neemt wel toe door onder andere toenemende online verkoop. Anderzijds biedt de aantrekkelijke economie, demografische transitie, de sterk toenemende combinatie van fysieke en online winkels en het gewijzigde consumentengedrag ook kansen voor vernieuwing. Hierdoor is de focus in veel gebieden gericht op het verhogen van de kwaliteit van het bestaande aanbod of het toevoegen van vernieuwend en onderscheidend aanbod.

Toekomstperspectief supermarktsector en –centra

- Service, persoonlijke aandacht en op maat gemaakte producten worden steeds relevanter evenals regionale, biologische en eerlijke producten. Consumenten verwachten ook steeds meer een completer aanbod in winkelgebieden (goederen, diensten, horeca, culturele voorzieningen, etc.), zowel in binnensteden, buurt- en wijkcentra als op perifere concentraties.
- De consument is steeds meer op zoek naar een unieke beleving en uniciteit. Door het bieden van een unieke beleving is een centrumgebied in staat om consumenten aan zich te binden.
- De consument wil kopen waar en wanneer hij/zij wil en hecht waarde aan de wisselwerking tussen on- en offline, tussen horeca en detailhandel en ook de verruiming van de openingstijden naar avond- en zondagopenstellingen.
- Door 'blurring' en branchevervaging zien steeds meer nieuwe concepten het licht. De grenzen vervagen tussen detailhandel en horeca, tussen food retail en non-food retail en tussen online en offline. Detailhandel die zich vermengt met horeca is één van de meest zichtbare vormen van blurring binnen de retail. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Mede naar aanleiding hiervan sluit de traditionele branche-indeling steeds minder goed aan op de praktijk.
- In de supermarktbranche vindt een verdere segmentering en profilering plaats tussen de formules onderling en online.⁴⁵ Beleving en comfort worden in de supermarkten steeds belangrijker, want hierdoor kunnen zij zich onderscheiden van elkaar en van online-verkoop. Er is meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt, etc. Supermarkten nemen ook steeds vaker regionale producten en gemaksvuedsel van hoge kwaliteit in het assortiment op.
- Mede door het alsmar veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Supermarkten spelen op deze behoefte in, door 'ready to

⁴³ Foodmagazine, Online boodschappen: de stand van zaken, juli 2018.

⁴⁴ Rabobank cijfers en trends, Supermarkten, geciteerd maart 2019.

⁴⁵ Rabobank cijfers en trends, Supermarkten, geciteerd maart 2019.

eat' producten aan te bieden en verse gerechten in de zaken te bereiden. Supermarkten vermengen zich steeds meer met horeca. Dit is één van de meest zichtbare vormen van *blurring* binnen de retail.

- De trend tot schaalvergroting zet zich door in vrijwel alle winkel- en horecabranches. Voor een rendabele bedrijfsvoering is een steeds groter winkeloppervlak nodig. Dat geldt zeker voor de supermarktwereld. Supermarkten worden steeds grootschaliger, ook in kleinere plaatsen. Toekomstbestendige fullservice-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang vanaf 1.000 m² wvo. Nieuwe full-service supermarkten hebben zelfs een gemiddelde omvang van 1.200 - 1.700 m² wvo.
- In navolging van de schaalvergroting en de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben kleinschalige supermarkten, niet onderscheidende versspeciaalzaken op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt het moeilijker gekregen.
- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandige verszaken en minisupers wordt negatief beïnvloed door filialisering en door de vergrijzing van het ondernemersbestand. Zowel landelijk in algemene zin als specifiek in kleinere kernen neemt het aantal versspeciaalzaken af. Toch bestaan er ook ontwikkelmogelijkheden, bijvoorbeeld voor conceptontwikkeling en verdere profilering. Door het gewijzigde consumentengedrag ontstaan er interessante nieuwe markten. Een voorbeeld hiervan is de groei van de buitenhuisconsumptie, waardoor minisupers transformeren tot gemakswinkel en versspeciaalzaken uitbreiden met foodservice. Door de verandering van dit soort zaken krijgen zij een andere functie en zal de supermarkt minder invloed hebben op de koopkracht hiervan.

Bijlage 2.2 Trends en ontwikkelingen in leisure en horeca

Leisure: groeimarkt met vele kansen

Mensen ontlenen hun identiteit en status steeds meer aan hun vrijetijdsgedrag en minder aan materiële zaken. Met een fraaie term wordt dit ook wel aangeduid als de opkomst van een 'vrijetijdsaristocratie'. We hebben steeds meer behoefte aan **verrassing**, '**avontuur**', '**spektakel**' en '**unieke**' **belevissen**. Het aantal festivals en evenementen is de afgelopen jaren enorm gegroeid. De **scheidslijn tussen vermaak en cultuur** wordt steeds vager. Tegelijk ligt er een steeds groter accent op **persoonlijk welbevinden, ontmoeting, zelfontplooiing, lichamelijke gezondheid en uiterlijk**. De grenzen tussen vrije tijd en werk vervagen, bijvoorbeeld door Het Nieuwe Werken. Afstanden worden minder relevant, de auto is en blijft het favoriete vervoermiddel.

Leisure is een overkoepelende term voor alle vrijetijdsvoorzieningen op het terrein van ontspanning, cultuur, sport en evenementen. De **trendgevoeligheid** van consumenten is juist in deze sector groot. Persoonlijke voorkeuren gaan tegenwoordig boven sociaal-economische afkomst of inkomen.



De **economische betekenis** van leisure groeit nog steeds, wat leidt tot veel extra (laagdrempelige) werkgelegenheid. Ook in deze sector is al jaren sprake van **schaalvergroting**, maar de **professionalisering en ketenvorming** is minder ver dan in bijvoorbeeld de detailhandel. Wel raakt in diverse branches de markt verzadigd door toenemende **concurrentie**. Ook voor het vrijetijdsgedrag biedt internet enorm veel informatie, maar het maakt ook entreprijzen (en kortingen) inzichtelijk. Hierdoor staan de inkomsten van bedrijven onder druk.

Vanwege de economische druk streven veel vrijetijdsvoorzieningen naar **verbreding van productaanbod en doelgroepen**, waarbij vooral de **zakelijke markt** lonkt. Vanwege maatschappelijke trends legt ok deze sector een steeds groter accent op **duurzaamheid** ('Green Key') en **maatschappelijk verantwoord ondernemen**. Samenwerking, gezamenlijke productontwikkeling en arrangementen met andere functies (vooral horeca, detailhandel, cultuur) staat nog in de kinderschoenen, maar is veelbelovend.

Horeca verlevendigt gebieden

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdlijnen, aangezien er in en rond de zeer veelzijdige horecasector vele trends spelen, zowel op macro- als microniveau.



De belangrijkste trends zijn in dit kader:

- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd.
- **Vervlechting horeca, detailhandel en cultuur:** Traditioneel baseren bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als horeca (al dan niet met verkoop alcoholhoudende dranken), cultuur of detailhandel. Mede door de veranderende consumentenwensen, multifunctionaliteit en 'blurring' ontstaan steeds meer combinatievormen. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is hier overigens in principe alleen consumptie van niet-alcoholhoudende dranken toegestaan.
- **Schaalvergroting:** de ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege de gewenste multifunctionaliteit, consumentenbehoefte en/of omzeteisen. De opkomst van de zogenaamde Wereldrestaurants (grootschalige buffetrestaurants met een mondiale keuken) en andere 'fast casual' formules (La Place, Happy Italy, Vapiano) vormen de meest recente exponenten hiervan.
- **Opkomst traffic-locaties:** doelgericht bezochte horecaketens gericht op fastservice en 'casual dining' (met doorgaans een relatief grote ruimtebehoefte) oriënteren zich steeds meer op lokaal en regionaal goed bereikbare voorzieningenconcentraties met ruime parkeergelegenheid. Vaak betreft het locaties langs snelwegen.
- **Vestiging horeca in industrieel erfgoed:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor bijzondere horecaconcepten en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.
- **Opkomst specialistische koffieformules:** landelijk een opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Bekende spelers zijn Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie.
- **Opkomst drankspecialiteiten:** Cafés waren in Nederland van oudsher sterk gericht op het schenken van bier, met een beperkte keuze aan andere dranken. Hoewel speciaalbieren ('Craft Beers') weer in opkomst zijn, is ook de groeiende populariteit van wijn en gedestilleerd (cocktails, whisky, gin) opvallend. Soms betreft het zelfstandige horecazaken.

- **Opkomst horeca met maatschappelijke betrokkenheid** en inzet van personeel met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Voorbeelden zijn Brownies&downieS, The Colour Kitchen en Bakkerij/lunchcafé Driekant te Zutphen. Restaurant Instock kookt alleen met voedseloverschotten of producten met een afwijkende maat of uiterlijk. Mede vanwege de maatschappelijke functie zijn deze zaken soms zeer populair.
- **Opkomst Thuisbezorgen (delivery):** de markt voor thuisbezorging van kant-en-klaar eten uit horecazaken (Deliveroo, Foodora) en maaltijdboxen voor thuisbereiding (Hello Fresh, Allerhande Box) groeit snel. Horecazaken verrichten deze activiteit zelf of huren tegen een commissie een gespecialiseerd bedrijf in.
- **Toenemende betekenis buitenfestivals met een accent op het thema food.** Vaak zijn er foodtrucks aanwezig en wordt vooral vers, biologisch en 'streekeigen' voedsel aangeboden, binnen een breed programma met entertainment, muziek en cultuur.

BIJLAGE 3 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.

Brutovloeroppervlakte (bvo)

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

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse artikelen

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelvloeroppervlak (wvo)

Alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).