

Samen werken aan het centrum van Den Hoorn

Eindrapport 31 mei 2012



Roots Beleidsadvies

In opdracht van de Gemeente Midden Delfland, Kamer van Koophandel Den Haag, Kantoor Naaldwijk en Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
1. Inleiding.....	6
1.1 Aanleiding.....	6
1.2 Doelstelling	6
1.3 Aanpak en leeswijzer.....	6
2. Uitgangssituatie	8
2.1 Inleiding	8
2.2 Economische structuur en ontwikkeling	8
2.3 Ondernemers- en vestigingsklimaat	9
2.4 Conclusie	11
3. Ontwikkelingsmogelijkheden	12
3.1 Inleiding	12
3.2 Trends en ontwikkelingen	12
3.2.1 Vergrijzing	12
3.2.2 Toenemend internetgebruik van consumenten	13
3.2.3 Schaalvergroting, branchevervaging en functievervlechting	14
3.3 Plannen en initiatieven	14
3.3.1 Ontwikkelingen aan de vraagkant	14
3.3.2 Ontwikkelingen aan de aanbodkant	16
3.4 Conclusie	17
4. Toekomstvisie	19
4.1 Inleiding	19
4.2 Resultaten marktconsultatie	19
4.3 Acties ter versterking van het centrum	21
4.3.1 Herinrichting van de Dijkshoornseweg	21
4.3.2 Ontwikkeling van de nieuwe supermarkt	22
4.3.3 Ontwikkeling van het horecaplein	24
4.3.4 Overige acties.....	25
4.4 Conclusie	26
5. Slotbeschouwing	28
Bijlagen	30
A Geraadpleegde bronnen	30
B Deelnemers interviews.....	31
Colofon	32

Voorwoord

Gemeente Midden-Delfland, Kamer van Koophandel Den Haag, Kantoor Naaldwijk en Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn hebben Roots Beleidsadvies opdracht gegeven om voor het centrum van Den Hoorn een economische visie op te stellen.

De economische visie geeft aan op welke wijze het centrum zich in de komende vijf jaar kan/moet ontwikkelen en op welke wijze ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente hieraan een bijdrage kunnen leveren. De visie toont daarnaast de resultaten van een marktconsultatie onder winkeliers en geeft als zodanig aan welke ruimtebehoefte winkeliers uit Den Hoorn hebben en of zij verplaatsing naar de nieuwe supermarktllocatie overwegen.

Binnen Roots Beleidsadvies is de opdracht uitgevoerd door Gilbert Bal. Vanuit de opdrachtgevers is de studie inhoudelijk begeleid door een werkgroep, bestaande uit Jeroen Gerritsen c.q. Kim Kuiper (Gemeente Midden-Delfland), Mark van Oosten (Kamer van Koophandel Den Haag, Kantoor Naaldwijk) en Peter van Velzen (Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn).

Wij zijn de werkgroep erkentelijk voor de gemaakte opmerkingen naar aanleiding van tussentijdse resultaten. Hetzelfde geldt voor de constructieve bijdrage die de interviewpartners (zie Bijlage B) hebben geleverd aan de totstandkoming van het rapport. Uiteraard is Roots Beleidsadvies eindverantwoordelijk voor de inhoud van deze rapportage.

Mei 2012
Roots Beleidsadvies

Samenvatting

Doelstelling

Gemeente Midden-Delfland, Kamer van Koophandel Den Haag, Kantoor Naaldwijk en Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn hebben Roots Beleidsadvies opdracht gegeven om voor het centrum van Den Hoorn een economische visie op te stellen. De visie geeft aan op welke wijze het centrum zich in de komende vijf jaar kan/moet ontwikkelen en op welke wijze ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente hieraan een bijdrage kunnen leveren. De visie toont daarnaast de resultaten van een marktconsultatie onder winkeliers en geeft als zodanig aan welke ruimtebehoefte winkeliers uit Den Hoorn hebben en of zij verplaatsing naar de nieuwe supermarktlocatie overwegen.

Uitgangspositie

De uitgangspositie met betrekking tot de toekomstige economische ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn kent diverse kanten. Positieve aspecten zijn de bevolkingsgroei in de nabijgelegen wijken, de bovenlokale aantrekkingskracht op vooral consumenten uit Delft en Schipluiden, recente investeringen in de kwaliteit van de bedrijfsomgeving en de aanwezige marktruimte voor detailhandel. Negatieve aspecten zijn de in de ogen van de winkeliers achterblijvende parkeermogelijkheden en sfeer en uitstraling van het gebied.

Onzekerheid over de toekomstige ontwikkeling van het centrum heeft er bovendien toe geleid dat veel ondernemers hun investeringen uitstelden. Dit is terug te zien in sterk uiteenlopende beoordelingen van de kwaliteit van de winkelruimte. De herinrichting van de Dijkshoornseweg en de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt moeten het ondernemers- en vestigingsklimaat in het centrum van Den Hoorn een belangrijke nieuwe impuls geven.

Ontwikkelingsmogelijkheden

De ontwikkelingsmogelijkheden van de detailhandel en horeca in het centrum van Den Hoorn worden enerzijds bepaald door trends als vergrijzing, toenemend internetgebruik van consumenten, schaalvergroting, branchevervaging en functievervlechting. Anderzijds worden de mogelijkheden bepaald door lokale/regionale plannen en initiatieven. Per saldo maakt de demografische ontwikkeling dat er in de toekomst een toename van de vraag naar winkelruimte kan worden verwacht. Qua type winkels zal er onder invloed van de demografische ontwikkeling en het toenemend internetgebruik wel een verandering in de vraag plaatsvinden.

Aangezien de woningbouwtoevoegingen in de directe omgeving van Den Hoorn in het algemeen vergezeld gaan van een hiermee gelijke tred houdende toevoeging van winkels, verwacht Roots Beleidsadvies dat de huidige (bovenlokale) functie van het centrum in Den Hoorn moeilijk kan worden uitgebreid. De uitbreidingsbehoefte zal dan ook primair voortkomen uit de bevolkingsontwikkeling die Den Hoorn zelf doormaakt.

Toekomstvisie

In de toekomstige ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn speelt de realisatie van de nieuwe supermarkt een cruciale rol. De positionering van de nieuwe supermarkt bepaalt in belangrijke mate de toekomstige winkelstructuur, de noodzakelijk-

ke ontsluitingsstructuur en de gewenste kwaliteit/kwantiteit van de te ontwikkelen parkeervoorzieningen. De wensen van de winkeliers m.b.t. de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt zijn:

- Maak het winkelcentrum niet te groot. Zorg ervoor dat de ontwikkeling door de markt kan worden gedragen en probeer eventuele leegstand in de Dijkshoornseweg zo veel mogelijk te beperken.
- Zorg voor een goede bereikbaarheid en voldoende (gratis) parkeergelegenheid bij de supermarkt. Goede bereikbaarheid en gratis parkeren zijn belangrijke aspecten waarop het centrum van Den Hoorn zich van omliggende (winkel)centra kan onderscheiden.
- Laat het gewenste dorpse karakter van de Dijkshoornseweg ook terugkomen in de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie. Zorg in de openbare ruimte voor een duidelijke verbinding met de heringerichte Dijkshoornseweg en creëer een aantrekkelijke omgeving waarin consumenten voor langere tijd willen verblijven (bankjes, groen, etc.).
- Ontwikkel een plein dat geschikt is voor het houden van evenementen en jaarrond beschikt over speelvoorzieningen voor kinderen.
- Geef ondernemers uit Den Hoorn eerste keus bij vestiging in de nieuwe locatie en zorg voor reële huurprijzen (niet te grote verschillen met de huidige huurprijzen in de Dijkshoornseweg).

De marktconsultatie onder winkeliers geeft samen met de uitkomsten van de distributieplanologische berekening van B@S Consultants (2011) inzicht in het gewenste winkelvloeroppervlak (wvo) van de nieuwe locatie. Hieruit blijkt dat een omvang van maximaal 2.390 m² wvo gewenst is om (te) sterke onderlinge concurrentie en/of leegstand in de Dijkshoornseweg te voorkomen.

Tenslotte

Met de "Visie centrum Den Hoorn" heeft de Gemeente Midden-Delfland recent de kaders bepaald waarin ontwikkelingen in het centrum kunnen plaatsvinden. Het is nu zaak om als ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente de handen ineen te slaan en vanuit een integrale visie aan de economische ontwikkeling van het centrum te werken.

Naast de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie, speelt de herinrichting van de Dijkshoornseweg hierin een cruciale rol. Met een opgewaardeerde Dijkshoornseweg kan de nieuwe supermarkt goed met het horecaplein worden verbonden en krijgt het centrum van Den Hoorn als geheel een belangrijke impuls.

In de ruimtelijke ontwikkeling van het centrum hebben ondernemers in de afgelopen periode een steeds grotere stem gekregen. De volgende stap is om nu ook vastgoedeigenaren sterk(er) bij die ontwikkeling te betrekken. Hopelijk kan de economische ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn dan op korte termijn de impuls krijgen die het verdient.



1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Op 5 oktober 2011 presenteerde de Gemeente Midden-Delfland haar concept visie op de toekomstige ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn. De inhoud van deze visie stelde de Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn aanvankelijk teleur. De vereniging had grote twijfels bij de haalbaarheid van de voorgestelde ontwikkeling en wenste meer aandacht voor de wijze waarop het centrum zich van omliggende centra kan onderscheiden. Tenslotte werd het beoogde tijdspad van de ontwikkeling door de ondernemers als opnieuw uitstel beoordeeld. De ondernemers gaven hierop aan al op korte termijn aan de (her)ontwikkeling van het centrum te willen werken.

Op 31 januari 2012 werd de op basis van inspraakreacties aangepaste visie door de gemeenteraad van Midden-Delfland vastgesteld. Onderdeel van dit besluit was de steun van het College van B&W aan de gedane handreiking van de winkeliers om de Dijkshoornseweg op korte termijn aantrekkelijker te maken. Het College gaf aan dat de inspraakreactie hen het vertrouwen gaf dat de ondernemers bereid zijn mee te denken en te investeren in een sterke winkelstraat. Het College van B&W heeft daarop de planning in de definitieve versie van de visie aangepast. De ontwikkeling van de Dijkshoornseweg is nu opgenomen vanaf 2012 in plaats van vanaf 2016.¹

Een ander belangrijk punt uit het meest recente raadsbesluit betreft de aankondiging van een marktconsultatie. Met deze consultatie wenst de Gemeente Midden-Delfland graag inzicht in de toekomstige ruimtebehoefte van winkeliers in Den Hoorn. De Gemeente wenst daarbij tevens inzicht in de eisen die de ondernemers bij eventuele verplaatsing naar de nieuwe supermarktlocatie aan hun toekomstige vestigingsplaats stellen.

1.2 Doelstelling

Gemeente Midden-Delfland, Kamer van Koophandel Den Haag, Kantoor Naaldwijk en Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn hebben Roots Beleidsadvies opdracht gegeven om voor het centrum van Den Hoorn een economische visie op te stellen. De visie moet aangeven op welke wijze het centrum zich in de komende vijf jaar kan/moet ontwikkelen en hoe ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente hieraan een bijdrage kunnen leveren. De visie moet daarnaast de resultaten van de marktconsultatie tonen en als zodanig aangeven welke ruimtebehoefte winkeliers uit Den Hoorn hebben en of zij verplaatsing naar de nieuwe supermarktlocatie overwegen.

1.3 Aanpak en leeswijzer

Voor het opstellen van de economische visie heeft Roots Beleidsadvies gebruik gemaakt van diverse bronnen, zoals eerder opgestelde rapporten en beleidsnota's

¹ Bron: Gemeente Midden-Delfland (2012), Visie centrum Den Hoorn; Uitkijk komende vijf jaar en verder.

en onderzoeken waarin actuele trends in de retail worden beschreven (zie Bijlage A voor een overzicht). Daarnaast heeft Roots Beleidsadvies diverse personen geïnterviewd die (in)direct bij de ontwikkeling van het centrum zijn betrokken (zie Bijlage B voor een overzicht).

In *hoofdstuk 2* van dit rapport wordt op basis van het deskresearch en de interviews de uitgangssituatie van het centrum anno 2012 beschreven. In het hoofdstuk wordt achtereenvolgens ingegaan op de economische structuur en ontwikkeling en de huidige kwaliteit van het ondernemers- en vestigingsklimaat.

Hoofdstuk 3 van het rapport beschrijft actuele trends en ontwikkelingen die de toekomstige ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn in belangrijke mate beïnvloeden. Ook wordt in dit hoofdstuk ingegaan op lokale/regionale plannen die aan zowel de vraag- als aanbodkant van invloed zijn op de ontwikkeling van het gebied.

In *hoofdstuk 4* wordt vervolgens de toekomstvisie op het centrum van Den Hoorn uiteengezet. Het hoofdstuk gaat in op de resultaten van de marktconsultatie en beschrijft de acties die de economische ontwikkeling van het centrum (kunnen) versterken.

Het rapport besluit in *hoofdstuk 5* met een beknopte slotbeschouwing. Deze beschouwing bevat de belangrijkste conclusies van het onderzoek en geeft aanbevelingen voor de toekomstige ontwikkeling van het gebied.



2. Uitgangssituatie

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt op basis van deskresearch en interviews de uitgangssituatie van het centrum anno 2012 beschreven. In het hoofdstuk wordt achtereenvolgens ingegaan op de economische structuur en ontwikkeling van het centrum (paragraaf 2.2) en de huidige kwaliteit van het ondernemers- en vestigingsklimaat (paragraaf 2.3). Het hoofdstuk besluit in paragraaf 2.4 met een beknopte conclusie.

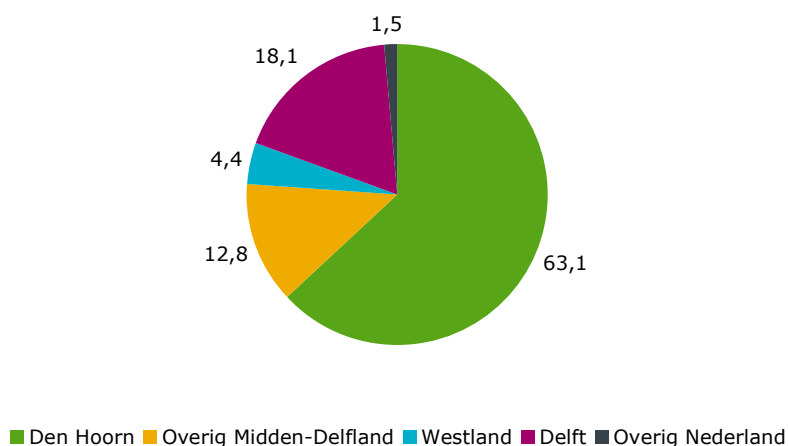
2.2 Economische structuur en ontwikkeling

Den Hoorn maakt deel uit van de gemeente Midden-Delfland en ligt ten zuidwesten van Delft, ten zuiden van Rijswijk en ten oosten van het Westland. De gemeente bestaat uit vijf kernen, waarvan Den Hoorn, Maasland en Schipluiden de grootste zijn. In totaal telt Midden-Delfland ruim 18.000 inwoners, waarvan Den Hoorn er bijna 7.000 (37%) voor rekening neemt.

Sinds 2005 is het aantal inwoners van Den Hoorn gegroeid met ruim 1.200, ofwel 22%. Het winkelvloeroppervlak (wvo) is in diezelfde periode met 410 m² toegenomen, ofwel met bijna 20%. Ondanks deze uitbreiding blijkt uit een recente analyse van B@S Consultants² dat ook in de huidige situatie nog ruimte is voor uitbreiding met ruim 1.110 m² wvo, waarvan respectievelijk 190 m² in de dagelijkse en 920 m² in de niet-dagelijkse sector. Ook uit een benchmark met kernen van vergelijkbare omvang blijkt dat het centrum in Den Hoorn relatief kleinschalig van aard is.³

Uit de interviews met de plaatselijke ondernemers blijkt dat de inwoners van Den Hoorn voor 63% verantwoordelijk zijn voor de omzet van de winkeliers (zie figuur 1). Ook Delft en de overige kernen van de gemeente (met name Schipluiden) zijn belangrijke herkomstgebieden met betrekking tot de omzet van de ondernemers.

Figuur 1 Herkomst van de omzet in het centrum van Den Hoorn, 2012



Bron: Roots Beleidsadvies o.b.v. interviews

² Zie B@S Consultants (2011), Winkelonwikkeling centrum Den Hoorn.

³ Bron: B@S Consultants (2011), Winkelonwikkeling centrum Den Hoorn.

De interviews geven hiermee aan dat het centrum van Den Hoorn ook een boven-lokale functie vervult. Gezien de huidige branchering van het aanbod zal dit vooral te maken hebben met de verswinkels die in de Dijkshoornseweg zijn gevestigd. Het niet-dagelijkse aanbod is immers beperkt. Anderzijds geeft het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 aan dat de inwoners van Midden-Delfland ook een belangrijk deel van hun dagelijkse artikelen in andere gemeenten kopen (43% van de bestedingen, waarvan veruit het grootste deel in Delft).⁴ De conclusie van veel ondernemers is dan ook dat het centrum van Den Hoorn vooral voorziet in de behoeften van bepaalde doelgroepen en de potentie heeft om meer doelgroepen aan zich te binden.

Positieve economische ontwikkeling in de afgelopen vijf jaar

Uit de interviews met de ondernemers blijkt verder dat het centrum van Den Hoorn in de afgelopen jaren een positieve economische ontwikkeling heeft doorgemaakt. Veel ondernemers zagen hun omzet groeien, vooral onder invloed van de bevolkingsgroei die in de nabijgelegen woonwijk(en) werd gerealiseerd. In de afgelopen jaren zijn in de directe omgeving van het centrum circa 600 woningen opgeleverd.⁵ De ondernemers geven aan dat hiermee ook het draagvlak voor de winkels is toegenomen.

Beperkte ruimtelijke ontwikkeling in de afgelopen vijf jaar

In de interviews werd tegelijkertijd aangegeven dat de economische groei waarschijnlijk groter was geweest als op de locatie van de voormalige Meelfabriek een nieuwe supermarkt zou zijn gerealiseerd. De belangrijkste ruimtelijke ontwikkelingen hadden nu betrekking op de uitbreiding van de supermarkt op de huidige locatie en de hiermee gepaard gaande verplaatsing van de apotheek. Andere ontwikkelingen waren de renovatie van de Hoornbloem, de herinrichting van het Koningin Julianaplein, de realisatie van het Gezondheidscentrum en de herprofilering van de Woudseweg. Tenslotte is recent de parkeercapaciteit vergroot door de realisatie van het parkeerterrein nabij de voormalige Meelfabriek.

2.3 Ondernemers- en vestigingsklimaat

Met de recente ontwikkelingen is het ondernemers- en vestigingsklimaat in het centrum versterkt. Figuur 2 toont de huidige waardering van de bedrijfsomgeving door de ondernemers uit het gebied. De gemiddelde beoordeling is hierbij vergeleken met die van kernen van vergelijkbare omvang door consumenten uit de Randstad.⁶ Enerzijds zou op basis van de vestigingskeuzes van de ondernemers kunnen worden verwacht dat zij de bedrijfsomgeving positiever beoordelen dan consumenten. Anderzijds zijn zij hierdoor mogelijk meer kritisch op het functioneren van het gebied. In ieder geval blijkt dat:

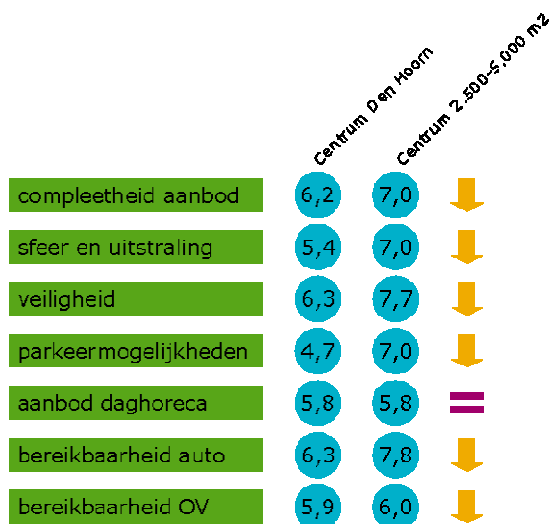
- De beoordeling van de compleetheid van het aanbod, de sfeer en uitstraling, de veiligheid, de parkeermogelijkheden, de bereikbaarheid per auto en de bereikbaarheid met OV relatief laag is;
- De beoordeling van het aanbod daghoreca zich verhoudt tot die van kernen van vergelijkbare omvang; en
- De parkeermogelijkheden, de sfeer en uitstraling, het aanbod daghoreca en de bereikbaarheid met OV gemiddeld met een onvoldoende worden beoordeeld.

⁴ Bron: I&O Research (2011), Koopstromenonderzoek Randstad 2011.

⁵ Bron: B@S Consultants (2011), Winkelontwikkeling centrum Den Hoorn.

⁶ Bron: I&O Research (2011), Koopstromenonderzoek Randstad 2011.

Figuur 2 Beoordeling van de kwaliteit van de bedrijfsomgeving in het centrum van Den Hoorn vergeleken met die van centra van vergelijkbare omvang



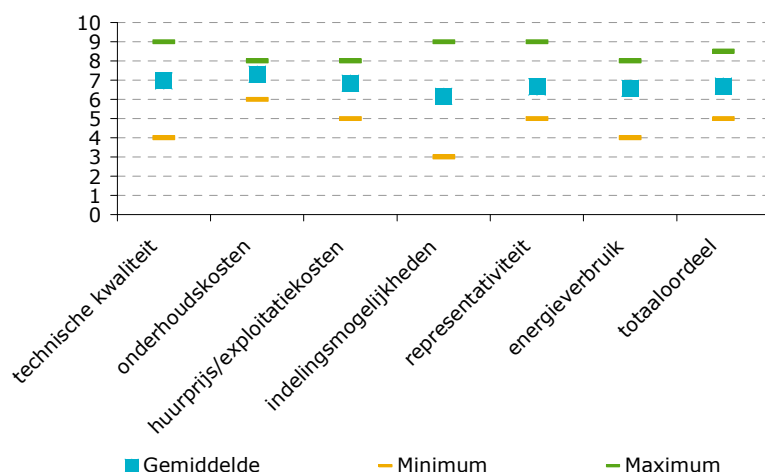
Bron: Roots Beleidsadvies o.b.v. interviews en I&O Research (2011)

Tegelijkertijd gaf meer dan de helft van de ondernemers (53%) aan dat de parkeermogelijkheden met de realisatie van het nieuwe parkeerterrein zijn verbeterd. Toch blijkt dit te weinig voor een voldoende beoordeling en kan de huidige situatie voor een belangrijk deel van de ondernemers (40%) reden zijn om in de toekomst te verhuizen. De ondernemers pleiten er dan ook voor om de parkeergelegenheid een belangrijke plaats te geven in de herinrichting van de Dijkshoornseweg en de realisatie van de nieuwe supermarkt (zie ook paragraaf 4.3).

Uiteenlopende beoordelingen van de kwaliteit van de winkelruimte

De beperkte ruimtelijke ontwikkelingen in het gebied hebben ervoor gezorgd dat veel ondernemers in Den Hoorn hun investeringen (voorlopig) uitstelden. Dit komt tot uiting in de beoordeling van de kwaliteit van de winkelruimte. Figuur 3 toont de wijze waarop de ondernemers verschillende deelaspecten beoordelen.

Figuur 3 Beoordeling van de kwaliteit van de winkelruimte in het centrum van Den Hoorn



Bron: Roots Beleidsadvies o.b.v. interviews

Uit de figuur blijkt dat het totaaloordeel voor de winkelruimte uitkomt op een 6,7. De grootste uitschieters doen zich voor bij de beoordeling van de indelingsmogelijkheden, de technische kwaliteit en de representativiteit van de winkelruimte. Vooral beperkte indelingsmogelijkheden vormen voor een deel van de ondernemers (27%) aanleiding om te willen verhuizen.

2.4 Conclusie

De uitgangspositie met betrekking tot de toekomstige economische ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn kent diverse kanten. Positieve aspecten zijn de bevolkingsgroei in de nabijgelegen wijken, de bovenlokale aantrekkingskracht op vooral consumenten uit Delft en Schipluiden, recente investeringen in de kwaliteit van de bedrijfsomgeving en de aanwezige marktruimte voor detailhandel. Negatieve aspecten zijn de in de ogen van de winkeliers achterblijvende parkeermogelijkheden en sfeer en uitstraling van het gebied.

Onzekerheid over de toekomstige ontwikkeling van het centrum heeft er bovendien toe geleid dat veel ondernemers hun investeringen uitstelden. Dit is terug te zien in sterk uiteenlopende beoordelingen van de kwaliteit van de winkelruimte. De herinrichting van de Dijkshoornseweg en de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt moeten het ondernemers- en vestigingsklimaat in het centrum van Den Hoorn een belangrijke nieuwe impuls geven.



3. Ontwikkelingsmogelijkheden

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de ontwikkelingsmogelijkheden van de detailhandel en horeca in het centrum van Den Hoorn. In paragraaf 3.2 worden trends en ontwikkelingen beschreven die de toekomstige ontwikkeling in belangrijke mate beïnvloeden. Vervolgens wordt in paragraaf 3.3 ingegaan op lokale/regionale plannen die aan zowel de vraag- als aanbodkant van invloed zijn op de ontwikkeling van het gebied. Het hoofdstuk besluit in paragraaf 3.4 met een beknopte conclusie.

3.2 Trends en ontwikkelingen

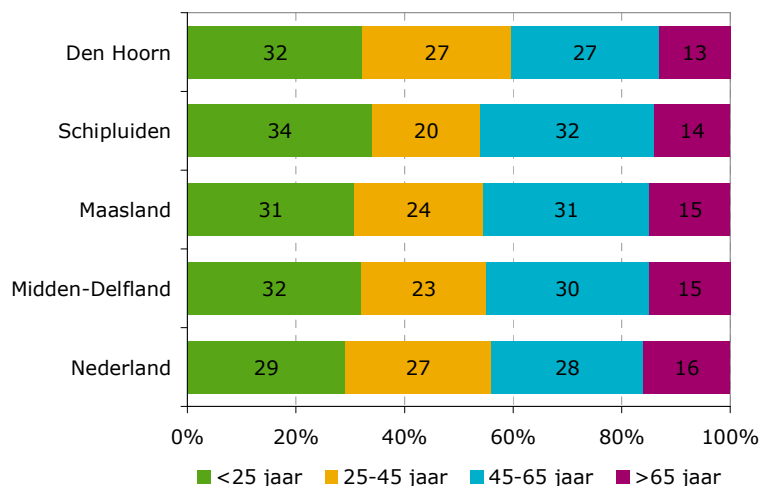
De economische ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn wordt beïnvloed door diverse trends en ontwikkelingen. In deze paragraaf wordt vooral ingegaan op de invloed van vergrijzing en het toenemende internetgebruik van consumenten. De paragraaf sluit af met de ontwikkelingen op het gebied van schaalvergroting, brancheervanging en functievervlechting.

3.2.1 Vergrijzing

In 2011 kende Nederland een recordaantal 65-plussers (bijna 2,6 miljoen) en de verwachting bestaat dat dit aantal in de komende jaren nog sterk zal toenemen. De bestedingen van 65-plussers zijn anders dan die van jongeren. De vergrijzing heeft daarom ook invloed op de vraag naar winkel- en horecaruimte.

Uit diverse studies is gebleken dat 50-plussers voor de detailhandel een interessante doelgroep vormt. Ten opzichte van jongeren bezoeken zij vaker een winkel en besteden zij meer per bezoek. Ook 65-plussers geven per definitie niet minder uit dan jongeren, maar hun bestedingen zijn wel anders. Zo blijken ouderen meer uit te geven aan levensmiddelen, terwijl jongeren meer uitgeven aan mode & luxe. Aangezien de bevolking van Den Hoorn relatief jong is (zie figuur 4), zijn de effecten van vergrijzing vooralsnog beperkt.

Figuur 4 Bevolkingsopbouw Den Hoorn, 2011



Bron: CBS (2012), bewerking Roots Beleidsadvies

Effecten van vergrijzing op het centrum van Den Hoorn

In de toekomst zal dit echter veranderen. Het aandeel 65-plussers in de bevolking neemt naar verwachting toe van 13% in 2011 tot 17% in 2025.⁷ Anderzijds neemt ook het aantal jongeren in Den Hoorn naar verwachting toe. Dit heeft vooral te maken met de verwachte vestiging van jonge gezinnen in de nieuwbouwwijken in en rond Den Hoorn.⁸ Op basis van de totale demografische ontwikkeling van Den Hoorn (van 6.550 inwoners in 2011 tot 9.000 inwoners in 2025) ligt een toename van de vraag naar winkelruimte voor de hand.⁹

Binnen die totale ontwikkeling neemt het belang van de oudere consument in Den Hoorn wel toe. De verwachting is dat het aantal 65-plussers toeneemt van 850 in 2011 tot circa 1.530 in 2025.¹⁰ 65-plussers vormen hiermee dus een steeds belangrijkere doelgroep voor de ondernemers in het dorp. Om tegemoet te komen aan de wensen van deze doelgroep verdient het aanbeveling te investeren in gemak, comfort en veiligheid. Een goede bereikbaarheid en toegankelijkheid (drempelloos) is evenals voldoende ruimte voor zitgelegenheid van groot belang om in te spelen op de behoeften van deze groep consumenten.

3.2.2 Toenemend internetgebruik van consumenten

Specifiek voor de detailhandel is het toenemend internetgebruik van grote invloed op de toekomstige (bedrijfs)economische ontwikkeling. In een periode van vijf jaar is de omzet van de Nederlandse online shopping markt met ruim € 5,5 miljard gegroeid tot bijna € 9 miljard in 2011. De verwachting is dat de online consumentenbestedingen in 2012 verder zullen stijgen tot circa € 9,8 miljard (+9% ten opzichte van de situatie in 2011).¹¹ Naar verwachting zal ook hierna het online winkelen verder toenemen en de economische ontwikkeling van veel winkelgebieden onder druk zetten.¹²

Effecten van toenemend internetgebruik op het centrum van Den Hoorn

De effecten van het toenemend internetgebruik blijken per branche sterk te verschillen. Zo zijn de online bestedingen vooral in de vrijetijdsbranches groot, maar worden dagelijkse artikelen (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) ook in de toekomst naar verwachting vooral in fysieke winkels aangeschaft.¹³ Specifiek voor Den Hoorn wordt verwacht dat de demografische ontwikkeling de invloed van het toenemende internetgebruik compenseert.¹⁴

Belangrijk is wel dat ondernemers bewust zijn van het toenemend internetgebruik van consumenten en hierop tijdig inspelen. Er zijn daarbij meerdere strategieën denkbaar. Ondernemers kunnen op de huidige voet verdergaan en de verkoop vooral via de fysieke winkel voortzetten. Deze ondernemers zullen zich zodanig van concurrenten moeten onderscheiden dat klanten speciaal voor de beleving, het

⁷ Bron: RIGO Research en Advies BV (2009), Wonen in Midden-Delfland 2009-2025.

⁸ Bron: RIGO Research en Advies BV (2009), Wonen in Midden-Delfland 2009-2025.

⁹ Bron: B@S Consultants (2011), Winkelontwikkeling centrum Den Hoorn.

¹⁰ Bron: RIGO Research en Advies BV (2009), Wonen in Midden-Delfland 2009-2025.

¹¹ Bron: Blauw Research, GfK Retail and Technology (2012), Thuiswinkel Markt Monitor.

¹² Bron: Roots Beleidsadvies en AnalyZus (2011). Winkelleegstand in 2020. Hoe internetgebruik en bevolkingsontwikkeling onze binnensteden beïnvloeden.

¹³ Bron: Roots Beleidsadvies en AnalyZus (2011), Veranderingen in koopgedrag vragen om ander winkelaanbod.

¹⁴ Het model dat ten grondslag ligt aan de publicaties van Roots Beleidsadvies en AnalyZus (2011) toont voor Den Hoorn een toename van de vraag naar winkelruimte met ruim 680 m² tot 2020. In het model is niet gecorrigeerd voor de door B@S Consultants aangegeven huidige situatie van onderaanbod in het centrum.

unieke product en/of het juiste advies naar de winkel komen. De website (en webwinkel) kunnen ondersteunend zijn aan deze strategie.

Een andere mogelijkheid is het roer om te gooien met een volledige focus op online verkoop. Dit past beter bij standaard producten waar service, garantie en advies geen noodzakelijke voorwaarden voor verkoop zijn. De fysieke winkel kan in dit geval worden benut als etalage voor de verkoop via het online kanaal. In Den Hoorn zal het in de praktijk echter vooral belangrijk zijn om onderscheidend te zijn op het gebied van de kwaliteit van producten en advies/service.

3.2.3 Schaalvergroting, branchevervaging en functievervlechting

Tenslotte heeft zich in de horeca, maar vooral in de detailhandel in de afgelopen decennia een sterke schaalvergroting voorgedaan. De schaalvergroting manifesteerde zich vooral in perifere winkelgebieden en bij supermarkten, maar deed zich ook in andere winkelgebieden en branches voor.

Het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) verwacht dat perifere concentraties blijven groeien, individuele vestigingen groter worden en kleinere centra de strijd van grotere centra verliezen.¹⁵ Deze verwachting wordt ingegeven door twee andere trends die de economische ontwikkeling van winkelgebieden beïnvloeden: branchevervaging (aanbod van branchevreemde producten) en functievervlechting (integratie van detailhandel met andere publieksfuncties als cultuur, leisure en horeca). Beide spelen in op de toenemende behoefte van consumenten aan een "totaalbeleving".

Schaalvergroting, branchevervaging en functievervlechting in Den Hoorn

Om tegemoet te komen aan die behoefte zullen winkelcentra meer dan nu nadruk moeten leggen op het worden van een "place to be", een plek waar mensen naar toe gaan vanwege het specifieke/brede aanbod en de gezellige sfeer. De beoordelingen van de compleetheit van het aanbod en de sfeer en uitstraling (zie figuur 2, paragraaf 2.3) maken duidelijk dat op dit punt in Den Hoorn nog veel kan worden gewonnen. Anderzijds voorziet het centrum ook in de behoeften van de zogenaamde doelgerichte consument. Om te voorzien in de behoeften van die consument is vooral het optimaliseren van de bereikbaarheid en de parkeergelegenheid in het centrum van groot belang. De beoordelingen op deze deelaspecten laten zien dat ook op dat gebied nog veel in het centrum van Den Hoorn kan worden gewonnen.

3.3 Plannen en initiatieven

Naast de hiervoor aangegeven macro-economische trends en ontwikkelingen wordt de ontwikkeling van het centrum in Den Hoorn ook beïnvloed door lokale/regionale plannen en initiatieven. Eerst zal worden ingegaan op de belangrijkste ontwikkelingen aan de vraagkant. Vervolgens worden de belangrijkste ontwikkelingen aan de aanbodkant uiteengezet.

3.3.1 Ontwikkelingen aan de vraagkant

Zoals reeds in paragraaf 3.2 is aangegeven, wordt voor Den Hoorn in de komende jaren een bevolkingsgroei verwacht. Dit is mede gebaseerd op de (forse) woningbouwplannen van de Gemeente Midden-Delfland. In haar woonvisie spreekt de gemeente de ambitie uit om in de periode 2009-2025 de totale woningvoorraad uit te

¹⁵ Bron: Planbureau voor de leefomgeving (2009), Ruimtelijke ontwikkelingen in het stedelijk gebied.

breiden met ca. 1.220 woningen.¹⁶ Het merendeel hiervan zal in Den Hoorn worden gerealiseerd. Momenteel spelen in en rond Den Hoorn de volgende (harde) woningbouwplannen (zie ook figuur 5):

- Hoopolder, Gemeente Midden-Delfland: realisatie van 220 nieuwe woningen;
- Lookwest-Noord, Gemeente Midden-Delfland: realisatie van ca. 300 woningen;
- Harnaschpolder, Gemeenten Delft en Midden-Delfland: realisatie van ca. 1.300 woningen; en
- Rijswijk-Zuid, Gemeente Rijswijk: realisatie van ca. 4.000 woningen.

Figuur 5 Woningbouwplannen in de directe omgeving van het centrum van Den Hoorn



Bron: Nirov (2010), bewerking Roots Beleidsadvies

Naast deze harde plannen zal er in de toekomst in de directe omgeving van Look-West en -Noord nog een locatie worden aangewezen voor de bouw van ongeveer 200 woningen en zullen er -gekoppeld aan de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt- ook nieuwe woningen in het centrum van Den Hoorn worden gerealiseerd.

Effecten van genoemde ontwikkelingen aan de vraagkant

De reeds geplande en toekomstige woningbouwontwikkelingen zorgen voor een forse uitbreiding van het draagvlak van het centrum van Den Hoorn. Naar verwachting zal Den Hoorn het aantal inwoners tussen 2009 en 2020 zien toenemen met circa 2.000 (+31%) en tot 2025 met circa 2.450 (+37%). In 2025 komt het totale inwonertal van Den Hoorn uit op circa 9.000.

Aan de hand van een distributieplanologische berekening is door B@S Consultants (2011) een inschatting gemaakt van de aanwezige marktruimte in het centrum.¹⁷ Bij de berekening van de marktruimte in 2020 zijn twee scenario's gehanteerd:

1. Uitbreiding van het draagvlak tot 8.600 inwoners en het behoud van de huidige verzorgingsfunctie (koopkrachtbinding en -toevloeiing blijven gelijk); en
2. Uitbreiding van het draagvlak tot 8.600 inwoners en opschaling verzorgingsfunctie naar bovenlokaal (koopkrachtbinding en -toevloeiing nemen toe).

¹⁶ Bron: RIGO Research en Advies BV (2010), Woonvisie Midden-Delfland 2010-2025.

¹⁷ Zie B@S Consultants (2011), Winkelontwikkeling centrum Den Hoorn.

Uit de distributieplanologische berekening blijkt dat er in de dagelijkse sector tot 2020 -afhankelijk van het gehanteerde scenario- een marktruimte aanwezig is van 760 tot 1.080 m² winkelvloeroppervlak (wvo). In de niet-dagelijkse sector is er een marktruimte aanwezig van 1.630 tot 2.670 m² wvo. B@S Consultants geeft echter aan dat de marktruimte in de niet-dagelijkse sector vanwege (grote) onzekerheden in de berekening slechts als een indicatie moet worden gelezen.

In ieder geval geeft de distributieplanologische berekening van B@S Consultants aan dat de forse woningbouwplannen in de directe omgeving van het centrum een (eveneens) forse uitbreiding van winkelruimte in Den Hoorn rechtvaardigt. Uit de analyse kan verder worden geconcludeerd dat er behoefte bestaat aan de volgende type winkels:

- Kleding & Mode;
- Schoenen & Lederwaren;
- Huishoudelijke- en Luxe artikelen (Blokker, Marskramer, Action);
- Media (Bruna, Read Shop);
- Doe-Het-Zelf (Deco Home); en
- Wonen.

Een combinatie van bovenstaande branches in een (dorps)warenhuis (bijvoorbeeld een HEMA) zou voor de nodige trekkracht kunnen zorgen, aldus B@S Consultants.

3.3.2 Ontwikkelingen aan de aanbodkant

De bovenlokale functie van het centrum, zoals beschreven in paragraaf 2.2, maakt dat het functioneren van het gebied in relatie tot het functioneren van omliggende winkelgebieden moet worden gezien. De belangrijkste winkelconcentraties in de directe omgeving zijn (op volgorde van grootte);

- Winkelcentrum In de Bogaard, Gemeente Rijswijk: 59.560 m² wvo;
- Binnenstad Delft, Gemeente Delft: 54.960 m² wvo;
- Winkelcentrum In de Hoven, Gemeente Delft: 18.320 m² wvo;
- Centrum De Lier, Gemeente Westland: 5.680 m² wvo;
- Winkelcentrum Lage Veld, Gemeente Den Haag: 3.230 m² wvo;
- Winkelcentrum West (Van Foreestweg), Gemeente Delft: 2.140 m² wvo; en
- Winkelcentrum Verdiplein, Gemeente Delft: 1.360 m² wvo.

Eén van de ontwikkelingen in de regio die van invloed is op het functioneren van het centrum van Den Hoorn betreft de *uitbreiding* van *Winkelcentrum In de Hoven*. In 2005 heeft Van der Vorm Vastgoed (eigenaar van de Hovenpassage) een ontwikkelingsovereenkomst gesloten met de gemeente Delft over de herontwikkeling en uitbreiding van dit winkelcentrum. De plannen behelzen de verplaatsing van 4.500 m² bvo van de Papsouwse laan naar de Hovenpassage en de toevoeging van 3.000 m² bvo aan nieuwe winkelruimte. Ook wordt volgens deze plannen 1.500 m² bvo aan nieuwe aanvullende commerciële functies zoals horeca en zakelijke dienstverlening gecreëerd.¹⁸ Aan de zuidkant van het winkelcentrum zijn daarnaast plannen om de huidige Albert Heijn met circa 1.600 m² uit te breiden tot een AH XL van circa 3.500 m². Met de bovenstaande plannen komt de totale uitbreiding uit op circa 4.000 m² wvo.¹⁹ Wanneer de uitbreiding van Winkelcentrum In de Hoven precies plaatsvindt, is op het moment van schrijven nog onbekend.

¹⁸ Bron: B@S Consultants (2009), Notitie Marktruimte In de Hoven Delft.

¹⁹ Bron: Gemeente Delft (2012), Nota Detailhandel Delft 2012-2020, versie maart 2012.

Een andere belangrijke ontwikkeling betreft de mogelijke *uitbreiding* van *Winkelcentrum West* (Van Foreestweg). Met deze uitbreiding wordt ingespeeld op de toekomstige ontwikkeling van de Harnaschpolder. Het gaat hierbij primair om de uitbreiding van de Plus Van Foreestweg, maar er bestaan ook plannen voor een meer grondige herstructurering van het gebied.²⁰ Op dit moment bestaat het dagelijkse aanbod van Winkelcentrum West uit een Plus supermarkt (950 m² wvo), twee bakkers, twee minisupers, een slager, een slijter, een apotheek en een drogist. Het niet-dagelijks aanbod bestaat uit een bloemist, twee rijwielzaken, een meubelzaak en een winkel voor zonwering. Buiten de detailhandel is in het winkelcentrum ook horeca (snackbar, café, bezorg/afhaal) en dienstverlening (drie kappers, schoonheidssalon, stomerij, uitzendbureau en een financieel intermediair) aanwezig.

Tenslotte is een belangrijke ontwikkeling de realisatie van een *nieuw buurtwinkelcentrum* in *Rijswijk-Zuid*. Gedacht wordt aan een omvang van 3.000 tot 5.000 m² wvo. De ontwikkeling is primair ondersteunend aan het woningbouwprogramma van circa 4.000 woningen, waarbij de voorzieningen vooral zullen worden geconcentreerd in 't Haantje (locatie nabij de spoorlijn, anticiperend op een eventuele aanleg van Station Rijswijk-Zuid). In de ontwikkeling wordt gedacht aan een zelfstandige winkelvoorziening met voornamelijk dagelijks aanbod.²¹ Indicatief kan rekening worden gehouden met circa 4.250 m² wvo, waarvan 2.250 m² dagelijks (full service supermarkt van 1.250-1.500 m² supermarkt en 750-1.000 m² overig dagelijks) en 2.000 m² niet-dagelijks (waarvan 750 m² frequent benodigd, zoals huishoudelijk/klein warenhuis, bloemist, dierenspeciaalzaak en 1.250 m² overig niet-dagelijks).²²

Effecten van genoemde ontwikkelingen aan de aanbodkant

De in deze paragraaf aangegeven aanbodontwikkelingen maken dat het centrum van Den Hoorn (ook) in de toekomst veel concurrentie ondervindt van nabijgelegen winkelcentra. Bovendien geven de ontwikkelingen aan dat de woningtoevoegingen in de directe omgeving van het centrum niet direct een uitbreiding van het draagvlak voor voorzieningen in Den Hoorn betekent. In tegendeel, op het moment dat de winkels die worden toegevoegd ook een bovenlokale functie gaan vervullen, neemt de concurrentie voor het centrum van Den Hoorn per saldo toe. Het is dan ook zaak om toekomstige uitbreidingen in de regio goed op elkaar af te stemmen. Met name een integrale visie op de uitbreidingen van het winkelaanbod in Winkelcentrum West (Van Foreestweg), Rijswijk-Zuid en het centrum van Den Hoorn is gewenst. In ieder geval maken de geplande uitbreidingen een sterke toename van koopkrachttoevloeiing naar het centrum van Den Hoorn onaannemelijk.

3.4 Conclusie

In dit hoofdstuk is ingegaan op de ontwikkelingsmogelijkheden van de detailhandel en horeca in het centrum van Den Hoorn. Enerzijds worden die mogelijkheden bepaald door macro-economische trends als vergrijzing, toenemend internetgebruik, schaalvergroting, branchevervaging en functievervlechting. Anderzijds worden de ontwikkelingsmogelijkheden bepaald door lokale/regionale plannen aan zowel de vraag- als aanbodkant. Per saldo maakt de demografische ontwikkeling van Den Hoorn dat er in de toekomst een toename van de vraag naar winkelruimte kan worden verwacht. Qua type winkels zal er onder invloed van de demografische

²⁰ Bron: Gemeente Delft (2012), Nota Detailhandel Delft 2012-2020, versie maart 2012.

²¹ Bron: Gemeente Rijswijk (2010), Economische visie 2010-2018. 'Vernieuwen en profileren'.

²² Bron: Bureau Stedelijke Planning (2010), Detailhandelsvoorzieningen Rijswijk-Zuid.

ontwikkeling en het toenemend internetgebruik wel een verandering in de vraag plaatsvinden.

Aangezien de woningbouwtoevoegingen in de directe omgeving van Den Hoorn in het algemeen vergezeld gaan van een hiermee gelijke tred houdende toevoeging van winkels, verwacht Roots Beleidsadvies dat de huidige (bovenlokale) functie van het centrum in Den Hoorn moeilijk kan worden uitgebreid. De uitbreidingsbehoefte zal dan ook primair voortkomen uit de bevolkingsontwikkeling die Den Hoorn zelf doormaakt. Uit de distributieplanologische berekening van B@S Consultants blijkt dat hierbij rekening moet worden gehouden met een marktruimte voor de dagelijkse sector van 760 m² wvo tot 2020. Voor de niet-dagelijkse sector gaat het om een marktruimte van 1.630 m² wvo tot 2020. Naast de behoefte aan uitbreiding van de supermarkt bestaat naar verwachting behoefte aan de volgende type winkels:

- Kleding & Mode;
- Schoenen & Lederwaren;
- Huishoudelijke- en Luxe artikelen (Blokker, Marskramer, Action);
- Media (Bruna, Read Shop);
- Doe-Het-Zelf (Deco Home); en
- Wonen.



4. Toekomstvisie

4.1 Inleiding

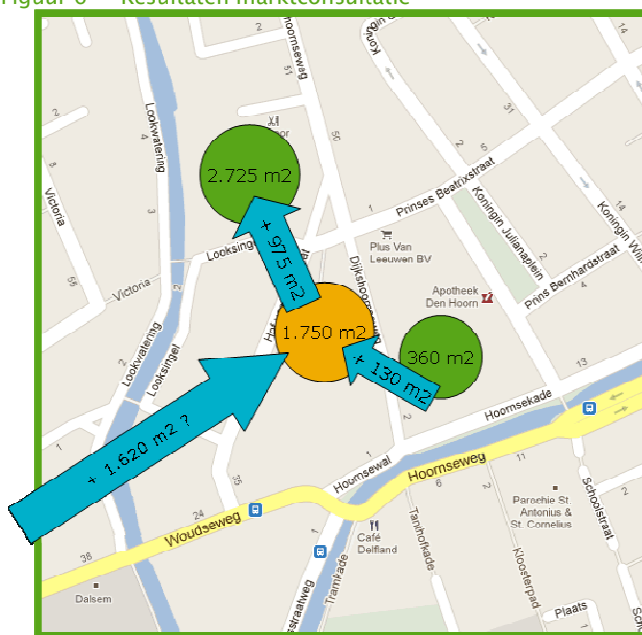
In dit hoofdstuk zal de toekomstvisie op het centrum van Den Hoorn worden uiteengezet. In paragraaf 4.2 wordt eerst ingegaan op de resultaten van de marktconsultatie onder de winkeliers van Den Hoorn. Vervolgens beschrijft paragraaf 4.3 de acties die de ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn (kunnen) versterken. In deze paragraaf wordt achtereenvolgens ingegaan op de herinrichting van de Dijkshoornseweg, de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt, de ontwikkeling van het horecaplein en overige acties. Het hoofdstuk besluit in paragraaf 4.4 met een beknopte conclusie.

4.2 Resultaten marktconsultatie

Met behulp van interviews met ondernemers uit het gebied (zie Bijlage B voor een overzicht) is de uitbreidingsbehoefte van winkeliers in Den Hoorn in kaart gebracht. Uit de analyse blijkt dat 11 van de 15 geïnterviewde winkeliers in de komende vijf jaar wil uitbreiden. Daarnaast wil één winkelier -indien mogelijk- inkrimpen op de huidige locatie en hebben drie winkeliers zowel geen uitbreidings- als inkrimpingsplannen. Per saldo komt de totale uitbreidingsbehoefte in het centrum uit op 1.105 m² wvo (excl. horeca en rijwielen²³).

Vervolgens is de winkeliers gevraagd wat de toe-/afname aan behoefte aan winkelruimte betekent voor hun besluitvorming tot eind 2017. Figuur 6 geeft een samenvattend overzicht van de gegeven antwoorden.

Figuur 6 Resultaten marktconsultatie



Bron: Roots Beleidsadvies o.b.v. interviews

²³ De plannen van Rijwielspecialist Paul Willemsen zijn buiten het overzicht gehouden, aangezien hij plannen heeft om buiten het centrum van Den Hoorn uit te breiden.

Uit de figuur blijkt dat:

- Winkeliers die nu in het centrum van Den Hoorn gebruik maken van 2.110 m² wvo (1.750 m² plus 360 m²) een uitbreidingsbehoefte hebben van 1.105 m² wvo (975 m² plus 130 m²).
- Deze winkeliers bij elkaar zorgen voor een behoefte aan 2.725 m² wvo op de nieuwe supermarktllocatie en 490 m² wvo (360 m² plus 130 m²) op de Dijkshoornseweg.
- Met dit laatste slechts 130 m² wvo van de achterblijvende 1.750 m² wvo in de Dijkshoornseweg wordt ingevuld door winkeliers uit Den Hoorn.
- Als op de te ontwikkelen nieuwe supermarktllocatie tegemoet wordt gekomen aan de uitbreidingsplannen van de winkeliers circa 1.620 m² wvo van buiten Den Hoorn moet worden aangetrokken om leegstand in de Dijkshoornseweg te voorkomen.

Implicaties voor de ontwikkeling van de nieuwe supermarktllocatie

Het meest recente plan voor de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt (figuur 7) voorziet in de ontwikkeling van circa 1.800 m² bvo supermarkt, circa 800 m² bvo dagwinkels en 74 appartementen. Met deze ontwikkeling zou grofweg tegemoet worden gekomen aan de huidige behoefte van winkeliers die verplaatsing naar de nieuwe supermarktllocatie overwegen. Deze winkeliers hebben in totaal immers een behoefte aan 2.725 m² wvo.

Figuur 7 Plan 'Van der Goes II' (begane grond), 2008



Bron: Architectenburo Van der Goes (2008)

Anderzijds is het de vraag in hoeverre de achterblijvende vierkante meters winkelruimte in de Dijkshoornseweg (kunnen) worden ingevuld als op de nieuwe supermarktllocatie geheel tegemoet wordt gekomen aan de behoefte van de winkeliers die nu verplaatsing naar de nieuwe supermarkt overwegen. Op het moment dat hieraan tegemoet wordt gekomen en winkelruimten aan de Dijkshoornseweg *niet* worden getransformeerd in woningen, zal namelijk 1.620 m² wvo van buiten Den Hoorn moeten worden aangetrokken. De totale uitbreiding van het centrum komt hiermee uit op 2.725 m² wvo (1.620 m² plus 975 m² plus 130 m²).

In het vorige hoofdstuk werd geconcludeerd dat de totale marktruimte tot 2020 in het centrum van Den Hoorn circa 2.390 m² wvo betreft (760 m² dagelijks plus 1.630 m² niet-dagelijks). Hiermee resteert een 'gat' van 335 m² wvo (2.725 m² minus 2.390 m²). Om dit gat en daarmee (te) sterke onderlinge concurrentie en/of

leegstand te voorkomen, is het voor te stellen de nieuwe supermarktlocatie een omvang van maximaal 2.390 m² wvo te laten hebben. Uiteindelijk zal Gemeente Midden-Delfland in overleg met de ontwikkelende partij moeten besluiten welke omvang de nieuwe supermarktlocatie precies heeft. Uiteraard is het hierbij ook van belang of de locatie met een omvang van maximaal 2.390 m² wvo rendabel kan worden geëxploiteerd.

4.3 Acties ter versterking van het centrum

Er zijn diverse acties geformuleerd om de economische ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn te stimuleren. In deze paragraaf wordt achtereenvolgens ingegaan op de herinrichting van de Dijkshoornseweg, de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt, de ontwikkeling van het horecaplein en overige acties. Bij deze laatste acties gaat het vooral om ideeën die tijdens de interviews zijn geopperd.

4.3.1 Herinrichting van de Dijkshoornseweg

Gemeente steunt ondernemersinitiatief om Dijkshoornseweg aan te pakken

Met het vaststellen van de Visie centrum Den Hoorn op 31 januari 2012 werd tegemoet gekomen aan de handreiking van de winkeliers om op korte termijn de Dijkshoornseweg aantrekkelijker te maken. Het College gaf aan dat de inspraakreactie op de concept visie hen het vertrouwen gaf dat de ondernemers bereid zijn mee te denken en te investeren in een sterke winkelstraat. Het College van B&W heeft daarop de planning in de definitieve versie van de visie aangepast. De ontwikkeling van de Dijkshoornseweg is nu opgenomen vanaf 2012 in plaats van vanaf 2016.²⁴

Planning gericht op uitvoering begin 2013

In de afgelopen maanden zijn diverse bureaus gevraagd offerte uit te brengen voor de herinrichting van de Dijkshoornseweg. Inmiddels zijn hiervan drie bureaus geselecteerd die op 8 mei jl. presentaties gaven over hun aanpak met betrekking tot de herinrichting. Voor de zomer wordt een bureau geselecteerd om in samenwerking met gemeente, ondernemers en bewoners de herinrichting verder vorm te geven. Het definitieve plan moet eind oktober gereed zijn, waarna in november formele besluitvorming in de gemeenteraad plaatsvindt. Bij een positief besluit zal z.s.m. het bestek worden vervaardigd, zodat de uitvoering begin 2013 kan starten.

Elementen in het op te stellen herinrichtingsplan

Ten behoeve van het maken van het voorstel hebben de drie bureaus de resultaten van een enquête onder bewoners en ondernemers ontvangen, die is gehouden om de wensen ten aanzien van de toekomstige inrichting van de Dijkshoornseweg te inventariseren. Uit de enquête kwamen een aantal zaken duidelijk naar voren:

- Ondernemers en bewoners zien graag een Dijkshoornseweg met een dorps karakter, ofwel een straat met een warme, uitnodigende nieuwe inrichting;
- Ondernemers en bewoners wensen een goede, gedragen parkeeroplossing voor zowel bezoekers als bewoners/winkeliers;
- Ondernemers en bewoners zien graag minder auto's in de straat;
- Ondernemers en bewoners zien graag een goede oplossing voor de afvoer van regenwater; en
- Ondernemers en bewoners wensen veel aandacht voor groen in de straat.

²⁴ Bron: Gemeente Midden-Delfland (2012), Visie centrum Den Hoorn; Uitkijk komende vijf jaar en verder.

Om de herinrichting vorm te geven, stelden alle drie bureaus een participatieproces voor waarin ondernemers en bewoners een belangrijke rol vervullen. De totale herinrichting zal uiteindelijk voor een bedrag van € 390.000,- worden uitgevoerd. Figuur 8 toont de eerste ideeën van twee van de drie geselecteerde bureaus.²⁵

Figuur 8 Ideeën ten aanzien van de herinrichting van de Dijkshoornseweg



Bron: Kuiper Compagnons (l) en Franz_Ziegler (r)

4.3.2 Ontwikkeling van de nieuwe supermarkt

Een lange voorgeschiedenis van plannen maken

In hoofdstuk 2 werd al aangegeven dat de beperkte ruimtelijke ontwikkeling in het verleden ervoor heeft gezorgd dat veel ondernemers in het centrum van Den Hoorn hun investeringen uitstelden. Dit heeft vooral ook te maken met de jarenlange onzekerheid omtrent de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt. De eerste plannen en ideeën hierover dateren al uit de jaren '90, waarna in 2001 in samenspraak met bewoners en ondernemers een globale ontwikkelingsrichting werd vastgesteld.²⁶ Na inspraak werd deze visie in 2002 definitief gemaakt²⁷, maar door jarenlange juridische procedures is het tot op heden niet tot uitvoering gekomen.

De uitspraak van de rechtbank op 7 juli 2010 en het opheffen van beslagen maakt dat de Gemeente Midden-Delfland weer de regie voert over de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt.²⁸ De Gemeente Midden-Delfland heeft daarom een nieuw Distributie Planologisch Onderzoek (DPO) laten uitvoeren en gesprekken gevoerd met marktpartijen die gespecialiseerd zijn in de ontwikkeling van winkelvastgoed. Op basis hiervan heeft de Gemeente Midden-Delfland geconcludeerd dat er voldoende uitbreidingsruimte is en dat de markt bereid is te investeren in een nieuw winkelcentrum in Den Hoorn.²⁹

Supermarkt centrale spil in gemeentelijke visie op centrum Den Hoorn

In de recent door de Gemeente Midden-Delfland vastgestelde "Visie centrum Den Hoorn" wordt aangegeven dat de nieuwe locatie van de supermarkt een centrale rol speelt in de toekomstige ontwikkeling van het centrum. De positionering van de nieuwe supermarkt bepaalt in belangrijke mate de toekomstige winkelstructuur, de noodzakelijke ontsluitingsstructuur en de omvang van de te ontwikkelen parkeer-

²⁵ De drie geselecteerde bureaus zijn Kuiper Compagnons, DN Urbland en Franz_Ziegler. In de presentaties op 8 mei 2012 hadden Kuiper Compagnons en Franz_Ziegler alvast enkele ideeën ten aanzien van de herinrichting visueel uitgewerkt.

²⁶ Zie BRO (2001), Masterplan Den Hoorn.

²⁷ Zie BRO (2002), Centrumplan Den Hoorn; Aanvulling Masterplan n.a.v. reacties inspraak.

²⁸ Bron: Gemeente Midden-Delfland (2011), Plan van aanpak centrum Den Hoorn.

²⁹ Bron: Gemeente Midden-Delfland (2011), Plan van aanpak centrum Den Hoorn.

faciliteiten.³⁰ De locatie op de hoek van de Dijkshoornseweg, de Hof van Delftstraat en de Looksingel is aangewezen als de meest voor de hand liggende locatie voor de nieuwe supermarkt (figuur 9), aangezien deze centraal ligt, aansluit bij de bestaande winkelstructuur en voldoende ruimte biedt.

Figuur 9 Fasering van de gewenste centrumontwikkeling en ligging van de supermarkt*



Bron: Gemeente Midden-Delfland (2012)

* de supermarkt zal worden ontwikkeld in het gebied waarbij de fasering '2012-2015' is aangegeven.

Met de positionering van de supermarkt krijgt het dorpse pleintje op de kruising van de Dijkshoornseweg, Looksingel en de Hof van Delftstraat een belangrijke betekenis als winkelhart. Op dit moment is deze kruising een belangrijk knelpunt in de ontsluiting van Den Hoorn. Er zal daarom nadrukkelijk gekeken moeten worden op welke manier het centrum ontsloten kan/moet worden en hoe het doorgaande verkeer via deze kruising kan worden beperkt. In de toekomst zal het winkelend publiek in ieder geval moeten samengaan met doorgaand autoverkeer, fietsverkeer en parkeren.

Visie van de ondernemers op de ontwikkeling van het gebied

In de interviews met de ondernemers uit het gebied (zie Bijlage B voor een overzicht) blijkt dat zij vooral duidelijkheid wensen ten aanzien van de toekomstige invulling van het gebied. De ondernemers roepen daarbij zowel Gemeente Midden-Delfland als ontwikkelaar G.A.M. van Leeuwen op om de strijdbijl te begraven en te bespreken hoe de nieuwe supermarktlocatie kan worden ontwikkeld.

Randvoorwaarden waaraan de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie volgens de ondernemers moet voldoen zijn:

- Maak het winkelcentrum niet te groot. Zorg ervoor dat de ontwikkeling door de markt kan worden gedragen en probeer eventuele leegstand in de Dijkshoornseweg zo veel mogelijk te beperken.

³⁰ Bron: Gemeente Midden-Delfland (2012), Visie centrum Den Hoorn; Uitkijk komende vijf jaar en verder.

- Zorg voor een goede bereikbaarheid en voldoende (gratis) parkeergelegenheid bij de supermarkt. Goede bereikbaarheid en gratis parkeren zijn belangrijke aspecten waarop het centrum van Den Hoorn zich van omliggende (winkel)centra kan onderscheiden.
- Laat het gewenste dorpse karakter van de Dijkshoornseweg ook terugkomen in de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie. Zorg in de openbare ruimte voor een duidelijke verbinding met de heringerichte Dijkshoornseweg en creëer een aantrekkelijke omgeving waarin consumenten voor langere tijd willen verblijven (bankjes, groen, etc.).
- Ontwikkel een plein dat geschikt is voor het houden van evenementen en jaar-rond beschikt over speelvoorzieningen voor kinderen.
- Geef ondernemers uit Den Hoorn eerste keus bij vestiging in de nieuwe locatie en zorg voor reële huurprijzen (niet te grote verschillen met de huidige huurprijzen in de Dijkshoornseweg).

Daarnaast geven de ondernemers aan dat de ontwikkeling van het centrum vanuit een integrale visie dient te worden benaderd. Hierin speelt de herinrichting van de Dijkshoornseweg een cruciale rol. Met een opgewaardeerde Dijkshoornseweg kan de nieuwe supermarkt goed met het horecaplein (zie paragraaf 4.3.3) worden verbonden en krijgt het centrum van Den Hoorn als geheel een belangrijke impuls.

Figuur 10 Sfeerimpressie van de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie



Bron: Gemeente Midden-Delfland (2012)

4.3.3 Ontwikkeling van het horecaplein

Gemeentelijke visie op de ontwikkeling van de Gaag

Parallel aan de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie zal volgens de "Visie centrum Den Hoorn" aan de Gaag een horecaplein worden ontwikkeld. In genoemde visie wordt de ambitie uitgesproken om het doorgaande verkeer van de Hoornseweg te verplaatsen naar de Hooipolderweg en de Harnaschdreef, waardoor rond het water (weer) interessante mogelijkheden voor horeca ontstaan. Op die manier wordt het centrum van Den Hoorn ook onderdeel van de doorgaande recreatieve route tussen Schipluiden en het centrum van Delft en kan het profiteren van het recreatieve verkeer van wandelaars, fietsers en mogelijk zelfs bootjes.

Huidige situatie en opgave

In de huidige situatie is genoemde locatie al een concentratie van horeca. Met de opwaardering van het plein voor Plaza de Pitstop is bovendien recent een stap in de richting van de gewenste uitstraling van het gebied gezet. Met de voorgenomen uitbreiding van Plaza de Pitstop, de herontwikkeling van Café Delfland en de herinrichting van de Dijkshoornseweg (mogelijk tot aan de kade van de Gaag) zal het gebied ook in de nabije toekomst een impuls krijgen. Recent heeft Restauro haar

visie op het Gaagplein aan de Erfgoed commissie van de Gemeente Midden-Delfland gepresenteerd.³¹ In die visie ontvouwt zich aan beide zijden van de Gaag een plein waar langs de randen zowel horeca als bedrijven in de plint gevestigd zijn. Het huidige niveau van de bebouwing aan de Hoornseweg en de Hoornsewal zal hiervoor moeten worden afgevlakt, zodat het plein overzichtelijk wordt en de pleinwanden aan alle zijden gelijkwaardig zijn.

Met betrekking tot de ontwikkeling van het totale centrum is het van belang dat op de nieuwe supermarktlocatie geen of slechts in zeer beperkte mate mogelijkheden voor vestiging van horeca worden gecreëerd. Anders zou dit de ontwikkeling van het horecaplein aan de Gaag kunnen schaden.

Figuur 11 Sfeerimpressie van de ontwikkeling van het horecaplein



Bron: Gemeente Midden-Delfland (2012)

4.3.4 Overige acties

Naast de hiervoor beschreven uitbreidingen van het aanbod en investeringen in de openbare ruimte zijn er andere acties die kunnen worden ondernomen om de economische ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn te stimuleren.

Investeren in de kwaliteit van het vastgoed

In de eerste plaats verdient het aanbeveling om de investeringen in de openbare ruimte vergezeld te laten gaan met investeringen in het aanpalende vastgoed. Met betrekking tot deze actie ligt de verantwoordelijkheid voor uitvoering primair bij de vastgoedeigenaren en in mindere mate bij de winkeliers (meer signalerend). De investeringen in de openbare ruimte (met name in de Dijkshoornseweg, maar ook bij de nieuwe supermarkt en het horecaplein) zullen meer effectief zijn als ook de uitstraling van het vastgoed wordt verbeterd. Hopelijk kan de gemiddelde beoordeling van de sfeer en uitstraling (5,4; zie paragraaf 2.3) hiermee worden verhoogd.

Koppeling aan profilering als cittaslow gemeente

Ook biedt de profilering van Midden-Delfland als cittaslow³² gemeente kansen voor de ondernemers in het centrum van Den Hoorn als het gaat om de positionering in de regio. Deze kansen worden door veel ondernemers vooralsnog echter niet gezien. Het is dan ook zaak om de bekendheid van cittaslow in Den Hoorn te vergroten en als Gemeente Midden-Delfland aan te geven welke kansen er zijn als het gaat om de koppeling aan de profilering van Midden-Delfland als cittaslow gemeente. In de interviews werden hiervoor alvast de volgende mogelijkheden geopperd:

³¹ Zie Restauro (2012), Entree van Den Hoorn. Visie op het Gaagplein.

³² Cittaslow is het internationale keurmerk voor gemeenten die op het gebied van leefomgeving, landschap, streekproducten, gastvrijheid, milieu, infrastructuur, cultuurhistorie en behoud van identiteit tot de top behoren. Zie <http://www.cittaslow-nederland.nl/> voor meer informatie.

- Dorps karakter in winkels terug laten komen en een hoog niveau van service en kwaliteit van producten bieden.
- Persoonlijke betrokkenheid en ambachtelijkheid als kernwaarden hanteren in de profilering naar klanten.
- Lokale producten aanbieden en mogelijk bepaalde type (kleinschalige) winkels toevoegen.
- De zichtbaarheid van groen in de openbare ruimte vergroten.

Continu werken aan het imago en het onderscheidend vermogen

Aangezien er in de toekomst in de directe omgeving van het centrum van Den Hoorn diverse ontwikkelingen aan de vraag- en aanbodkant plaatsvinden (zie ook paragraaf 3.3) is het belangrijk om het centrum duidelijk ten opzichte van omliggende (winkel)centra te positioneren. Voor een goede marketing van het gebied is het belangrijk om te weten hoe bezoekers het centrum op dit moment beoordelen en op basis waarvan deze beoordeling tot stand komt.³³ Vervolgens kan er met behulp van gerichte marketing worden gewerkt aan het imago van de kern.

Met betrekking tot de marketing van het centrum ligt een koppeling aan de profilering van Midden-Delfland als cittaslow gemeente voor de hand. In ieder geval is het belangrijk om bewust te zijn van de diverse ontwikkelingen in de directe omgeving en hierop tijdig te anticiperen. Mogelijk kan in de toekomst met behulp van collectieve financiering ook structureel aan de marketing van het gebied worden gewerkt. Hiervoor zullen echter eerst de mogelijkheden moeten worden verkend.

4.4 Conclusie

In de toekomstige ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn speelt de realisatie van de nieuwe supermarkt een cruciale rol. De positionering van de nieuwe supermarkt bepaalt in belangrijke mate de toekomstige winkelstructuur, de noodzakelijke ontsluitingsstructuur en de gewenste kwaliteit/kwantiteit van de te ontwikkelen parkeervoorzieningen. De wensen van de winkeliers m.b.t. de nieuwe locatie zijn:

- Maak het winkelcentrum niet te groot. Zorg ervoor dat de ontwikkeling door de markt kan worden gedragen en probeer eventuele leegstand in de Dijkshoornseweg zo veel mogelijk te beperken.
- Zorg voor een goede bereikbaarheid en voldoende (gratis) parkeergelegenheid bij de supermarkt. Goede bereikbaarheid en gratis parkeren zijn belangrijke aspecten waarop het centrum van Den Hoorn zich van omliggende (winkel)centra kan onderscheiden.
- Laat het gewenste dorpse karakter van de Dijkshoornseweg ook terugkomen in de ontwikkeling van de nieuwe supermarktllocatie. Zorg in de openbare ruimte voor een duidelijke verbinding met de heringerichte Dijkshoornseweg en creëer een aantrekkelijke omgeving waarin consumenten voor langere tijd willen verblijven (bankjes, groen, etc.).
- Ontwikkel een plein dat geschikt is voor het houden van evenementen en jaarrond beschikt over speelvoorzieningen voor kinderen.
- Geef ondernemers uit Den Hoorn eerste keus bij vestiging in de nieuwe locatie en zorg voor reële huurprijzen (niet te grote verschillen met de huidige huurprijzen in de Dijkshoornseweg).

De marktconsultatie onder winkeliers geeft samen met de uitkomsten van de distributieplanologische berekening van B@S Consultants (2011) inzicht in het gewenste winkelvloeroppervlak (wvo) in de nieuwe locatie. Hieruit blijkt dat een omvang van

³³ Zie voor meer informatie over de wijze waarop de marketing in een gemeente idealiter wordt vormgegeven: Bal, G.J. (2007), Themabericht 2007/32; Handvatten voor effectief citymarketingbeleid.

maximaal 2.390 m² wvo gewenst is om (te) sterke onderlinge concurrentie en/of leegstand in de Dijkshoornseweg te voorkomen. Gemeente Midden-Delfland zal in overleg met de ontwikkelende partij moeten besluiten welke omvang de nieuwe supermarktllocatie uiteindelijk heeft. Uiteraard is het hierbij ook van belang of de locatie met een omvang van maximaal 2.390 m² wvo rendabel kan worden geëxploiteerd.

De winkeliers in het gebied geven in ieder geval aan dat de ontwikkeling van het centrum vanuit een integrale visie dient te worden benaderd. In deze visie speelt de herinrichting van de Dijkshoornseweg een cruciale rol. Met een opgewaardeerde Dijkshoornseweg kan de nieuwe supermarkt goed met het horecaplein worden verbonden en krijgt het centrum van Den Hoorn als geheel een belangrijke impuls.

Ook de ontwikkeling van het horecaplein zal naar verwachting een belangrijke impuls geven aan de economische ontwikkeling van het gebied. Het verdient aanbeveling om de (vele) investeringen in de openbare ruimte vergezeld te laten gaan met investeringen in het aanpalende vastgoed. Met betrekking tot de marketing ligt een koppeling aan de profilering van Midden-Delfland als cittaslow gemeente voor de hand. In ieder geval is het belangrijk om bewust te zijn van de diverse ontwikkelingen in de omgeving en hierop tijdig te anticiperen. Mogelijk kan in de toekomst met behulp van collectieve financiering ook structureel aan de marketing van het centrum worden gewerkt. Hiervoor zullen echter eerst de mogelijkheden moeten worden verkend.



5. Slotbeschouwing

Lange voorgeschiedenis van plannen maken

De centrumontwikkeling in Den Hoorn kent een lange geschiedenis van plannen maken. Al in 2001 werd in samenspraak met bewoners en ondernemers een eerste globale ontwikkelingsrichting uiteengezet. Na inspraak werd deze visie in 2002 definitief gemaakt, maar door jarenlange juridische procedures is het tot op heden niet tot uitvoering gekomen.

Gemeente voert regie op gewenste toekomstige centrumontwikkeling

De uitspraak van de rechtbank op 7 juli 2010 en het opheffen van beslagen maakt dat de Gemeente Midden-Delfland weer de regie kan voeren over de ontwikkeling van het centrum. De gemeente heeft een nieuw Distributie Planologisch Onderzoek laten uitvoeren en gesprekken gevoerd met marktpartijen die gespecialiseerd zijn in de ontwikkeling van winkelvastgoed. Op basis hiervan heeft de Gemeente Midden-Delfland geconcludeerd dat er voldoende uitbreidingsruimte is en dat de markt bereid is te investeren in een nieuw winkelcentrum.

Gemeentelijke "Visie centrum Den Hoorn" geeft kaders voor ontwikkeling aan

De gemeente heeft dan ook recent de "Visie centrum Den Hoorn" vastgesteld. In die visie speelt de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie een cruciale rol. De positionering van de nieuwe supermarkt bepaalt in belangrijke mate de toekomstige winkelstructuur, de noodzakelijke ontsluitingsstructuur en de gewenste kwaliteit en kwantiteit van de te ontwikkelen parkeervoorzieningen in Den Hoorn.

Gekozen positionering maakt onderlinge afstemming noodzakelijk

De gekozen positionering van de nieuwe supermarkt maakt dat de Gemeente vroeg of laat zal moeten samenwerken met de andere grond-/vastgoedeigenaren in het gebied. Te meer omdat (de omvang van) de nieuwe supermarktlocatie in belangrijke mate bepaalt hoe ondernemers in het centrum in de toekomst functioneren en een aantal van die ondernemers weer huurder is van de grond-/vastgoedeigenaar op een deel van de gewenste locatie van de nieuwe supermarkt. Bovendien is er sprake van wederzijds recht op overpad, waardoor een goede onderlinge afstemming sowieso noodzakelijk is.

Wensen van ondernemers m.b.t. de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt

De winkeliers roepen alle grond- en vastgoedeigenaren in het gebied dan ook op om de strijdbijl te begraven en te bespreken hoe de nieuwe supermarktlocatie kan worden ontwikkeld. De wensen van de winkeliers met betrekking tot de nieuwe locatie zijn:

- Maak het winkelcentrum niet te groot. Zorg ervoor dat de ontwikkeling door de markt kan worden gedragen en probeer eventuele leegstand in de Dijkshoornseweg zo veel mogelijk te beperken.
- Zorg voor een goede bereikbaarheid en voldoende (gratis) parkeergelegenheid bij de supermarkt. Goede bereikbaarheid en gratis parkeren zijn belangrijke aspecten waarop het centrum van Den Hoorn zich van omliggende (winkel)centra kan onderscheiden.
- Laat het gewenste dorpse karakter van de Dijkshoornseweg ook terugkomen in de ontwikkeling van de nieuwe supermarktlocatie. Zorg in de openbare ruimte voor een

duidelijke verbinding met de heringerichte Dijkshoornseweg en creëer een aantrekkelijke omgeving waarin consumenten voor langere tijd willen verblijven (bankjes, groen, etc.).

- Ontwikkel een plein dat geschikt is voor het houden van evenementen en jaarrond beschikt over speelvoorzieningen voor kinderen.
- Geef ondernemers uit Den Hoorn eerste keus bij vestiging in de nieuwe locatie en zorg voor reële huurprijzen (niet te grote verschillen met de huidige huurprijzen in de Dijkshoornseweg).

Gewenste omvang van de nieuwe supermarktlocatie: maximaal 2.390 m2 wvo

De marktconsultatie onder winkeliers geeft samen met de uitkomsten van de distributieplanologische berekening van B@S Consultants (2011) inzicht in het gewenste winkelvloeroppervlak (wvo) van de nieuwe locatie. Hieruit blijkt dat een omvang van maximaal 2.390 m2 wvo gewenst is om (te) sterke onderlinge concurrentie en/of leegstand in de Dijkshoornseweg te voorkomen. Gemeente Midden-Delfland zal in overleg met de ontwikkelende partij moeten besluiten welke omvang de nieuwe supermarktlocatie precies heeft. Uiteraard is het hierbij ook van belang of de locatie met een omvang van 2.390 m2 wvo rendabel kan worden geëxploiteerd.

Integrale ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn

De winkeliers geven in ieder geval aan dat de ontwikkeling van de supermarkt vanuit een integrale visie dient te worden benaderd. In deze visie speelt de herinrichting van de Dijkshoornseweg een cruciale rol. Met een opgewaardeerde Dijkshoornseweg kan de nieuwe supermarkt goed met het horecaplein worden verbonden en krijgt het centrum van Den Hoorn als geheel een belangrijke impuls. Ook de ontwikkeling van het horecaplein zal naar verwachting de economische ontwikkeling van het gebied in belangrijke mate stimuleren.

Investeren in vastgoed, marketing en onderscheidend vermogen

Het verdient verder aanbeveling om de vele investeringen in de openbare ruimte vergezeld te laten gaan met investeringen in het aanpalende vastgoed. Met betrekking tot de marketing van het gebied ligt een koppeling aan de profilering van Midden-Delfland als cittaslow gemeente voor de hand. Mogelijk kan in de toekomst met behulp van collectieve financiering ook structureel aan de marketing van het centrum worden gewerkt. Hiertoe zullen echter eerst de mogelijkheden moeten worden verkend.

Samen werken aan het centrum van Den Hoorn!

Met de "Visie centrum Den Hoorn" heeft de Gemeente Midden-Delfland recent de kaders bepaald waarin ontwikkelingen in het centrum (kunnen) plaatsvinden. Het is nu zaak om als ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente de handen ineen te slaan en vanuit een integrale visie aan de economische ontwikkeling van het gebied te werken. In de ruimtelijke ontwikkeling van het centrum hebben ondernemers in de afgelopen periode een steeds grotere stem gekregen. De volgende stap is om nu ook vastgoedeigenaren sterk(er) bij die ontwikkeling te betrekken. Hopelijk kan de economische ontwikkeling van het centrum van Den Hoorn dan op korte termijn de impuls krijgen die het verdient.

Bijlagen

A Geraadpleegde bronnen

- Architectenburo Van der Goes (2008), Centrumplan Den Hoorn.
- B@S Consultants (2009), Notitie Marktruimte In de Hoven Delft.
- B@S Consultants (2011), Winkelontwikkeling centrum Den Hoorn.
- Bal, G.J. (2007), Themabericht 2007/32; Handvatten voor effectief citymarketingbeleid.
- Blauw Research, GfK Retail and Technology (2012), Thuiswinkel Markt Monitor.
- BRO (2001), Masterplan Den Hoorn.
- BRO (2002), Centrumplan Den Hoorn; Aanvulling Masterplan n.a.v. reacties inspraak.
- BRO (2005), Bestemmingsplan 'Kern Den Hoorn'.
- Bureau Stedelijke Planning (2010), Detailhandelsvoorzieningen Rijswijk-Zuid.
- CBS (2011), Gemeente op Maat Midden-Delfland.
- CBS (2012), Kerncijfers wijken en buurten 2004-2011.
- DTNP (2011), Dynamiek door beleid. Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert.
- GAM van Leeuwen (2008), Ontwikkeling nieuw winkelcentrum Den Hoorn.
- Gemeente Delft (2010), Ruimtelijke Structuurvisie. Ontmoetingen met Delft 2030.
- Gemeente Delft (2012), Nota Detailhandel Delft 2012-2020, versie maart 2012.
- Gemeente Midden-Delfland (2011), Plan van aanpak centrum Den Hoorn.
- Gemeente Midden-Delfland (2011), Structuurvisie Midden-Delfland 2025.
- Gemeente Midden-Delfland (2012), Visie centrum Den Hoorn; Uitkijk komende vijf jaar en verder.
- Gemeente Rijswijk (2010), Economische visie 2010-2018. 'Vernieuwen en profileren'.
- HBD (2011), Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek.
- Heijer, M. den en R. Bentvelsen (2005), Leerplan: Centrum Den Hoorn.
- Heijer, M. den en R. Bentvelsen (2005), Ontwerp rapportage 'Centrum Den Hoorn'.
- I&O Research (2011), Koopstromenonderzoek Randstad 2011.
- Nirov (2010), De Nieuwe Kaart van Nederland.
- Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn (2011), Inspraakreactie Visie centrum Den Hoorn.
- PBL (2009), Ruimtelijke ontwikkelingen in het stedelijk gebied.
- Provincie Zuid-Holland (2010), Structuurvisie 'Visie op Zuid-Holland'.
- Restauro (2012), Entree van Den Hoorn. Visie op het Gaagplein.
- RIGO Research en Advies BV (2009), Wonen in Midden-Delfland 2009-2025. Analyse van de woningmarkt.
- RIGO Research en Advies BV (2010), Woonvisie Midden-Delfland 2010-2025. Sturen op diversiteit.
- Roots Beleidsadvies (2012), Actieprogramma voor de Delftse binnenstad.
- Roots Beleidsadvies en AnalyZus (2011), Veranderingen in koopgedrag vragen om ander winkelaanbod.
- Roots Beleidsadvies en AnalyZus (2011), Winkelleegstand in binnensteden vaak structureel van aard.
- Stadsgewest Haaglanden (2006), Regionale structuurvisie detailhandel.
- Stadsgewest Haaglanden (2008), Regionaal Structuurplan Haaglanden 2020.

B Deelnemers interviews

Voor het opstellen van de economische visie heeft Roots Beleidsadvies gebruik gemaakt van diverse bronnen, waaronder interviews met personen die (in)direct bij de ontwikkeling van het centrum betrokken zijn. In de onderstaande tabel zijn de interviews geordend naar type, waarbij per persoon wordt aangegeven welke organisatie hij/zij vertegenwoordigt en op welke dag het interview plaatsvond. Roots is de diverse personen zeer erkentelijk voor de bijdrage die zij hebben geleverd aan de totstandkoming van het rapport.

Geïnterviewde personen

Naam	Organisatie	Datum
Algemene interviews		
Dhr. Hörlings, Mevr. Odding, Dhr. Gerritsen en Mevr. Klok	Gemeente Midden-Delfland	28 maart 2012
Dhr. Van Velzen	Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn	4 april 2012
Dhr. Van Oosten en Dhr. Mannaart	Kamer van Koophandel Den Haag	5 april 2012
Interviews vastgoedeigenaren		
Dhr. Van Marrewijk	Café Delfland	16 april 2012
Dhr. J. van Leeuwen en Dhr. G. van Leeuwen	GAM van Leeuwen	17 april 2012
Dhr. Abbinga	Wonen Midden-Delfland	2 mei 2012
Marktconsultatie winkeliers		
Mevr. Alsemgeest	Drogisterij Vitaal	4 april 2012
Dhr. Keijzer	Installatiebedrijf Keijzer	12 april 2012
Dhr. Van Beek	Van Beek Interieur	12 april 2012
Dhr. Berkhout	Slijterij Berkhout	13 april 2012
Dhr. Van Leeuwen	Plus Van Leeuwen	13 april 2012
Mevr. Khabtani – Van der Haar	Globe Reisbureau	13 april 2012
Dhr. Van der Blom	Plaza de Pitstop	13 april 2012
Dhr. Schenkeveld	Klein Westland	15 april 2012
Dhr. Wessels	Wessels Kaas & Noten	17 april 2012
Dhr. Van Geest	Slagerij van Geest	17 april 2012
Mevr. Turner	Bakkerij Holtkamp	17 april 2012
Dhr. Bouter	Tabakboetiek Bouter	17 april 2012
Dhr. Willemsen	Rijwielspecialist Paul Willemsen	18 april 2012
Mevr. Van der Ven	Nanda Mode	18 april 2012
Dhr. De Vreede	De Vreede Sport	24 april 2012

Uit de tabel blijkt dat de resultaten van de marktconsultatie zijn gebaseerd op een steekproef van ondernemers die in het gebied zijn gevestigd. In de onderstaande tabel worden de belangrijkste kenmerken van de steekproef per branche getoond.

Branche	Steekproef (n=15)		Winkelvloeroppervlakte (wvo)		Werkgelegenheid (banen)	
	abs	rel	abs	rel	abs	rel
Dagelijks	8	53%	1.813	55%	100	70%
Mode & Luxe	1	7%	100	3%	3	2%
Vrije Tijd	1	7%	115	3%	3	2%
In / Om huis	2	13%	700	21%	15	11%
Overig	3	20%	580	18%	21	15%
Totaal	15	100%	3.308	100%	142	100%

Colofon

Titel

Samen werken aan het centrum van Den Hoorn

Datum

Mei 2012

Opgesteld door:

Roots Beleidsadvies

In opdracht van:

Gemeente Midden Delfland
Kamer van Koophandel Den Haag, Kantoor Naaldwijk
Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn

Contactadressen

Gemeente Midden-Delfland
Postbus 1
2636 ZG Schipluiden
www.middendelfland.nl

Kamer van Koophandel Den Haag, Kantoor Naaldwijk
Postbus 29718
2502 LS Den Haag
www.kvk.nl/kantoren/kantoor-naaldwijk

Ondernemersvereniging Schipluiden Den Hoorn
Dr. A.M. van der Poellaan 29
2635 LA Den Hoorn
www.mkbmiddendelfland.nl

Roots Beleidsadvies
Caan van Necklaan 267
2281 BJ Rijswijk ZH
www.rootsadvies.nl

© Roots Beleidsadvies, 2012

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/
of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie
of op welke andere wijze dan daaronder mede begrepen
gehele of gedeeltelijke bewerking van het werk, zonder
voorafgaande toestemming van Roots Beleidsadvies.

No part of this publication may be reproduced in any
form by print, photo print, microfilm or any other means
without written permission by Roots Beleidsadvies.