

Retailmonitor 071

Voorwoord

We presenteren de eerste editie van de Retailmonitor⁰⁷¹ op een breukvlak in de tijd. De bestrijding van het Coronavirus houdt de wereld in zijn greep. We zien onszelf geplaatst voor een gezondheids crisis van ongekende proporties. Een economische schokgolf trekt over het land. De Retail is één van de vele sectoren waar acute problemen zich aandienen. Lege winkelstraten, sluitende ketens, per decreet gesloten horeca en zeer onzekere vooruitzichten.

Vanzelfsprekend zijn de economische gevolgen van deze crisis nu nog niet geheel te overzien. Zelfs is nu nog onbekend hoe lang de diverse noodmaatregelen in stand zullen worden gehouden. Van recente economische crises (kredietcrisis, eurocrisis) weten we wel dat een flinke dip in de conjunctuur al langer ingezette structuurontwikkelingen kan verheviggen. We zullen niet speculeren over welke ontwikkelingen het zal gaan. Diverse punten uit de lijst van ontwikkelingen tot eind 2019 op pagina 5 tot 7 komen daarvoor in aanmerking. We zullen volgend jaar moeten bezien welke van de trends zich hebben verscherpt aangejaagd door de crisis.

We nemen met die laatste opmerking een klein voorschot op de toekomst van deze Retailmonitor. De bedoeling is de monitor jaarlijks uit te brengen om de ontwikkelingen in de 071 winkelgebieden te blijven volgen. De urgentie om dit te doen is met het inzetten van de actuele crisis alleen nog maar versterkt. In onzekere tijden is veelal de beste remedie om betrouwbare data te verzamelen en de resultaten te analyseren. Stap twee is handelen op basis van de empirie.

We vervolgen deze Retailmonitor met het beeld van de Retail tot eind 2019. Dat is onvermijdelijk gezien de beschikbare databestanden. Dat maakt de inhoud van de monitor niet irrelevant, nu al dienen zich diverse structuurtrends aan. Het wordt relevant de ontwikkeling ervan in de komende periode te blijven volgen.

Leiden, 19 maart 2020

Rob Manders
Blaauwberg



BLAAUWBERG
strategieontwikkeling & kennistransfer

INHOUD

1	Inleiding	3	
2	De Retail in 071	4	
3	Opzet Retailmonitor	7	
	3.1	Het doel: aangever van gesprek	
	3.2	Verschil Retailmonitor en RMC toets	
	3.3	Gebruikte databestanden	
	3.4	Gebruikte indicatoren	
4	Het 071 gebied	Ontwikkelingen aan de vraagzijde	10
	4.1	Meer boodschappen, minder spullen	
	4.2	Gelijkblijvende bestedingen	
	4.3	Matige koopkrachtbinding	
	4.4	Voorlopige toename online-concurrentie	
	4.5	Koopkrachtlek naar Den Haag, Delft en Amsterdam	
	4.6	Polarisatie binnen 071	
	4.7	Meer inwoners, minder winkelmeters per inwoner	
5	Het 071-gebied	Ontwikkelingen in het aanbod	17
Bijlagen	Methodologische verantwoording	22	
	Factsheets per winkelgebied	24	

INLEIDING

Voor u ligt de eerste editie van de Retailmonitor Leidse Regio. Met de Retailmonitor willen de partners van Economieo71 meer inzicht verkrijgen in de regionale ontwikkelingen binnen de Retail-sector. We presenteren in de monitor gegevens over winkels en horeca in Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten en Zoeterwoude. De Retailmonitor zal periodiek worden uitgebracht.

De afgelopen jaren is er veel inzet gepleegd op het Retaildossier in de Leidse regio. Er is een gezamenlijk Retailvisie gekomen, actief in alle zes gemeenten. Binnen die Retailvisie zijn afspraken gemaakt over versterking van de sector en benodigde beperking van het aantal winkelmeters. Gelijktijdig met het uitbrengen van deze Retailmonitor wordt de visie geëvalueerd. Het evaluatierapport en deze monitor zijn sterk aan elkaar gelinkt en kunnen in samenhang met elkaar gelezen worden.

In deze Retailmonitor kijken we vanuit twee niveaus naar de Retailontwikkelingen.

1. We brengen de belangrijkste bewegingen in kaart op het niveau van de hele regio. We doen dat door te kijken naar de ontwikkelingen in het aanbod en aan de vraagzijde.
2. We zoomen vervolgens verder in tot op locatieniveau en presenteren factsheets met de belangrijkste data op het niveau van een individueel winkelgebied

Het document leent zich zowel voor diegene die van A tot Z willen weten 'hoe het zit', als voor de lezers die specifiek willen weten hoe het met hun branche of winkelgebied is gesteld. De hoofdstukken zijn zo opgesteld dat deze individueel raadpleegbaar zijn.

Voor beide niveaus bezien we de ontwikkelingen vanuit twee gezichtspunten.

- We kijken naar het aanbod aan winkelruimte, gespecificeerd naar segment (dagelijks en niet-dagelijks), naar branche (o.a. supermarkten, wonen & interieur, bouwmarkten, tuincentra) en brengen ook de leegstand in kaart. Het gaat om 'harde informatie' over vierkante meters. De cijfers die we hiervoor hebben verzameld zijn voornamelijk afkomstig van Locatus.
- De ontwikkelingen aan de vraagzijde zijn minder eenduidig in kaart te brengen. We maken hier voornamelijk gebruik demografische gegevens. Op regioniveau gebruiken we daarnaast cijfers uit het Randstad Koopstromenonderzoek (KSO). Het KSO wordt éénmaal per twee jaar uitgebracht. De cijfers zijn gebaseerd op afgenomen enquêtes bij consumenten.

In de bijlagen van dit document treft u een methodische verantwoording aan met een analyse over het cijfergebruik.

2 DE RETAIL IN 071

In deze monitor treft u tot in zeker detail de ontwikkelingen aan die zich voordoen binnen de Retail in de Leidse regio. We zoomen in tot op het niveau van het individuele winkelgebied en de veranderingen ter plekke. Dat leidt tot een gedetailleerd overzicht met veel cijfers die de verschillen tussen de verschillende winkelgebieden binnen 071 goed tot uitdrukking brengen.

In dit hoofdstuk gaan we nog eens boven het materiaal hangen en herleiden we uit het cijfermateriaal de belangrijkste trends en ontwikkelingen. We vatten dat samen aan de hand van negen conclusies. In het vervolg van de monitor treft u in meer detail het onderbouwende cijfermateriaal en bijbehorende analyses aan. Deels maken we ook gebruik van de analyses uit de evaluatie van de Retailvisie, meer in het bijzonder de reflectie op retailtrends. Voor meer informatie over bijvoorbeeld de prognoses van online verkoop verwijzen we graag door naar de analyses in dat document.

Dan de trends. We komen tot negen ontwikkelingen die het Retail-landschap in de 071 regio in bijzondere mate van kleur hebben doen veranderen. Een overzicht.

- 1 Aantal winkelmeters stabiel, meters per inwoner dalende.** De overkoepelende ambitie van de Retailvisie is om balans te brengen in de Retailsector door een beperking van het aantal winkelmeters. De Leidse regio beschikt over een overcapaciteit aan winkelmeters volgens de rekenmodellen. Het aantal meters is tussen 2015 en 2019 echter nauwelijks gedaald. Vanaf 2017 is zelfs sprake van een lichte toename. Binnen de Retail vinden wel duidelijk verschuivingen plaats. Het aanbod 'dagelijks' neemt flink toe (+ 9.6%) terwijl het niet-dagelijks aanbod daalt (- 3.6%).

Het aantal winkelmeters per inwoner daalt wel door het groeiend aantal inwoners. De Leidse regio telt sinds 2015 circa 20.000 inwoners meer. Deze populatiegroei vertaalt zich dus niet in een toename van het aantal winkelmeters. Dat kan worden gezien als een positief effect van de beleidsinzet – de wens tot minder winkelmeters. Evengoed kan het gezien worden als een correctie van de markt: andere functies zijn rendabeler dan retail-investeringen.

- 2 Meer boodschappen, minder 'spullen-verkoop'.** De aantrekkende economie heeft effect op de verkoop van dagelijkse artikelen. Veel consumenten hechten in toenemende mate aan kwaliteit, luxe en gemak. Bovendien speelt milieubewustzijn een steeds grotere rol in het koopgedrag. Dat daar een hoger prijskaartje tegenover staat wordt door velen voor lief genomen.

De verkoop van niet-dagelijkse artikelen ('spullen') neemt over de hele linie juist af. Dat heeft zeker iets te maken met veranderende consumentenvoorkeuren. De 071-consument is ondanks de aantrekkende economie nauwelijks meer gaan besteden aan niet-dagelijkse artikelen. Andere bestedingen genieten de voorkeur: horeca-bezoek, weekendjes weg, cultuur, persoonlijke verzorging, vakanties, schoonmaakdiensten aan huis.

- 3 **Marktvergroting door supermarkten.** Het zijn de supermarkten die het meest profiteren van voorgaande trend. Dat geldt in ieder geval voor de bekende supermarktformules. De trend is gericht op schaalvergroting en daarmee versterking van de marktpositie. Dat is zeker merkbaar in het 071 gebied waar op veel plekken uitbreiding plaatsvindt van bestaande supermarktketens. Het aantal supermarkten met een minimale grootte van 1.000 m² neemt aanzienlijk toe. Dat heeft geleid tot een toename aan winkelmeters in de 'boodschappenwinkelgebieden'.

Tussen het geweld van de grote ketens weten enkele winkeliers met een bijzondere nichemarkt (biologisch, mediterrane, Pools) zich staande te houden.

- 4 **Behoud positie zelfstandige 'vers-winkels'.** Landelijk wordt melding gemaakt van een afname aan bakkers, slagers, groenteboeren en andere kleine vers-winkels. Die trend is in het 071-gebied niet zichtbaar. De kleine vers-winkels zijn in omvang zelfs licht gegroeid tussen 2015 en 2019. Toenemende samenwerking tussen deze winkeliers lijkt wel een belangrijke voorwaarde voor positiebehoud. Zeker gezien de concurrentie van supermarkten met een steeds vollediger (luxe) vers-aanbod. In Zoeterwoude is bijvoorbeeld toegewerkt naar een kleinschalig 'vers-hof' aangrenzend aan de lokale super. En de Leidse Doeza- en Herenstraat laat zich vooraanstaan op het volledige aanbod aan vers-speciaalzaken.

- 5 **Afname filiaalbedrijven in niet-dagelijks segment.** In Retail-kringen wordt vaak gesproken over het belang van 'sterke merken'. Filiaalbedrijven zouden een streepje voor hebben op hun zelfstandige concurrenten. Het zijn in de praktijk echter de zelfstandige winkels die het beste stand hebben weten te houden in de 071 regio. Het faillissement van een aantal filiaalketens laat zich gelden. Mogelijk waren het niet de sterkste broeders onder de landelijke merken. Maar de lijn tussen sterke en zwakke merken blijkt in de praktijk steeds lastiger te trekken. Het vertrek van het 'up-market' Hudson's Bay is wat dat betreft tekenend. De 'we-zagen-dit-al-aankomen' commentaren buitelen momenteel over elkaar heen maar aanvankelijk heerste groot enthousiasme over de komst van deze nieuwe trekker. De consument bleek uiteindelijk minder enthousiast.

- 6 **Meer online, maar geen 'kaalslag stenen winkels'.** Over het aandeel online verkoop en het toekomstperspectief bestaat steeds meer discussie. De prognose dat op korte termijn – voor 2015 - 1/3 van de 'stenen winkels' haar deuren moet sluiten door online concurrentie bleek een schromelijk overschatting. De online verkoop is weliswaar gestegen, maar de stenen winkels doen daar zelf volop aan mee. Multi-channel verkoop en assortiment aanbod (online plus offline) is voor een toenemend aantal winkeliers de nieuwe werkelijkheid.

Het aandeel 'online verkoop' wordt bovendien volgens diverse experts consequent overschat. In de media circuleren percentages tot ver in de dubbele cijfers. Meer conventionele schattingen houden het echter bij 9 tot 10 procent online verkoop. Inclusief online verkoop door stenen winkels. En er zijn meer signalen dat de verwachtingen rondom 'online' wel eens overschat kunnen worden. Grote webwinkels vergroten hun markt maar schrijven nog steeds rode cijfers. De pakket- en bezorgingsdienst loopt tegen haar grenzen, de maatschappelijke discussie over matige

betaling en abominabele arbeidsomstandigheden binnen de bezorgmarkt neemt toe, evenals de ergernis over het grote aantal retour-zendingen inclusief de bijkomende maatschappelijke kosten ervan (congestie op de wegen, milieubelasting, etc.). Investeerders geloven voorlopig nog in de groei van de webgiganten, de huidige verliezen worden voor lief genomen zolang de markt vergroot wordt. Amazon is één van de weinigen die inmiddels winst boekt. De veroverde monopolypositie betaalt zich uit.

- 7 In de recreatieve centra: minder winkelen, meer leisure, meer dienstverlening.** De Retailvisie onderscheidt vijf recreatieve winkelcentra in de Leidse regio. Over het geheel bezien neemt de winkelruimte in deze gebieden af. En dan vooral – weer – in het niet-dagelijkse segment. Dat betekent niet dat deze gebieden aan functie hebben verloren. We zien juist een verschuiving naar andersoortige functies. Meer horeca, meer leisure, meer dienstverlening en meer 'reguliere bedrijvigheid'. Het sterkst is dat zichtbaar in de Leidse binnenstad waar de winkelfunctie steeds meer ondergeschikt raakt aan andere functies (stedelijk wonen, kennis, onderwijs, start-ups, horeca, et cetera). Maar eenzelfde beweging lijkt zich in het klein ook voor te doen binnen de andere recreatieve centra.
- 8 Minder leegstand door transformatie.** Het aantal leegstaande meters met (deels) een winkelbestemming neemt gestaag af. Dat duidt niet op een 'revival' van het winkelbedrijf. Op de supermarkten na zien we een afname van het totaal aantal gebruikte winkelmeters. De leegstand wordt voornamelijk opgevuld met bestemmingen buiten de detailhandel: horeca, dienstverlening, ateliers, ambachtsruimte, kantoren en soms zelfs wonen. Vooral op Katwijk 't Heen worden flinke slagen gemaakt. Het totaal aantal gebruikte winkelmeters is er met ruim een vijfde afgenomen.
- 9 De winkelruimte buiten de Detailhandelsstructuur is nauwelijks afgenomen.** Eén van de voornemens uit de Retailvisie was om het aantal winkelmeters buiten de 33 aangewezen winkelgebieden (recreatief, boodschappencentra en doelgericht) te beperken. In de praktijk heeft de inzet weinig effect weten te sorteren. In een tweetal kleine winkelclusters zijn wel echte vorderingen gemaakt. De winkels aan de Leidse Beatrixstraat zijn op initiatief van de eigenaar geheel verdwenen. En in de Oranjegalerij te Leiderdorp zijn actief winkelmeters gesaneerd in ruil voor een nieuwe supermarkt aan het Amaliaplein.¹

Bij de solitair gelegen winkelpanden zien we nog minder beweging. Op een aantal kleine winkelpanden na zijn de meesten nog op dezelfde locatie actief. Dat geldt zeker voor een aantal grote bouwmarkten, interieurzaken en tuincentra. Voorlopig lijkt in deze categorie eerder sprake te zijn van meer dan minder meters gezien nieuwbouw en bestemde plannen.

¹ Het nettoresultaat van deze ontwikkeling voor de doelstelling is overigens nul. Het gaat om een solitaire nieuwvestiging van de supermarkt.

3 OPZET RETAILMONITOR

Het doel van de Retailmonitor is om een beeld te vormen van het functioneren van de winkelgebieden in de Leidse regio. We maken daarbij gebruik van een aantal vaste gegevenssets die in den lande worden erkend als relevant. In het vorige hoofdstuk heeft u de belangrijkste inhoudelijke boodschappen die we uit de cijfers kunnen afleiden kunnen nalezen. In dit hoofdstuk volgt een korte methodische toelichting.

3.1 Het doel: aangever van gesprek

Vooropgesteld, deze Retailmonitor is geen outputmeting die ons iets vertelt over het functioneren en presteren van de partners binnen Economie⁰⁷¹ verband. De ontwikkeling van een indicator is onderhevig aan een groot aantal factoren. Het koopgedrag van consumenten, de algehele stand van de economie, de investeringsbereidheid van individuele ondernemers en de financiële stabiliteit van (inter)nationale winkelketens om er maar een aantal te noemen. Een belangrijk deel van die factoren is niet of slechts in zeer indirecte zin te beïnvloeden door de partners van Economie⁰⁷¹. Bovendien draagt een harde 'afrekening' zelden bij aan een constructief samenwerkingsklimaat.

Dat wil overigens niet zeggen dat gericht beleid geen zin heeft. De activiteiten van winkeliers, vastgoedeigenaren en gemeenten om de leegstand te beperken zijn een voorbeeld van positieve beïnvloeding door gezamenlijk beleid. Onder andere in de Leidse Haarlemmerstraat heeft het actief leuren en sleuren door een collectief onder aanvoering van het Centrummanagement geleid tot een daling van de leegstand. Tegenover deze positieve resultaten staan weer ontwikkelingen die de leegstand op andere plekken doet toenemen, zoals de Hudson's Bay. Het laat maar zien dat we niet alles in de hand hebben. Wat we met de Retailmonitor wel kunnen doen is alles goed in kaart brengen. De informatie op tafel leggen op basis waarvan het onderlinge gesprek kan worden gevoerd.

Het doel van de Retailmonitor ligt daarmee meer in lijn met die van de al bekende Index⁰⁷¹. Het bieden van een graadmeter die de huidige stand van zaken in kaart brengt, en aangever is voor het onderlinge gesprek. De Index⁰⁷¹ doet dat voor de gehele regionale economie. In de Retailmonitor⁰⁷¹ concentreren we ons in het bijzonder op de retail-sector.

3.2 Verschil Retailmonitor en RMC 'toekomstbestendigheidstoets'

Met voorgaand doel in ogenschouw is direct het verschil gemaakt tussen de opzet van deze Retailmonitor en de in de Retailvisie gebruikte toekomstbestendigheidstoets van RMC.

In de besluitvorming over de Retailvisie speelde de RMC toets een prominente rol. Aan de hand van een aantal indicatoren met gekoppelde datasets is een oordeel uitgesproken over de toekomstbestendigheid van winkelgebieden. In de RMC toets is expliciet een waardering gekoppeld aan de verzamelde gegevens. Winkelgebieden dienden te beschikken over een minimaal aantal filiaalbedrijven, een maximale leegstand, een minimaal aantal supermarkten, et cetera.

De opzet van de toekomstbestendigheidstoets weerspiegelt het politieke klimaat van destijds. Met zekere verwachtingen over de planbaarheid en modelvoorspelbaarheid van de Retail-sector. Maar het klimaat is omgeslagen. Er is weinig geloof meer in de maakbaarheid en modelvoorspelbaarheid

van de sector. Bovendien heeft het bestempelen van winkelgebieden als niet-toekomstbestendig de gespreksverhoudingen in eerste instantie onder druk gezet. Nu de lading bijna uit het onderlinge gesprek is verdwenen is er geen behoefte om dat nog eens op te rakelen.

In deze Retailmonitor onthouden we ons mede om deze reden van een waardering of 'drempeltoets'. We maken deels wel gebruik van het cijfermateriaal dat schuil gaat achter de toekomstbestendigheidstoets.

3.3 Gebruikte databestanden

We maken in deze Retailmonitor gebruik van drie databronnen.

1. Aanbod-gegevens verzameld door marktonderzoeksbureau Locatus. Het bestand biedt per winkeladres inzicht in naam, filiaalketen (indien van toepassing), branchering en winkelvloeroppervlak. De cijfers hebben betrekking op de jaren 2015 tot en met 2019, de peildatum is telkens 1 januari.
2. Koopstroomcijfers uit het Randstad Koopstromenonderzoek (KSO). De data worden door middel van consumenten enquêtes verzameld en bieden vooral inzicht in ontwikkelingen aan de vraagzijde. Het KSO wordt éénmaal per twee jaar uitgevoerd. Het meest recente KSO rapport waar we uit kunnen putten is 2018. We kunnen deze cijfers vergelijken met die van 2016.
3. Demografische data afkomstig van het CBS tot op buurtniveau. Het CBS onderscheidt 132 buurten in de Leidse regio van enige omvang – exclusief bedrijventerreinen en buitengebied dus. Per buurt zijn zaken als inwonertal en leeftijdsverdeling beschikbaar.

Gezamenlijk bieden de drie een goed beeld over de voor de Retail relevante regionale ontwikkelingen. Tegelijkertijd kennen vooral de eerste twee datasets hun eigen beperkingen. We hebben in de bijlage een uitgebreider overzicht geplaatst van inhoud en beperkingen van de datasets.

3.4 Gebruikte indicatoren

We maken in deze Retailmonitor gebruik van een aantal indicatoren. Onderstaande een overzicht met beschrijving en waardering per indicator.

Indicatoren vraagzijde	
Retail-inkomsten in de regio	<p>Optelsom van uitgaven eigen bewoners, pendelaars, passanten, zakelijk bezoekers en toeristen binnen de Leidse regio. Beschikbaar tot op brancheniveau.</p> <p>Data verkregen op basis van enquêtes, gekoppeld aan landelijke koopstroomcijfers. Het gaat niet om harde omzetcijfers. Zeker gezien hoge non-respons daarom terughoudend te gebruiken. Resultaten zijn indicaties en bieden een algemeen beeld. Verder inzoomen tot op locatieniveau maakt de 'schatting' onnauwkeuriger. We beperken ons daarom tot regionale gegevens, plus de indicatie van de inkomsten op de grotere pdv-locaties.</p>

Uitgaven van de 071 populatie	Optelsom van uitgaven eigen bewoners in eigen regio, op internet en daarbuiten. Zelfde voorbehoud als vorige indicator. Biedt een inschatting van de regionale verschuiving in consumentvoorkeuren en koopstromen.
Inkomende en uitgaande bestedingen	Biedt inzicht in de bovenregionale koopkrachtbinding van de 071-Retail en het 'koopkrachtlek' naar andere regio's. Tevens inschatting van belangrijkste concurrerende centra.
Indicatoren aanbodzijde	
Aantal gebruikte winkelmeters	Oppervlak van alle detailhandel en handel in volumineuze goederen. Exclusief horeca en dienstverlening zoals kappers, schoonheidssalons en reisbureaus. Biedt inzicht in omvang van winkelfunctie en geeft indicatie van verschuivingen in de markt.
Aantal gebruikte winkelmeters per inwoner	Plaatsst groei of afname van winkelmeters in breder perspectief. Bouw van aantal nieuwe winkelcentra heeft ook direct te maken met populatiegroei.
Aantal leegstaande meters	Oppervlak van alle panden met een bestemming detailhandel of handel in volumineuze goederen. In een aanzienlijk aantal gevallen rust er een gemengde bestemming op een pand. Het pand kan dan ook als kantoor, werkplaats of horeca gebruikt worden. Dat laatste leidt ertoe dat er diverse leegstands-verschuivingen zijn die geen directe relatie met de Retail hebben. We zijn daarom voorzichtig met verbinden van stellige conclusies aan de leegstand. We drukken de leegstand ook niet in een percentage uit maar in absolute meters. We kennen namelijk alleen de oppervlakte van de winkelmeters en de horeca. Niet die van panden met een andere functie maar waar tevens een (stille) winkelbestemming op rust.
Aantal meters horeca	Bevat data over een belangrijk deel van de horeca, onder andere cafés, restaurants, lunchrooms, ijssalons, afhaal- en bezorgrestaurants en fastfoodketens. Hotels worden niet meegenomen evenals coffeeshops en nachthoreca. Brengt toenemende functiemenging en opkomst horeca in centra in beeld. Beschikbaar vanaf 2018.
Aantal meters per branche, type winkelgebied en filialisering	Biedt inzicht in verschuivingen binnen het aanbod en (reactie op) consumentvoorkeuren.
Aanvullende indicatoren factsheets	
Aantal inwoners primair verzorgingsgebied	Aantal inwoners in buurten binnen een straal van circa 500 meter van het winkelcentrum. Relevant voor alle branches, maar in het bijzonder het dagelijkse segment. We houden rekening met reëel ervaren natuurlijke barrières (water, spoorlijn) en beschikbaarheid nabije centra.
Aantal inwoners secundair verzorgingsgebied	Aantal inwoners in buurten woonachtig op circa 500 tot 1.000 meter afstand van het winkelcentrum. Relevant voor in ieder geval de grotere supermarkten en niet-dagelijks aanbod.
Aantal inwoners verzorgingsgebied niet-dagelijks	Voor vier kleinere recreatieve centra is het aantal inwoners in buurten binnen een straal van circa 2 kilometer als uitgangspunt genomen voor het verzorgingsgebied niet-dagelijks. In de Retailvisie is deze 2 km als uitgangspunt genomen voor het niet-dagelijks verzorgingsgebied van de vier. De Leidse binnenstad heeft een bovenregionaal verzorgingsgebied. Hier hebben we het totaal aantal inwoners in de regio genomen als maatstaf.

4 HET 071 GEBIED: ONTWIKKELINGEN AAN DE VRAAGZIJDE

De vraagzijde brengen we in kaart aan de hand van een aantal trends onderbouwd met cijfermateriaal. Een korte scan van de 'tussenkoppen' geeft een algemeen beeld van de bewegingen aan de vraagzijde. De eerste zes trends zijn gebaseerd op KSO-cijfers.² Voor de trends erna maken we gebruik van CBS cijfers aangaande de populatie.³ Omwille van het overzicht bieden we telkens de belangrijkste kengetallen aan met bepalende analyses en conclusies. Voor een meer gedetailleerde blik verwijzen we door naar de bronnen in kwestie.

4.1 Meer boodschappen, minder spullen

We starten met een overzicht van alle retail-**inkomsten** in de regio. Dit is een optelsom van uitgaven door de eigen inwoners, door pendelaars woonachtig buiten de regio en door toeristische bezoekers. We maken een onderscheid naar het dagelijkse segment ('de boodschappen'), de branche 'in en om het huis' (bouwmarkten en meubelwinkels) en alle andere branches in het niet-dagelijkse segment (kleren, schoenen, elektronica, boeken, et cetera).

	2016	2018
Dagelijks segment	769 mln.	793 mln
Niet-dagelijks, branches mode&luxe, vrije tijd en toerisme	350 mln	348 mln
'In en om het huis' (bouwmarkten, meubelwinkels)	253 mln	251 mln
Totaal	1.372 mln	1.392 mln

- De verkoop van dagelijkse levensmiddelen zit in de lift, maar de omzet in het niet-dagelijkse segment stagneert. Oftewel: meer boodschappen, maar minder spullen. De omzetonwikkeling in de Leidse regio volgt daarmee het landelijke patroon.
- Over de vraag waar dit mee te maken heeft volgen vaak twee soorten antwoorden. Enerzijds wordt gewezen op de nog steeds toenemende afvloeiing naar 'internetverkoop'. De concurrentie van webwinkels is stevig, en dan vooral van de 'grote jongens' (Bol.com, Zalando, Amazon, Coolblue). Een andere verklaring is een verandering in het algehele bestedingspatroon van met name jongere generaties. Deskundigen over de hele wereld ontwaren een nieuw patroon. Waar vooral babyboomers hun over de jaren toegenomen welvaart hebben aangewend voor de koop van 'spullen' houden jongeren er andere bestedingspatronen op na. Meer dienstverlening, leisure, en uitgaven in daghoreca (broodjes, koffie).

² De omzetcijfers van 2016 zijn automatisch naar inflatie gecorrigeerd.

³ Op enkele plekken gecombineerd met aanbodcijfers van Locatus.

4.2 Gelijkblijvende bestedingen

We kijken vervolgens naar de **uitgaven** van de 071 populatie, in eerste instantie zonder onderscheid te maken naar de aankooplocatie (dus inclusief internet en bestedingen buiten de regio). We geven de gemiddelde uitgave per huishouden (afgerond op tientallen) verdeeld over de drie bekende segmenten.

	2016	2018
Gemiddelde uitgave 071-huishouden in dagelijks segment	€ 5.960	€ 6.080
Gemiddelde uitgave 071-huishouden in niet-dagelijkse branches mode&luxé, vrije tijd en toerisme	€ 4.080	€ 4.010
Gemiddelde uitgave 071-huishouden in branche 'in en om het huis' (bouwmarkten, meubelwinkels)	€ 2.410	€ 2.470
Totaal	€ 12.460	€ 12.570

De totale retail-uitgaven per huishouden zijn vrijwel constant gebleven. Zowel in het dagelijkse als het niet-dagelijkse segment. De in de vorige tabel weergegeven stijging van de inkomsten in het dagelijkse segment zijn vrijwel geheel toe te schrijven aan de populatiegroei in de Leidse regio.

4.3 Matige koopkrachtbinding

De daling van de retail-inkomsten in het niet-dagelijks segment heeft evenzeer te maken met concurrentie, van het internet maar ook van omliggende centra. Om dat te duiden presenteren we twee tabellen. De eerste tabel biedt overzicht over de koopkrachtbinding, en de omvang van de concurrentie van internet en van buiten de regio. Allen in het jaar 2018. (De totalen per segment tellen op tot de bedragen van 2018 uit de vorige tabel).

	Gemiddelde besteding huishouden in eigen regio	Gemiddelde bestedingen huishouden op internet	Gemiddelde bestedingen huishouden buiten regio
Dagelijkse segment	€ 5.210	€ 190	€ 690
Niet-dagelijks (mode& luxé, vrije tijd en toerisme)	€ 1.560	€ 1.140	€ 1.310
In en om het huis	€ 1.000	€ 510	€ 960
Totaal alle segmenten	€ 7.770	€ 1.840	€ 2.960

Om te beginnen een kanttekening omtrent cijfers over online verkoop. De gemaakte schatting van KSO is dat ruim 14% van alle Retail aankopen in de Randstad online plaatsvinden. Dat is een ruime schatting. Andere bronnen houden het op 9 tot 10 procent.

Verder met het gegeven cijfermateriaal. We komen tot twee tussenconclusies:

- Als verwacht is de koopkrachtbinding in het dagelijkse segment het grootst, ruim 85% van alle bestedingen worden gedaan in de regio. Internet speelt nog maar een kleine rol, al is dat aandeel wel groeiend. Werd in 2016 nog slechts 1% van alle 'boodschappen' via het internet besteld, in 2018 was dat 3%. In Oegstgeest gaat het zelfs al naar de 5%. – of deze groei doorzet is onderwerp van discussie in retail-land, als aangegeven in het vorige hoofdstuk.
- In het niet-dagelijkse segment is de koopkrachtbinding een stuk lager. Een krappe 40% in zowel de 'woon- en klusbranche' als de overige niet-dagelijkse branches. De concurrentie komt van zowel omliggende koopcentra als het internet.

Is een koopkrachtbinding van 85% in het dagelijkse segment en 40% in het niet-dagelijks veel of weinig? We maken een vergelijking met een aantal omliggende regio's. Telkens meten we de hoogte van de consumentenuitgaven in de eigen regio, in een percentage van de totale uitgaven door de eigen populatie.⁴

	Koopkrachtbinding eigen populatie dagelijks segment	Koopkrachtbinding eigen populatie niet-dagelijks segment
Leidse regio	85%	40%
Alphen a/d Rijn	88%	52%
Den Haag	88%	56%
Haarlemmermeer	87%	53%
Amsterdam	91%	61%

De koopkrachtbinding in de Leidse regio is maar matig te noemen in vergelijking met omliggende regio's. Vooral in het niet-dagelijkse segment hebben we te maken met een flink 'koopkrachtlek'. Dat past wel bij het beeld. Het verzorgingsgebied is vrijwel geheel beperkt tot de zes gemeenten. Zeker, de Rijnkeke boulevard in Zoeterwoude trekt klanten tot ver in het Groene Hart. Maar op de schaal van de regio maakt dat niet het verschil. Wat wel verschil maakt: in termen van stedelijke specialisatie is Leiden meer een academiestad dan een winkelstad.

4.4 Voorlopige toename online concurrentie

Nu we een overzicht hebben over de omvang van de koopkrachtbinding en de twee 'concurrerende' markten (internet en omliggende centra), presenteren we een tabel met de procentuele ontwikkeling tussen 2016 en 2018.

⁴ Onderscheid tussen 'in en om het huis' en overig niet-dagelijks segment is in dit geval niet te maken.

	Procentuele ontwikkeling retail-uitgaven 071-huishoudens in eigen regio 2016-2018	Procentuele ontwikkeling retail-uitgaven 071-huishoudens op internet 2016-2018	Procentuele ontwikkeling retail-uitgaven 071-huishoudens buiten regio 2016 - 2018
Dagelijkse segment	- 0.2%	+ 149.3%	+ 2.7%
Niet-dagelijks (mode& luxe, vrije tijd en toerisme)	- 3.4%	+ 23.8%	- 0.6%
In en om het huis	- 6.9%	+ 14.5%	- 7.0%
Totaal alle segmenten	- 2.0%	+ 23.9%	- 2.8%

- Nogmaals: de schattingen 'online verkoop' van het KSO zijn zeer ruim en worden door andere databronnen betwist. Dat de online bestedingen wel zijn toegenomen wordt wel bevestigd. De relatieve toename geschetst door het KSO geeft daarmee wel een indicatie van de groei in het online segment.
- Over deze cijfers het volgende. De retail-uitgaven van de 071-poulatie als geheel zijn nauwelijks gewijzigd tussen 2016 en 2018.⁵ Maar binnen dat totaalbedrag vindt een flinke herverdeling plaats ten gunste van de webwinkels. De sprong in het dagelijkse segment is spectaculair, hoewel daar dus bij gezegd moet worden dat de totale omvang van de internetbestedingen nog steeds beperkt zijn. Maar ook in de sector waar het internet al een behoorlijk marktaandeel had verworven zette de digitalisering van de koopstromen door.

4.5 Koopkrachtlek naar Den Haag, Delft en Amsterdam

Terug naar de concurrentie met omliggende regio's. Waar komt de meest stevige competitie vandaan? En waar komen de meeste inkomsten voor de Leidse regio vandaan buiten het 071-gebied? We bekijken dat voor het niet-dagelijkse segment. We herhalen nogmaals dat de cijfers indicaties zijn van de koopstromen.

⁵ Zelfs gecorrigeerd naar inflatiecijfers.

Regio's ⁶	Inkomende bestedingen voor 071	Uitgaande bestedingen voor 071 (koopkrachtlek)	Balans
Bollenstreek	25,4 mln	5,4 mln	+ 20,0 mln
Alphen en veenstreek	32,4 mln	10,3 mln	+ 22,1 mln
Haagse agglomeratie	16,0 mln	52,4 mln	- 36,4 mln
Groot-Amsterdam	< 1,5 mln ⁷	- 10,0 mln	- 9,5 mln
Delft	< 1,5 mln	- 20,6 mln	- 20,1 mln

- Het 071 gebied verliest koopkracht aan de nabije stedelijke centra, met name de Haagse agglomeratie. De positie van Delft lijkt wat vreemd, maar heeft alles te maken met de Ikea-vestiging ter plaatse.
- Er wordt koopkracht gewonnen in de Bollenstreek en Alphen en de veenstreek. Dat laatste is overigens niet tegenstrijdig met de eerder geconstateerde sterke koopkrachtbinding van Alphen. Het is enkel een indicatie dat de Leidse regio – en in dit geval vooral Leiderdorp en Zoeterwoude – een belangrijk alternatief is voor de Alphense consument. Bovendien komt een belangrijk deel van de 'Alphense' koopstroom uit Kaag en Braassem.

In het Koopstromenonderzoek wordt gesproken over een polarisatie van de winkelgebieden. En dan vooral in het niet-dagelijkse segment. De grotere stadscentra (Amsterdam, Utrecht, Den Haag) weten hun marktaandeel te vergroten ten opzichte van de kleine en ook middelgrote centra. Maar ook binnen de Leidse regio vindt een verschuiving van koopstromen plaats.

4.6 Polarisatie binnen 071

Het landelijke 'polarisatie-patroon' zet zicht voort binnen de Leidse regio. We vergelijken in de tabel het marktaandeel van beiden over de jaren 2016 en 2018.⁸ De omzetten van de vier dorpscentra tellen we bij elkaar op, verder inzoomen maakt de cijfers onnauwkeuriger.

⁶ Bollenstreek: Hillegom, Lisse, Noordwijk en Teylingen. Veenstreek: Alphen, Kaag en Braassem, Bodegraven, Waddinxveen. Haagse agglomeratie: Den Haag, Wassenaar, Leidschendam-Voorburg, Zoetermeer. Groot-Amsterdam: Amsterdam, Haarlemmermeer, Haarlem.

⁷ Niet exact meetbaar, marktaandeel is kleiner dan 0,5% van totale inkomsten in 071 gebied en daarmee lager dan 1,5 mln. Voor de balans is uitgegaan van een conservatieve schatting van 0,5 mln aan inkomsten.

⁸ Marktaandeel in percentage van totale omzet in betreffende segment.

	Marktaandeel in dagelijks segment 2016	Marktaandeel in dagelijks segment 2018	Marktaandeel in niet-dagelijks segment 2016	Marktaandeel in niet-dagelijks segment 2018
Binnenstad Leiden	13.8%	15.7%	29.1%	33.4%
Katwijk aan Zee, Winkelhof, Voorschoten Centrum en de Kemp	16.7%	18.5%	19.0%	18.3%

Het verschil zit in het niet-dagelijkse segment. De Leidse binnenstad weet haar marktaandeel te vergroten. Dat lijkt ten koste te gaan van de dorpscentra die gezamenlijk aan positie verliezen.

Deze opmerkelijke groei van de Leidse binnenstad is niet zonder twijfel omgeven. Cijfers uit de eigen Leidse Binnenstad Index laten een ander beeld zien. De geschatte aankoop van artikelen in de binnenstad loopt daar nog steeds terug. Evenals het aantal winkels, vooral in het mode-segment. De winkels zijn zelfs de enige sector in de binnenstad die aan positie verliest. De totale werkgelegenheid in de binnenstad groeit, het aantal bezoekers stijgt, en we tellen ook steeds meer bedrijfsvestigingen buiten de detailhandel. Het winkelbedrijf is al lang niet meer de primaire drager van de binnenstadseconomie.

De landelijke analyse is in ieder geval dat de kleinere recreatieve centra het lastig gaan krijgen. Door concurrentie van het internet, maar ook van de grotere centra die bezoekers aantrekken met meer abstracte producten als sfeer en beleving.

4.7 Meer inwoners, minder winkelmeters per inwoner

De Leidse regio is onmiskenbaar een regio met populatiegroei. Jaarlijks stijgt het aantal bewoners met een half tot één procent. Anders berekend: in vijf jaar tijd is de populatie met 3,4% gegroeid, ruim boven het landelijk gemiddelde. De prognoses zijn dat de groei voorlopig nog aanhoudt. De voorlopige CBS modellen houden het op een groei van 7,5% tot 2030. Dat zou nog eens 20.000 inwoners extra betekenen. Wat betekent dat voor de Retail?

We drukken het uit in één tabel waarbij we het aantal inwoners en huishoudens koppelen aan het aantal winkelmeters.

	2015	2016	2017	2018	2019
Aantal gebruikte winkelmeters per 1.000 inwoners	1.498	1.469	1.467	1.455	1.460
Aantal gebruikte winkelmeters per 1.000 huishoudens	3.177	3.086	3.064	3.039	3.037

Waar we eerder zagen dat het totaal aantal winkelmeters vrij stabiel blijft, verandert dat beeld wanneer we dat koppelen aan de populatieomvang. Per inwoner en per huishouden is het aanbod aan winkelruimte afgenomen. Het potentieel aantal klanten mag dan toenemen, dat leidt niet perse tot betere verdienposities voor de retailers.

We kunnen deze beweging ook nog eens specificeren voor de verschillende segmenten: dagelijks en niet-dagelijks.

	2015	2016	2017	2018	2019
Aantal gebruikte winkelmeters dagelijks aanbod per 1.000 inwoners	319 m ²	319 m ²	333 m ²	338 m ²	340 m ²
Aantal gebruikte winkelmeters niet-dagelijks aanbod per 1.000 inwoners	1.190 m ²	1.150 m ²	1.134 m ²	1.117 m ²	1.116 m ²

- In het dagelijks segment is sprake van een marktverruiming. We zagen eerder al dat het oppervlakte aan supermarktmeters flink is toegenomen. Hier zien we dat het met meer te maken heeft dan alleen populatiegroei. Er is niet enkel bijgebouwd voor de nieuwe inwoners. De markt reageert vooral ook op de toenemende vraag naar een totaal vers-aanbod en andere dagelijkse producten.
- De daling van het relatieve aantal winkelmeters zit geheel in het niet-dagelijkse segment.

4 HET 071 GEBIED ONTWIKKELINGEN IN HET AANBOD

In het aanbod noteren we de volgende meest prominente ontwikkelingen:

- een stabiel aantal winkelmeters, maar minder meters per inwoner;
- daling van de leegstand door transformatie;
- groei van de (dag)horeca;
- stevige groei en opschaling in het supermarktaanbod;
- vertrek van diverse modeketens in recreatieve centra;

In onderstaand schema vatten we de data die behoren bij deze ontwikkelingen samen. We gebruiken Locatus cijfers uit 2015, 2018 en 2019 en voorzien de data van een compacte verklarende beschrijving.

Ontwikkelingen in het aanbod - overzicht

	Procentuele ontwikkeling 2015 - 2019	2015	2018	2019	Beschrijving
Aantal gebruikte winkelmeters	+ 0.1%	402.000	399.000	402.600	We noteren een opvallend stabiel verloop. Binnen het totaal flinke verschuivingen: meer dagelijks aanbod, minder niet-dagelijks.
Aantal gebruikte winkelmeters per inwoner	- 2.5%	1.498	1.455	1.460	Het relatieve aandeel winkelmeters is wel afgenomen door een populatiegroei. Ten opzichte van 2015 telt de regio 2.7% meer bewoners.
Leegstand in meters	- 21%	39.700	34.200	31.200	Conform het landelijk beeld is de winkelleegstand flink teruggelopen. Op de Baanderij zijn veel leegstaande meters opgevuld. En in Leiden is een leegstaande solitair pand van zekere omvang gesloopt en vervangen door nieuwe woningbouw.
Aantal meters horeca ⁹	+ 4.6% (2018-2019)	-	54.100	56.600	Flinke stijging in één jaar tijd. Ruim de helft van de horeca is te vinden in de recreatieve centra – de Leidse binnenstad voorop. In het afgelopen jaar zijn vooral de

⁹ Exclusief hotels, partycentra, coffeeshops en nachthoreca.

					horecameters op solitaire locaties gestegen.
Aantal gebruikte winkelmeters naar segment (dagelijks en niet-dagelijks)					
Aantal meters dagelijks aanbod	+ 11%	85.500	92.700	94.800	Stevige groei vrijwel geheel door uitbreiding supermarktmeters.
Aantal meters niet-dagelijks	- 2.8%	316.500	306.300	307.700	Daling vooral merkbaar in de recreatieve centra met vertrek aantal modeketens. Daarnaast minder meubelverkoop op 't Heen.
Aantal gebruikte winkelmeters naar type winkelgebied					
Recreatieve centra ¹⁰	- 3.1%	130.000	128.400	126.900	Gestage daling ingezet door minder mode- en luxewinkels. Ondanks de nieuwbouw aan de Aalmarkt/Catharinasteeg met 3.800 m ² extra winkelruimte.
Boodschappencentra ¹¹	+ 12.4%	60.500	65.900	68.000	Groei supermarkten vooral zichtbaar. Daarnaast nieuwbouw (Nieuw Rhijngest, Lammenschansdriehoek) en revitalisatie met uitbreiding (o.a. Kooiplein, Stevensbloem).
Doelgerichte centra	- 1.6%	139.600	133.700	137.400	Belangrijkste verschuivingen zichtbaar op Katwijk 't Heen. In 2019 voorziene uitbreiding Rijnke Boulevard.
Winkels buiten detailhandelsstructuur	- 2.4%	72.000	71.000	70.300	Daling afkomstig van gesloopt solitair gelegen pand met voormalige pdv-bestemming in Leiden.

We gaan het aanbod verder specificeren aan de hand van branche-gegevens.

¹⁰ Inclusief secundaire aankooplocatie Stationsgebied

¹¹ Inclusief de (nog) van omvang zeer kleine secundaire aankooplocaties BSP

Ontwikkelingen in het aanbod – naar branche

	Procentuele ontwikkeling 2015 - 2019	2015	2018	2019	Beschrijving
Aantal gebruikte winkelmeters naar branche in dagelijks segment					
Aantal supermarktmeters	+ 15%	56.100	61.400	64.500	Duidelijke trend naar grotere supermarkten. Het aantal supermarkten met oppervlak boven de 1.000 m ² is gestegen van 24 naar 33. Groter assortiment vraagt meer ruimte.
Aantal meters overig dagelijks aanbod	+ 3.2%	29.400	31.300	30.300	Kleine plus ten opzichte van 2015. In langjarig verloop vrij stabiel. Opvallend aangezien landelijk het aantal zelfstandige vers-winkeliers (bakkers, slagers, e.a.) daalt.
Aantal gebruikte winkelmeters naar branche in niet-dagelijks segment					
Aantal winkelmeters mode & luxe	- 5.5%	80.900	78.400	76.400	In dit segment vindt een kleine uitsorting plaats. Zwakke ketens vallen om, nieuwe sterke merken komen daarvoor in de plaats. Vooral in de Leidse binnenstad waar actief wordt geacquireerd op het binnenhalen van grote merken.
Aantal winkelmeters vrije tijd	+ 4.6%	19.300	19.200	20.200	Kleinere branche met o.a. boekenzaken, hobbyzaken en sportspecialwinkels. Kleine stijging zichtbaar in sportzaken.
Aantal winkelmeters 'in en om het huis'	- 2.2%	201.200	194.900	196.700	Grote branche met vooral handel in 'volumineuze goederen' (grote artikelen). Veel variëteit binnen branche. Nadere specificatie volgt in dit schema.
Aantal winkelmeters overige detailhandel niet-dagelijks	- 7.6%	15.100	13.800	14.000	Grote diversiteit aan winkels. Kringloopwinkels als grotere categorie binnen de branche. De kringloopwinkels zitten wel in de lift. Groot verloop in categorie door diverse 'tijdelijke winkels'.

Specificatie aantal winkelmeters branche 'in en om het huis'					
Plant en dier	+ 10%	27.800	30.100	30.600	Locatus noteert onder andere een uitbreiding van het tuincentrum in Leiderdorp. En daarnaast een uitbreiding van een aanbieder van tuinmeubelen op WOOON.
Bruin en witgoed (electronica)	- 10%	9.900	8.600	8.900	Het aantal kleine zaken in deze branche is afgenomen, er zijn vooral minder telecomzaken. Op de Rijnke Boulevard is daarentegen een grote aanbieder bijgekomen.
Fietsen, scooters, auto-onderdelen	- 1.8%	9.900	9.400	9.700	Het vertrek van een auto-onderdelen aanbieder drukt de ontwikkeling in deze sub-branche. De fietsenverkoop groeit juist in aantallen meters.
Doe het zelf zaken	- 6.8%	37.100	35.500	34.600	De daling komt met name voor rekening van speciaalzaken. De algemene bouwmarkten laten een stabiel verloop zien.
Wooninterieurzaken ¹²	- 3.1%	116.600	111.200	112.900	Bijna 80% van de wooninterieurzaken is terug te vinden op de doelgerichte winkellocaties. De daling heeft met name te maken met het vertrek van een groot meubelfiliaal op Katwijk 't Heen. De Rijnke Boulevard en De Baanderij zien juist een toename aan meters voor wooninterieurzaken. Landelijk is overigens sprake van een sterke stijging van de omzet per vierkante meter. De een zijn dood is de ander zijn brood.

Ter afsluiting van het overzicht van de aanbodzijde kijken we naar het aantal ketens in het winkelbestand ten opzichte van zelfstandige winkeliers.

¹² Onder andere meubelverkopers, keukens en badkamerspecialisten, vloerverkoop en beddenzaken.

Ontwikkelingen in het aanbod - filialisering

	Procentuele ontwikkeling 2015 - 2019	2015	2018	2019	Beschrijving
Aantal filialen inclusief franchise-ondernemingen	- 4.0%	569	542	546	Doorzettende 'shake-out' van zwakke winkelformules. Een aantal merken weten echter hun marktpositie uit te breiden.
Aantal zelfstandige winkeliers	- 8.8%	937	897	855	Veel kleinere zelfstandige winkels sluiten de deuren.
Aantal filiaal-meters incl. franchise	+ 2.8%	254.300	255.800	261.500	Daling in aantal filialen, maar stijging aantal meters met opmars van vooral supermarkten.
Aantal winkelmeters zelfstandige winkeliers	- 4.5%	147.700	143.200	141.000	Afname over de hele linie van aantal zelfstandigen.
Filialisering niet-dagelijks segment excl. 'in en om het huis'					
Aantal filiaal-meters incl. franchise	- 5.6%	67.219	64.804	63.408	In vooral mode & luxe segment neemt het aantal filiaal-meters af.
Aantal winkelmeters zelfstandige winkeliers	- 1.0%	48.103	46.536	47.626	Afname bij zelfstandigen in deze branche juist beperkt. Kan duiden op de toenemende vraag naar nicheproducten en speciaalzaken.

Bijlage

1 Methodologische verantwoording

Locatus bestand

Locatus is een marktonderzoeksbureau dat op eigen initiatief data verzamelt over de Retail in ons land (en België plus Luxemburg). Er vindt geen koppeling plaats met andere databestanden zoals bijvoorbeeld het Kadaster of CBS. De cijfers worden verzameld door een 'buitendienst' die op eigen waarneming het bestand blijft updaten. Jaarlijks wordt gecontroleerd of de bestemming nog accuraat is en of er veranderingen zijn opgetreden in het oppervlakte.

Er worden cijfers verzameld voor de detailhandel, de horeca en de dienstverlening. In het bestand zijn de volgende gegevens raadpleegbaar:

- Adresgegevens
- Naam van de vestiging
- De hoofdbranche waar de winkel actief is: dagelijks, mode&lux, vrije tijd, in/om het huis, diensten, transport & brandstoffen, leisure, of leegstand
- De onderliggende branche waar de winkel actief is: zeer divers aantal specifieke branches, van bruin- en witgoed tot schoenen en lederwaren en van financiële instelling tot juwelier.
- De omschrijving, vaak weer een specificatie van de betreffende branche (damesmode, computers, bank, slijterij, kapper)
- Het aantal meters winkelvloeroppervlak
- Het peiljaar

Locatus richt zich met sterke nadruk op het winkelbestand. Weliswaar worden andere verkooppunten als horeca en dienstverlening met adresgegevens in het bestand opgenomen. Het oppervlakte van die beide laatste categorieën ontbreekt echter. Locatus rekent het niet tot zijn primaire doelstelling om deze gegevens bij te houden. Sterker, wanneer een winkel wordt getransformeerd naar bijvoorbeeld een broodjeszaak worden de vierkante meters in het bestand geschrapt. De adresgegevens van de broodjeszaak blijven staan maar het oppervlakte wordt niet meer gemeten.

Het is nog de vraag of dit problematisch is. Als we de Retail benaderen vanuit de smalle definitie van enkel het winkelbestand exclusief horeca en dienstverlening is de daling in het aantal meters reëel te noemen. Het wordt echter lastiger wanneer we ook de leegstand daarbij betrekken.

Leegstandmeters worden door Locatus altijd uitgedrukt in vierkante meters. De bestemming die op een pand rust is vaak een gemengde bestemming (winkel, horeca, kantoor). Dat klinkt logisch aangezien de leegstaande panden bij verhuur kunnen worden gebruikt als winkel. Maar dat gebeurt lang niet altijd. Steeds vaker worden panden gebruikt door dienstverleners, horeca en wellness. En in sommige gevallen volgen winkels en andere bestemmingen zich in hetzelfde pand in kort tempo op. In 2015 een kledingwinkel, in 2016 leegstand, in 2017 tijdelijk een kapper, in 2018 weer leegstand en in 2019 een delicatessenzaak. Dit soort bewegingen komen we in de bestanden tegen. En dat kan tot 'rare sprongen' leiden. In het voorgaande geval: van harde winkelmeters, naar leegstand en geen winkelmeters naar tot slot weer een terugkeer naar winkelmeters.

Een goed voorbeeld is het adres Ambachtsweg 11 in Katwijk.

- In 2015 meldt Locatus in totaal 8.590 winkelmeters op dit adres die leegstaan. Daarvan wordt 2.340 gebruikt voor een Trendhopper. En 6.250 meters staan leeg.
- In 2016 is het totale oppervlakte bijgesteld naar 8.200 winkelmeters. De meubelwinkel – veranderd naar 'Trends 4 Sale' – telt nog maar 1.950 meters vloeroppervlak. De leegstand is nog steeds 6.250 meter. Wat er is gebeurd met de 390 meters winkelruimte van de meubelwinkel is onduidelijk.
- In 2017 en 2018 meldt het bestand nog maar 4.750 vierkante meter leegstaande winkelruimte.
- In 2019 staat een Toolstation vestiging van 70 vierkante meter, de overige meters zijn uit het bestand verdwenen

Wat lastig is, is dat niet duidelijk is wat er met de verdwenen meters is gebeurd. Kantoorruimte? Woningen? Of staan de meters nog steeds leeg en is er sprake van een administratieve fout? Op internet treffen we bovendien aan dat de panden Ambachtsweg 11 en 13 geschakeld zijn. Het maken van een onderscheid naar adres is mogelijk ingewikkelder dan het lijkt.

Deze voorbeelden doen zich over het hele bestand voor. Daar kunnen reële bewegingen achter zitten, maar een gedetailleerde blik in het databestand is nodig om daar zeker van te zijn. We hebben dat in veel gevallen gedaan. Toch presenteren we de cijfers in deze concept monitor met enige 'slag om de arm'.

Koopstromenonderzoek

Het Koopstromenonderzoek bevat een schat aan cijfermatige indicaties van de stand van de Retail in de hele Randstad. Er zijn factsheets beschikbaar tot op gemeente- en locatieniveau. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdconclusies die we uit de gegevens kunnen afleiden.

We herhalen op deze plek wel de kanttekening die we in de evaluatie al plaatsten bij de KSO-cijfers.

De genoemde bedragen (van het KSO) zijn geschatte waarden op basis van door consumenten aangedragen informatie gecombineerd met landelijk bekende koopstromen. Het KSO werkt oftewel met indicaties. Gegevens over daadwerkelijk gerealiseerde opbrengsten zijn er niet.

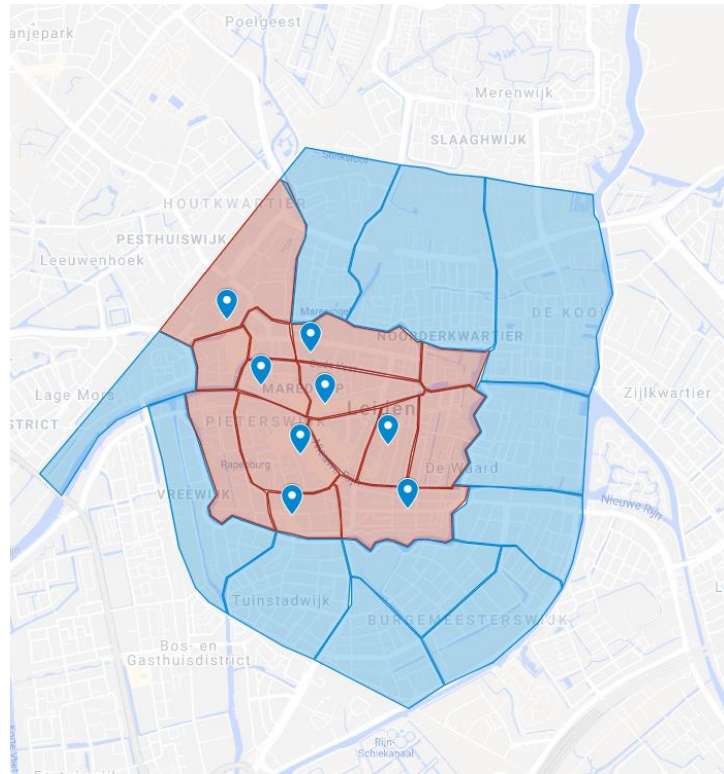
Op gemeentelijk niveau zijn de cijfers het meest betekenisvol. De respons van consumenten is hoger, en de afwijking van landelijke koopstromen zal beperkter zijn. De indicaties worden onnauwkeuriger naarmate we verder inzoomen. Ter illustratie: in de Winkelhof groeit de omzet in het dagelijkse segment met ruim 50%. Een opmerkelijk grote stijging gezien het gelijkblijvend aantal winkelmeters. En ook niet helemaal verklaarbaar gezien de genoteerde daling van het bezoekersaantal door de winkeliersvereniging ter plekke. Cijfers tot op winkellocatie zijn in het KSO onderzoek kortom wel beschikbaar maar worden om deze reden niet opgenomen in dit overzicht.

In deze Retailmonitor beperken we ons zoveel mogelijk tot de regionale / gemeentelijke gegevens omwille van betrouwbaarheid. Voor de grotere doelgerichte winkellocaties presenteren we eveneens KSO cijfers, zij het met enige slag om de arm.

FACTSHEETS RECREATIEVE CENTRA

Recreatief centrum

- De binnenstad laat een gestage verschuiving zien van winkelmeters naar horeca en dienstverlening.
- Het verlies aan winkelmeters zit deels in het faillissement van een aantal grote ketens. De nieuwbouw aan de Aalmarkt/Catharinasteeg van circa 3.800 m2 heeft die daling niet kunnen compenseren.
- Het vertrek van Hudson's Bay is nog niet verwerkt in de cijfers. Er wordt overigens al uitgekeken naar een nieuwe (tijdelijke huurder).



	2015	2019
Totaal winkelvloeroppervlak in gebruik	76.440	73.640
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	48.160
Aantal leegstaande meters	7.740	8.390
% meters recreatief aanbod	66%	66%
Filiaalmeters in niet-dagelijks aanbod (in %)	59%	62%
Supermarktmeters	9.410	9.190
Aantal supermarkten	10	10
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	23.800	23.500
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	32.900	34.700
Inwoners verzorgingsgebied niet-dagelijks (= regio)	268.300	275.700

Zeezijde centrum

Katwijk

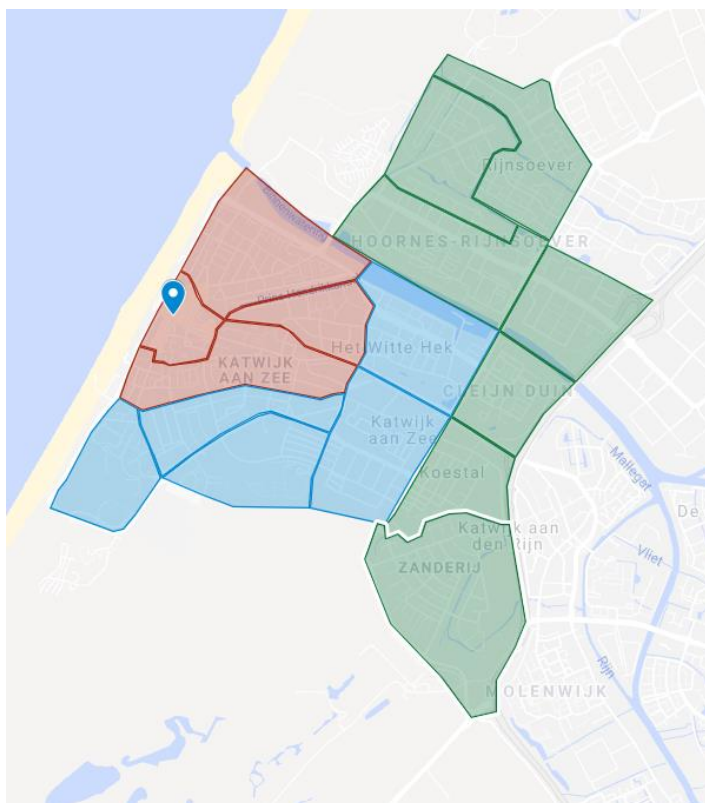
Recreatief centrum

Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)

7%

9%

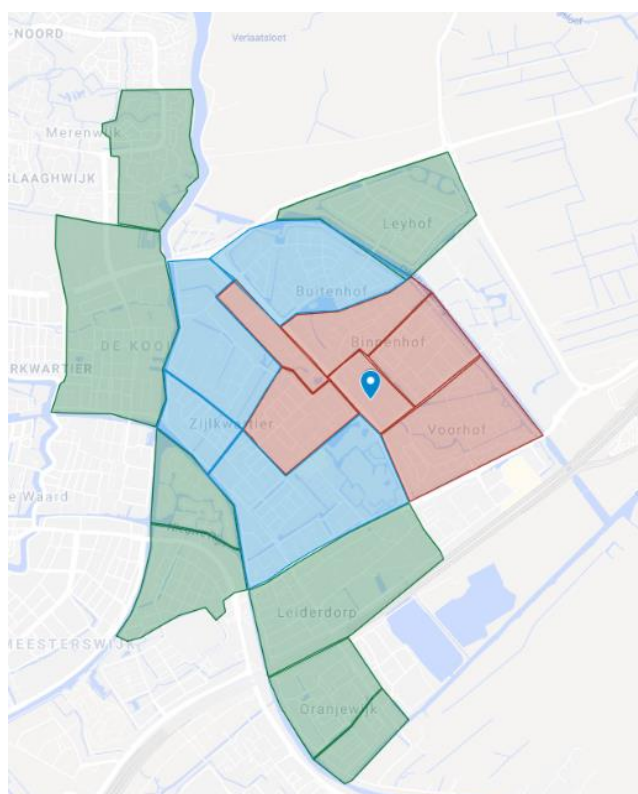
- De Action heeft zich gevestigd in het oude pand van de Albert Heijn. Deze supermarkt is vertrokken uit het winkelgebied.
- Sinds 2019 heeft zich weer een tweede supermarkt in het gebied gevestigd (Coop).
- Sinds 2016 staan panden van Miss Etam en Strego leeg.



	2015	2019
Totaal winkelvloeroppervlak in gebruik	21.610	20.580
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	4.770
Aantal leegstaande meters	1.520	2.180
% meters recreatief aanbod	65%	69%
Filiaalmeters in niet-dagelijks aanbod (in %)	55%	51%
Supermarktmeters	2.150	1.638
Aantal supermarkten	2	2
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	9.700	9.900
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	7.600	7.900

Winkelhof <i>Recreatief centrum</i>	Leiderdorp	
Inwoners verzorgingsgebied niet-dagelijks (rood, blauw en groen)	34.100	34.600
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	17%	19%

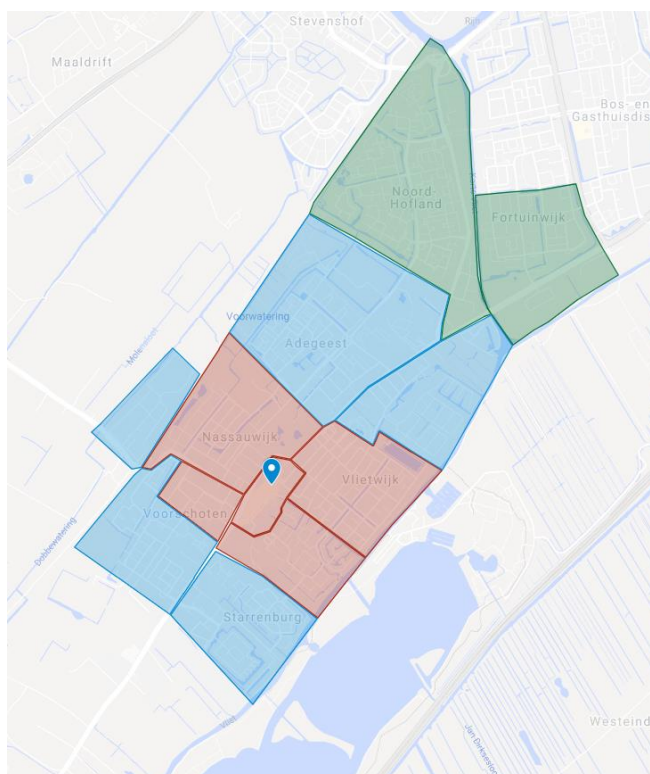
- Twee leegstaande panden zijn opgevuld met nieuwe filiaalvestigingen.
- De parkeergarage van de Winkelhof is onlangs gerevitaliseerd.
- De wijken rondom de Winkelhof zijn relatief sterk vergrijsd. In de nabije toekomst lijkt dat vooral toe te nemen.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	11.980	12.150
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	1.690
Aantal leegstaande meters	930	430
% meters recreatief aanbod	48%	47%
Filiaalmeters in niet-dagelijks aanbod (in %)	71%	63%
Supermarktmeters	3.660	3.660
Aantal supermarkten	2	2
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	10.400	10.500

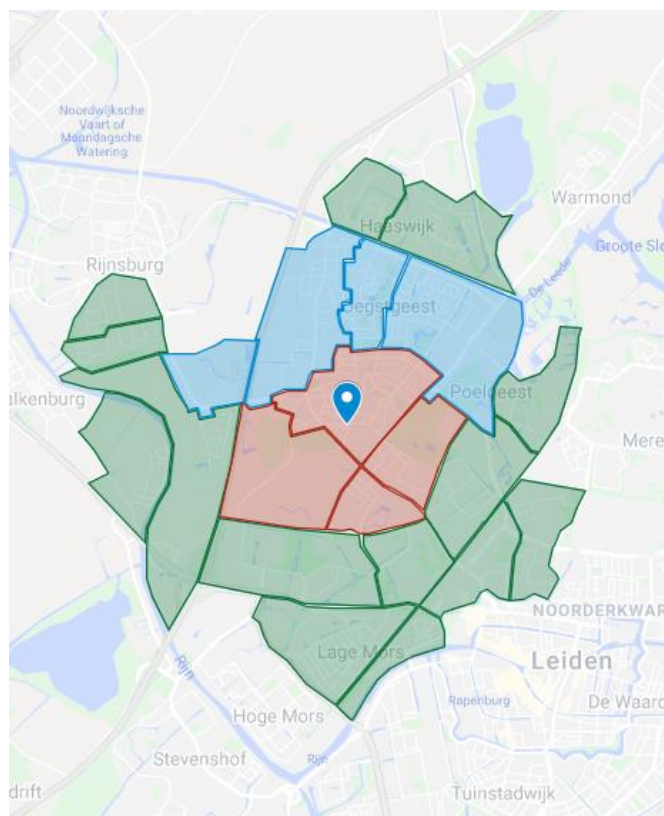
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	7.900	7.900
Inwoners verzorgingsgebied niet-dagelijks (rood, blauw en groen)	39.300	39.900
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	27%	28%

- In 2017 is het vernieuwde centrum van Voorschoten officieel geopend. De uitstraling is hierdoor verbeterd en zijn er meer winkelmeters bijgekomen. Onder andere met de vestiging van een nieuwe, grote supermarkt.
- De leegstand in het centrum is iets gedaald. In 2020 lijkt deze weer op te lopen met de sluiting van de Zeeman.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	12.150	13.480
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	3.490
Aantal leegstaande meters	690	560
% meters recreatief aanbod	46%	41%
Filiaalmeters in niet-dagelijks aanbod (in %)	38%	41%
Supermarktmeters	2.160	3.530
Aantal supermarkten	2	4
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	9.900	10.100
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	9.500	9.500
Inwoners verzorgingsgebied niet-dagelijks (rood, blauw en groen)	26.700	27.200
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	20%	22%

- De leegstand in het centrum neemt gestaag toe met het vertrek van een aantal winkels.
- Binnen de straat zijn een aantal winkels van plek verhuisd, zij laten vaak een leegstand pand achter.
- De populatiegroei in Nieuw Rhijngeest kan een impuls bieden aan de winkelstraat, mits ze de nieuwe bewoners tot een bezoek kunnen verleiden.

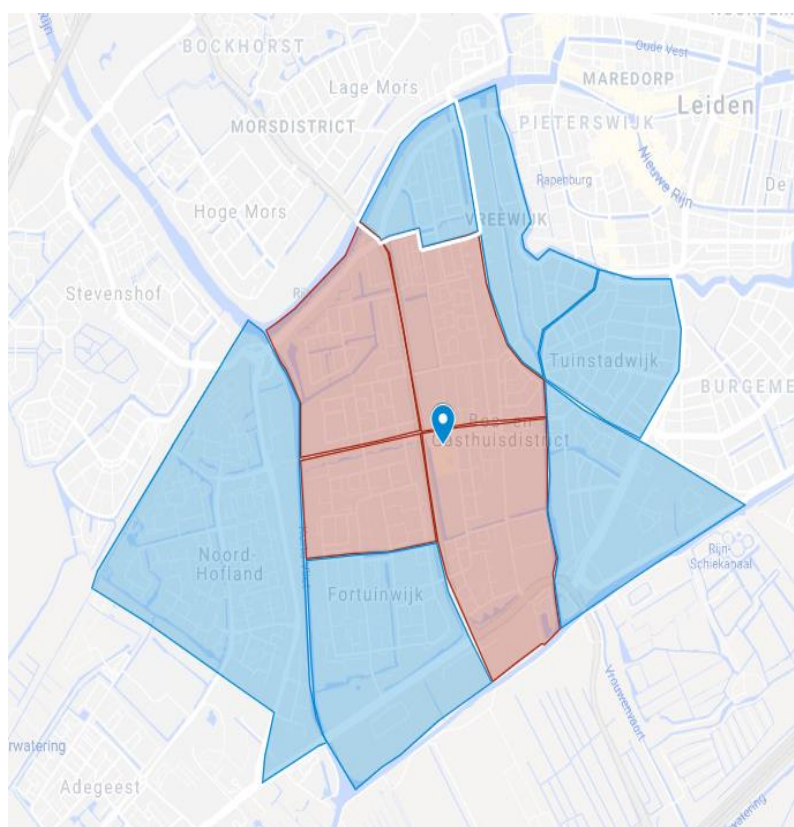


	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	7.820	7.040
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	1.420
Aantal leegstaande meters	60	800
% meters recreatief aanbod	50%	48%
Filiaalmeters in niet-dagelijks aanbod (in %)	28%	31%
Supermarktmeters	1.310	1.310
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	6.900	6.700
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	8.700	8.900
Inwoners verzorgingsgebied niet-dagelijks (rood, blauw en groen)	35.900	39.600
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	19%	21%

FACTSHEETS

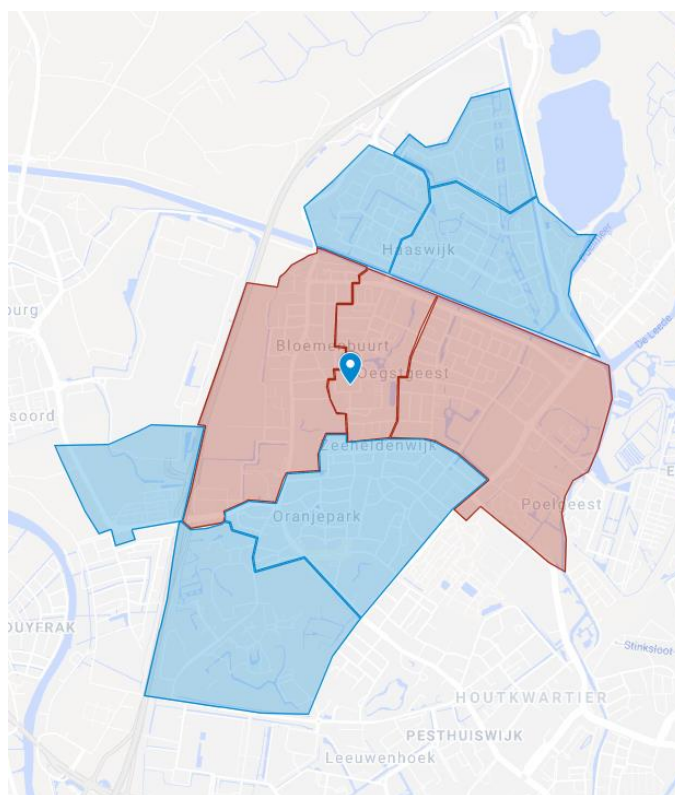
BOODSCHAPPENCENTRA

- Het wijkwinkelcentrum profiteert van het grote boodschappencluster. De vestiging van de AH XL heeft een aantrekkingskracht voorbij de grenzen van Zuidwest. En de Lidl is onlangs vernieuwd en uitgebreid.
- Het overige aanbod is nagenoeg gelijk gebleven.



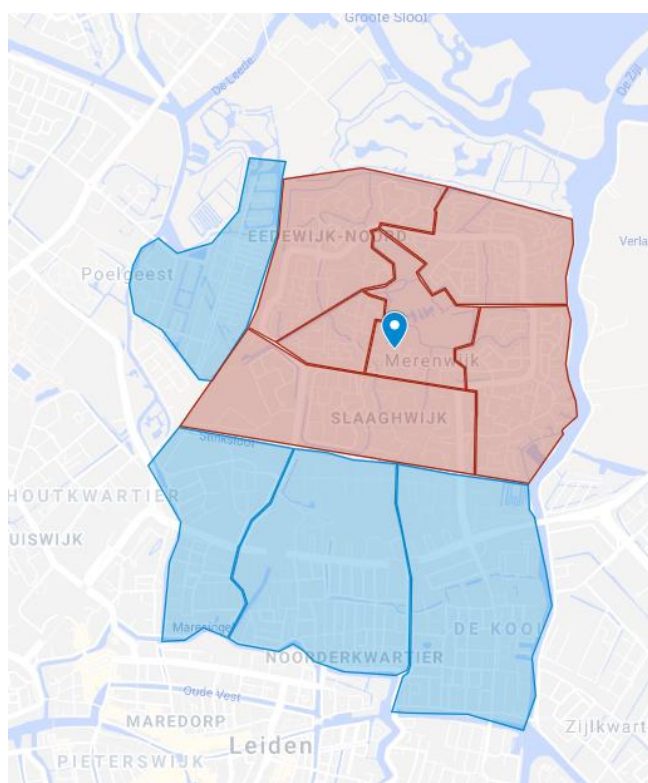
	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	9.660	9.780
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	1.080
Aantal leegstaande meters	550	580
% meters dagelijks aanbod	60%	63%
Supermarktmeters	4.410	4.550
Aantal supermarkten	3	3
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	11.600	12.400
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	24.300	25.800
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	17%	18%

- De supermarkten zijn ook in dit wijkcentrum de belangrijkste trekker. Beide supermarkten zijn recent uitgebreid.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	7.240	7.410
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	1.780
Aantal leegstaande meters	310	410
% meters dagelijks aanbod	58%	63%
Supermarktmeters	2.580	3.080
Aantal supermarkten	2	2
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	8.100	8.100
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	11.300	11.400
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	27%	27%

- Er wordt gewerkt aan een nieuw investeringsplan voor de Kopermolen, inclusief de toevoeging van een appartemententoren.
- Enige tijd geleden heeft het winkelcentrum al een 're-styling' ondergaan om de uitstraling te verbeteren. Het supermarkt- en versaanbod is destijds ook uitgebreid.
- De toevoeging van extra woonruimte kan de vergrijzing en bevolkingsdaling in de Merenwijk keren.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	6.830	6.630
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	1.250
Aantal leegstaande meters	690	1.100
% meters dagelijks aanbod	68%	72%
Supermarktmeters	3.300	3.440
Aantal supermarkten	3	3
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	14.300	14.300
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	16.700	18.200
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	19%	21%

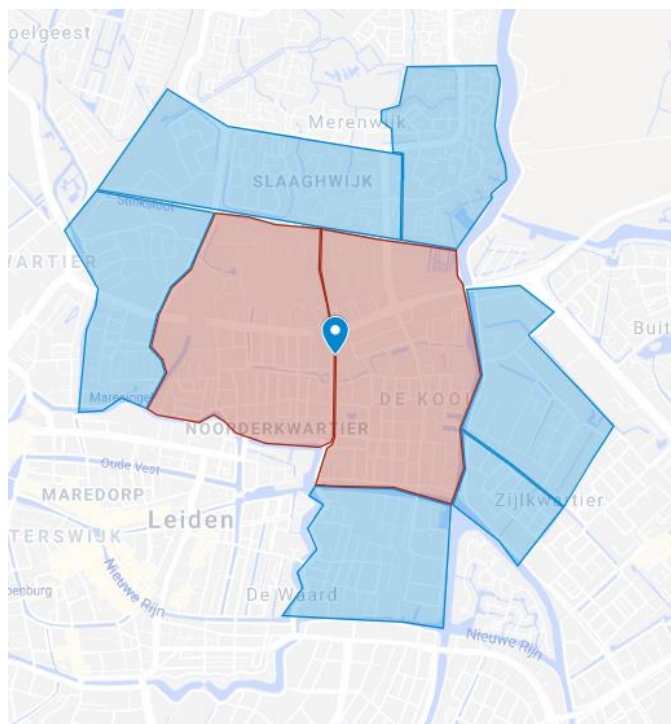
Kooiplein

Leiden

Boodschappencentrum

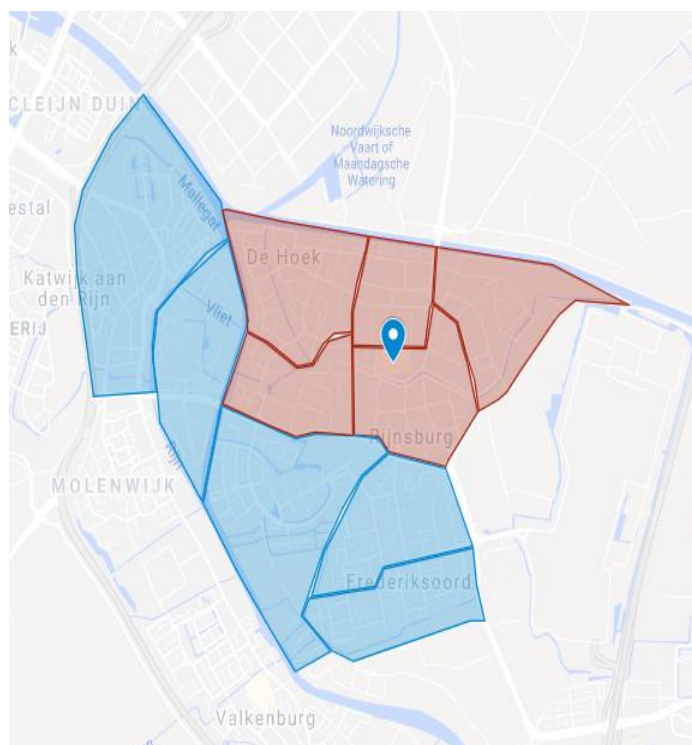
wijk

- Het Kooiplein is compleet vernieuwd met toevoeging van veel winkelmeters, vooral in het supermarktsegment.
- De leegstand concentreert zich op het oude gedeelte van het plein. Lokaal is de verwachting dat deze op termijn kan worden ingevuld.



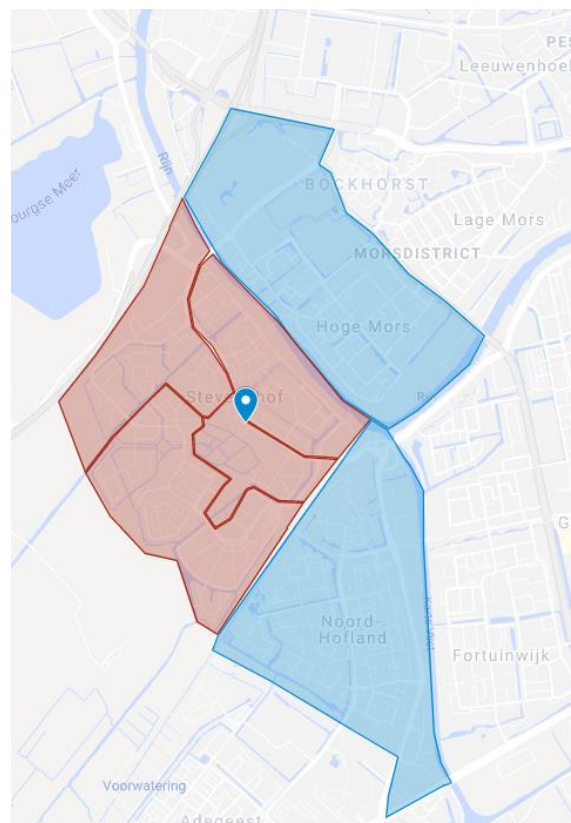
	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	1.180	3.880
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	1.030
Aantal leegstaande meters	0	980
% meters dagelijks aanbod	100%	97%
Supermarktmeters	720	3.080
Aantal supermarkten	1	2
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	11.600	12.400
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	12.700	12.200
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	13%	13%

- De supermarkt in de kern is in 2019 uitgebreid.
- De in 2015 nog leegstaande panden zijn goeddeels gevuld. Niet altijd met retail, maar bijvoorbeeld ook een zorgservicepunt.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	4790	4980
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	360
Aantal leegstaande meters	1.090	230
% meters dagelijks aanbod	54%	56%
Supermarktmeters	1	1
Aantal supermarkten	1.260	1.470
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	8.000	8.100
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	9.900	10.300
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	17%	19%

- De Stevensbloem is enige jaren geleden gerevitaliseerd. De supermarkten zijn vergroot. En enkele leegstaande delen zijn opgevuld.
- Het winkelcentrum kan zich opmaken voor een vergrijzing van de wijk. De 'honkvaste' Stevenshoffers naderen vrij massaal de pensioenleeftijd.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	3.180	4.130
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	660
Aantal leegstaande meters	680	220
% meters dagelijks aanbod	81%	86%
Supermarktmeters	2.030	2.600
Aantal supermarkten	2	2
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	11.400	11.000
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	10.500	10.400
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	14%	17%

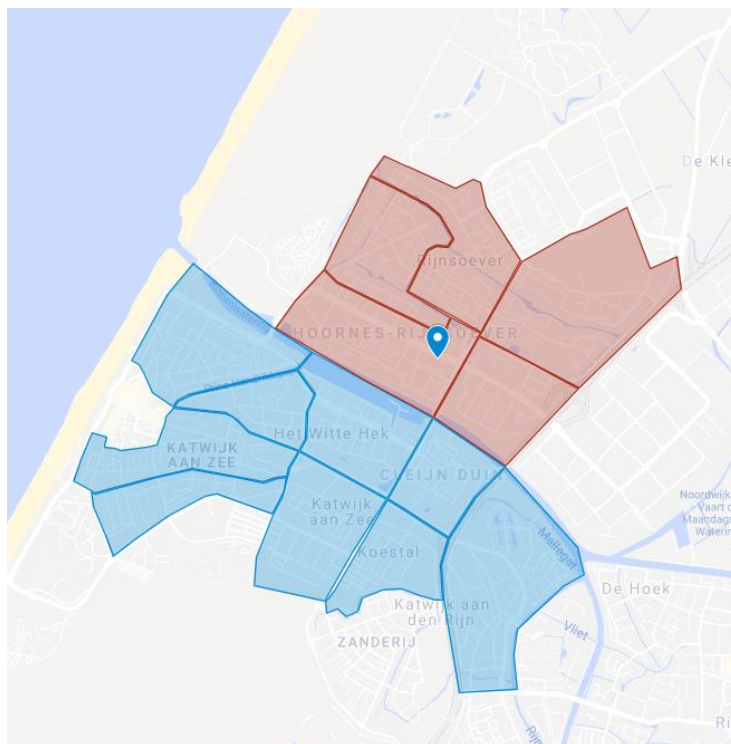
Hoornespassage

Boodschappencentrum

Katwijk

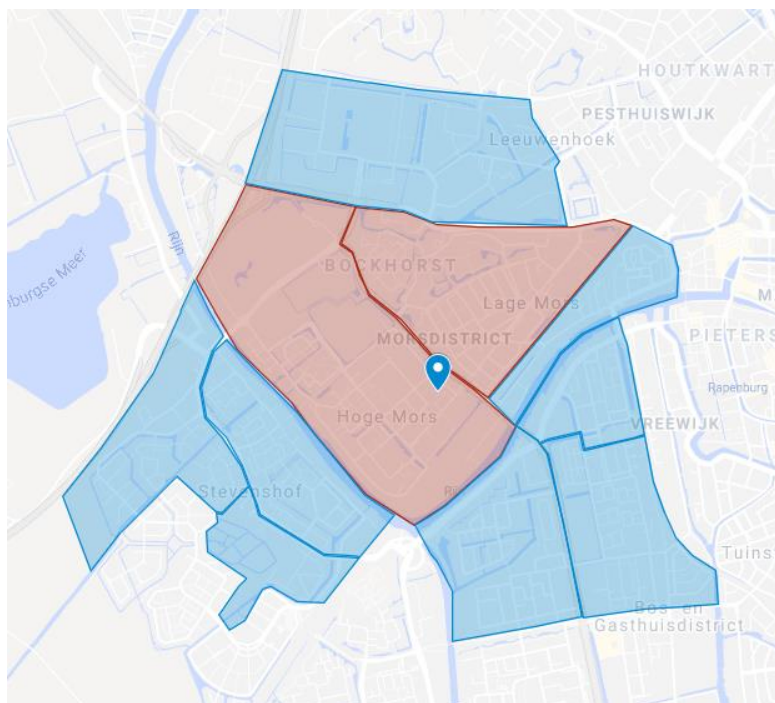
wijk

- De leegstand in de passage is licht toegenomen. Onder andere door het vertrek van een zorg-uitleenpunt naar 't Heen.
- Er wordt toegewerkt naar een revitalisering van het wijkcentrum. Recent zijn de ideeën van bewoners verzameld.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	3.540	3.460
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	380
Aantal leegstaande meters	170	540
% meters dagelijks aanbod	52%	67%
Supermarktmeters	984	984
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	13.500	13.200
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	21.200	21.600
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	15%	18%

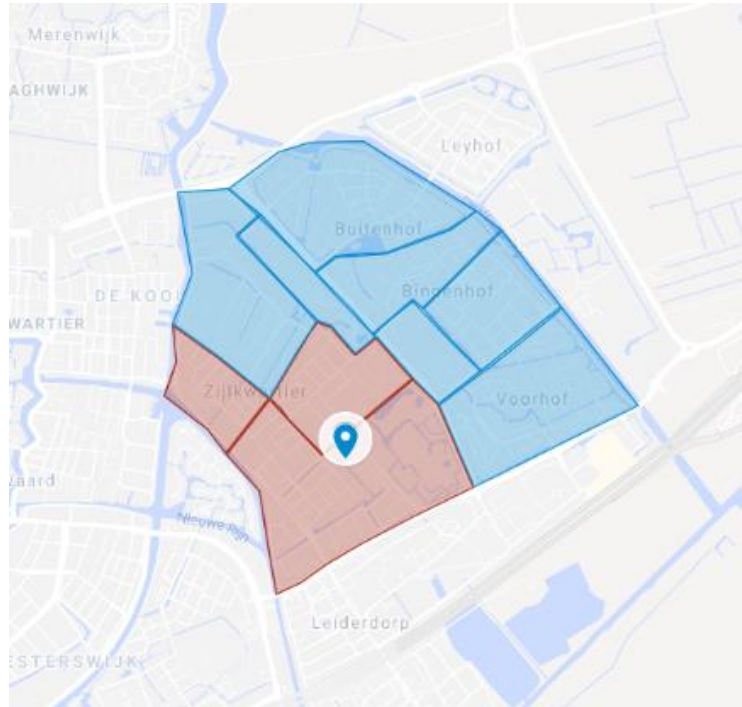
- Het centrum is toe aan een opknappbeurt. Er wordt toegewerkt naar een revitaliseringsplan. Tot die tijd is het centrum ingericht als 'regelluwe' zone. Er kan geëxperimenteerd worden met blurring en andere concepten met een publiekfunctie.
- Eén van de twee supermarkten is vertrokken. De ander is uitgebreid. Verschillende andere winkels zijn vertrokken en laten een leegstaand pand achter



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	2.420	2.110
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	.	260
Aantal leegstaande meters	110	480
% meters dagelijks aanbod	81%	89%
Supermarktmeters	1.380	1.350
Aantal supermarkten	2	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	9.300	9.300
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	17.500	17.700
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	19%	20%

Santhorst***Boodschappencentrum*****Leiderdorp*****wijk***

- De supermarkt is in 2018 uitgebreid en daarmee is de leegstand in het centrum opgelost.
- De omgeving van Santhorst kenmerkt zich door een stevige vergrijzing. Nieuwe gezinnen melden zich in Leiderdorp maar voorlopig blijft deze trend zich doorzetten.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	2500	2640
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	1530
Aantal leegstaande meters	160	-
% meters dagelijks aanbod	63%	72%
Supermarktmeters	1180	1590
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	6405	6495
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	11870	11925
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	24%	25%

- De lokale bloemenzaak is iets groter geworden. Verder geen wijzigingen.
- De supermarkt beraadt zich op uitbreiding maar dat is fysiek-ruimtelijk een uitdaging.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	3060	3080
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	80
Aantal leegstaande meters	-	-
% meters dagelijks aanbod	90%	90%
Supermarktmeters	2060	2060
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	6675	7220
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	13375	12960
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	19%	20%

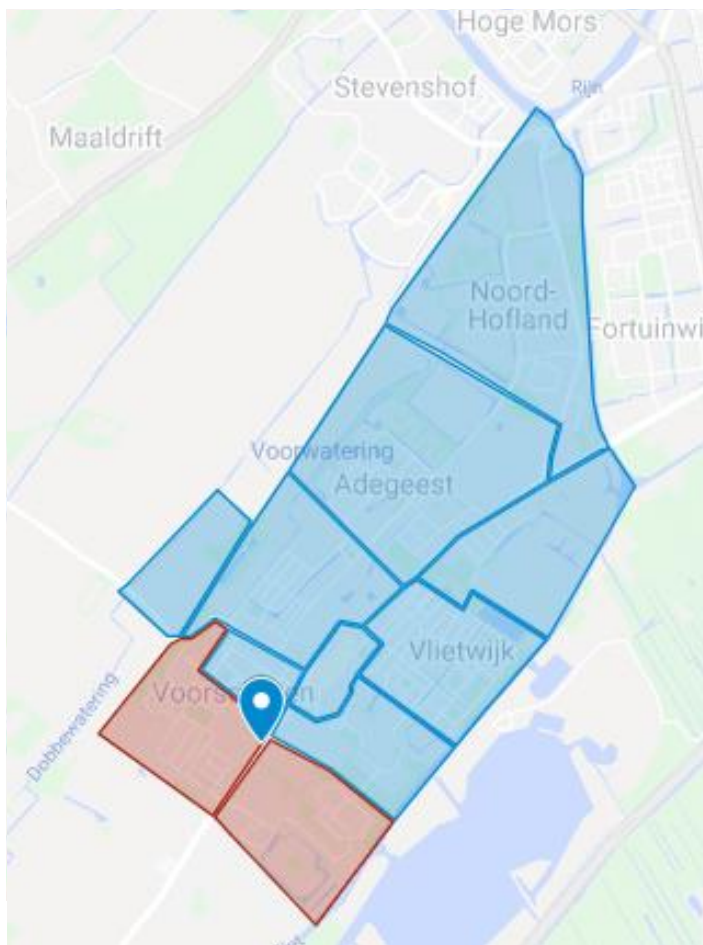
Hofland**Voorschoten*****Boodschappencentrum******buurt***

- Het centrum heeft in 2018 een kleine renovatie ondergaan. De supermarkt en boekhandel zijn daarbij uitgebreid.



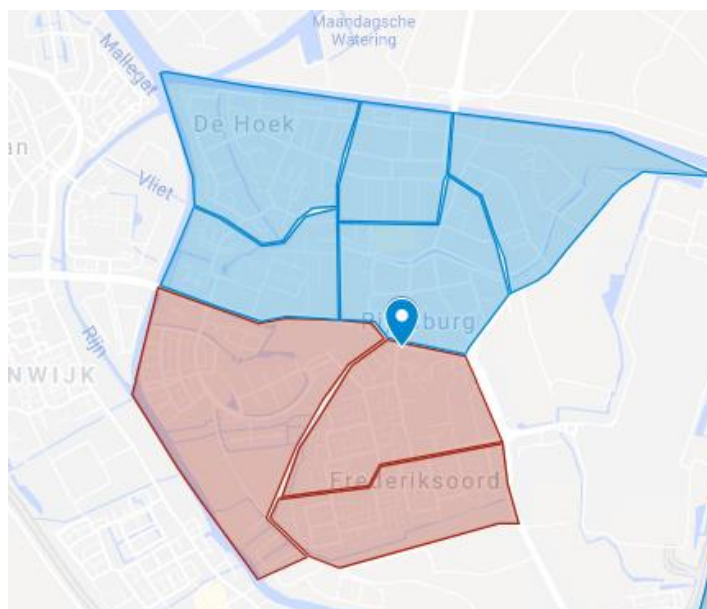
	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	1680	2300
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	260
Aantal leegstaande meters	45	-
% meters dagelijks aanbod	83%	73%
Supermarktmeters	1080	1480
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	5460	5600
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	31130	30100
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	22%	22%

- Met het grote vers-aanbod komen bewoners uit heel Voorschoten naar dit centrum toe. De Hoogvliet wordt bij het cluster gerekend.
- De Van der Valk Versmarkt is uitgebreid en de Hoogvliet is juist kleiner geworden.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	3390	2870
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	800
Aantal leegstaande meters	-	-
% meters dagelijks aanbod	91%	87%
Supermarktmeters	2850	2690
Aantal supermarkten	2	2
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	4485	4375
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	20440	20870
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	21%	23%

- Het koopcentrum beschikt over twee grote trekkers: de supermarkt (.1000 m2) en een kringloopwinkel
- De leegstand is vanaf 2016 flink beperkt met het opvullen van één pand met een tegel/keukenzaak.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	1140	1170
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	290
Aantal leegstaande meters	330	40
% meters dagelijks aanbod	48%	51%
Supermarktmeters	1050	1050
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	6490	6910
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	7960	8050
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	13%	15%

Bosplein

Katwijk

Boodschappencentrum

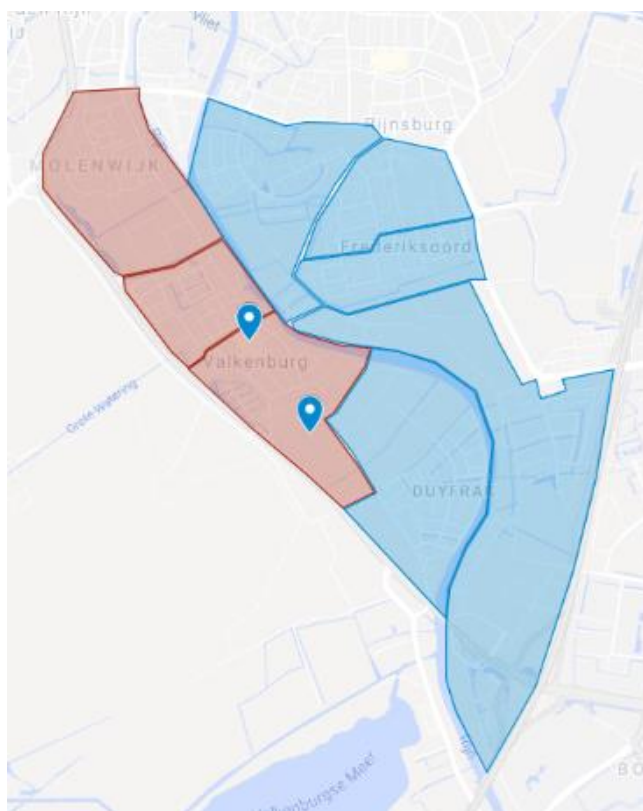
buurt

- Locatus noteert een beperkt aantal wijzigingen in dit centrum.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	950	950
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	210
Aantal leegstaande meters	-	-
% meters dagelijks aanbod	80%	79%
Supermarktmeters	1050	1050
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	3180	3130
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	18170	18630
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	19%	18%

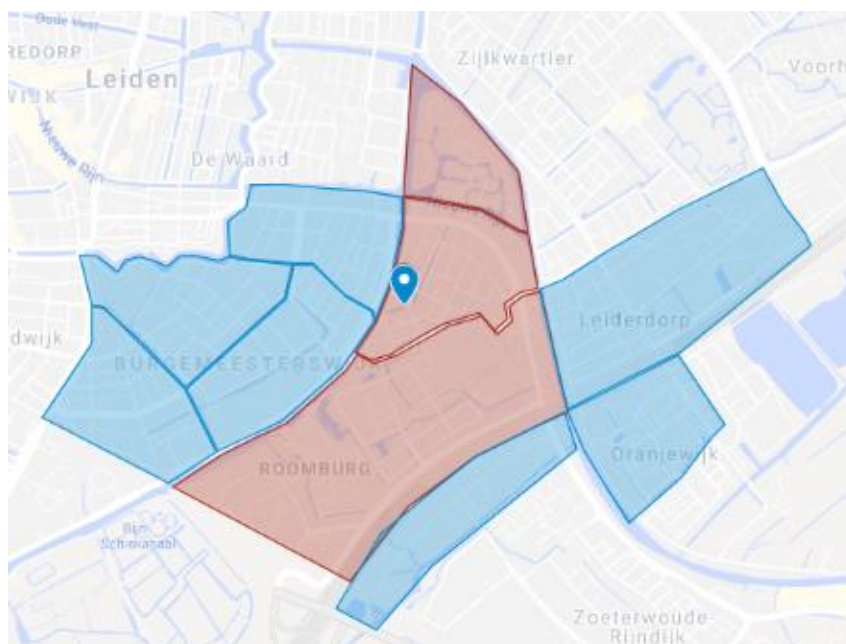
- De winkels in Valkenburg kunnen mogelijk profiteren van de nieuwe inwoners in Duyfrak en Rijnfront.
- De relatief solitair gelegen supermarkt heeft een uitbreiding gehad.
- Er is een nieuwe watersportwinkel in het centrum gevestigd.



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	1680	2040
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	140
Aantal leegstaande meters	-	-
% meters dagelijks aanbod	85%	88%
Supermarktmeters	1220	16400
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	3960	6020
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	6490	11180
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	13%	17%

Roomburgh*Boodschappencentrum***Leiden***buurt*

- Geen wijzigingen in dit winkelcentrum.
- Een belangrijke ontwikkeling in de toekomst is de nieuwbouw plus winkelcentrum in Verde Vista Meerburg.



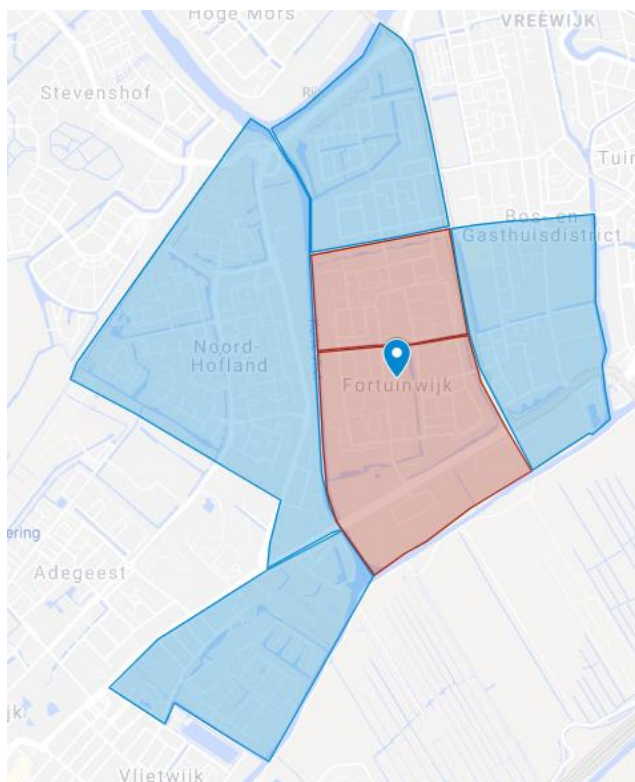
	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	800	800
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	90
Aantal leegstaande meters	-	-
% meters dagelijks aanbod	85%	85%
Supermarktmeters	600	600
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	6135	6245
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	12270	12740
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	18%	21%

- De woningen in het nieuwe gebied zijn net opgeleverd. De bijbehorende winkels moeten nog gebouwd worden.



	2015	2019
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	7830	8110
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	7550	7495
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	17%	18%

- De leegstand is helemaal opgevuld, onder meer door de vestiging van een kringloopwinkel en makelaar.
- Het buurtcentrum profiteert van twee publiekstrekkingen; de Hoogvliet en een Action.



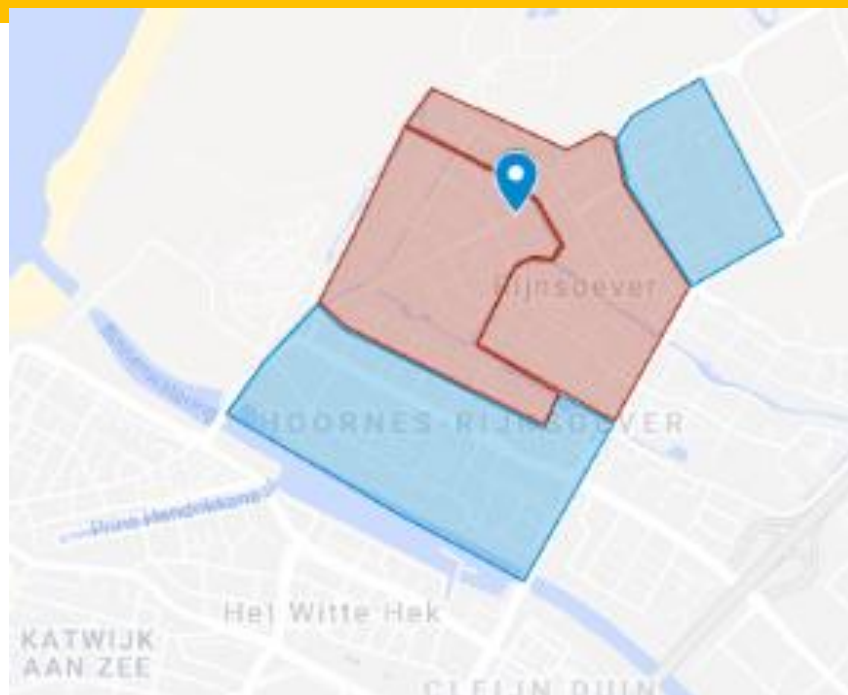
	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	3500	3531
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	495
Aantal leegstaande meters	140	-
% meters dagelijks aanbod	100%	14%
Supermarktmeters	1665	1665
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	5500	5510
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	14,620	14,500
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	27%	27%

Melkweg

Katwijk

*Boodschappencentrum
supermarktcentrum*

- In het winkelbestand zijn geen wijzigingen.



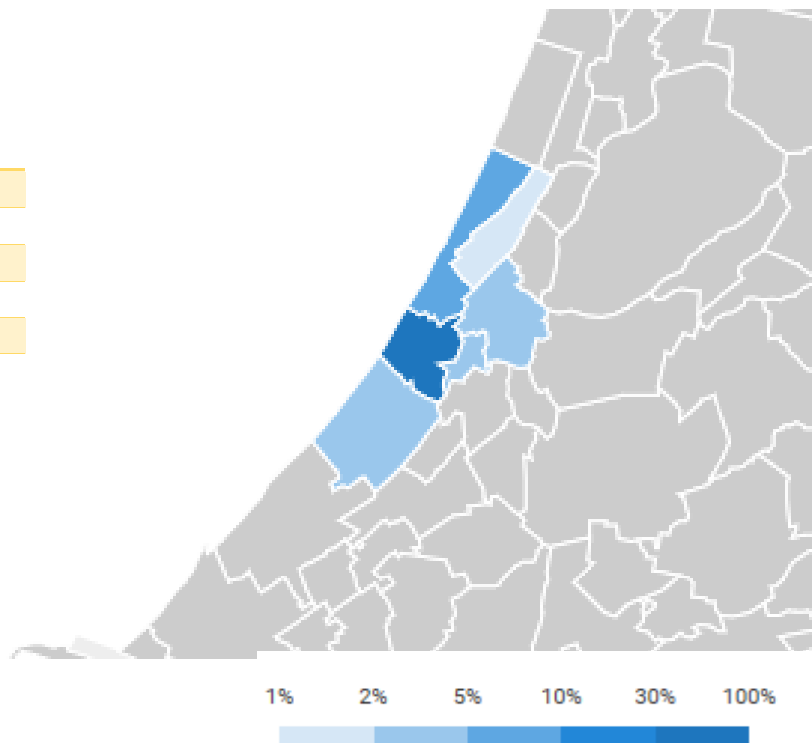
	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	1200	1200
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	130
Aantal leegstaande meters	-	-
% meters dagelijks aanbod	100%	100%
Supermarktmeters	1120	1120
Aantal supermarkten	1	1
Inwoners primair verzorgingsgebied dagelijks (rode buurten)	5100	5570
Inwoners secundair verzorgingsgebied dagelijks (blauwe buurten)	3330	3280
Vergrijzing primair verzorgingsgebied (rood)	14%	17%

FACTSHEETS

DOELGERICHTE WINKELCENTRA

Inschatting verzorgingsgebied afkomstig uit Randstad Koopstromenonderzoek 2018

Plaats	%
Katwijk	77%
Noordwijk	10%
Wassenaar	3%
Oegstgeest	4%
Teylingen	3%

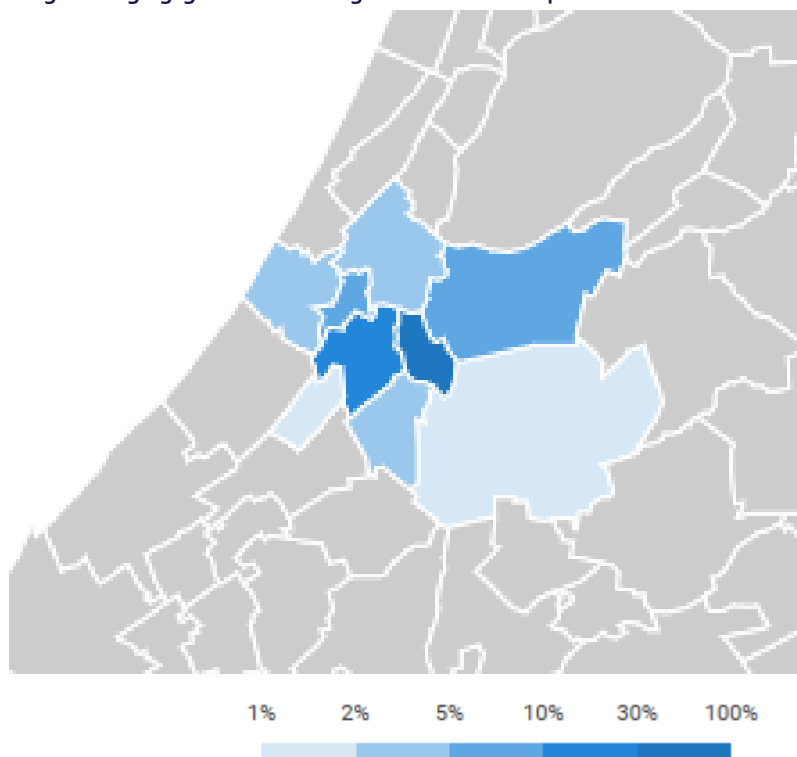


	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	31.150	24.800
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	31
Aantal leegstaande meters	7.530	2.990

	2016	2018
Totaal aantal niet-dagelijkse bestedingen in miljoenen	€ 23,3	€ 21,5
Gemiddelde bestedingen per m ²	€ 1.246	€ 1.156

Inschatting verzorgingsgebied afkomstig uit Randstad Koopstromenonderzoek 2018

Plaats	%
Leiderdorp	42%
Leiden	27%
Kaag en Braassem	8%
Oegstgeest	7%
Teylingen	4%
Katwijk	4%
Zoeterwoude	3%
Alphen a/d Rijn	2%
Voorschoten	1%

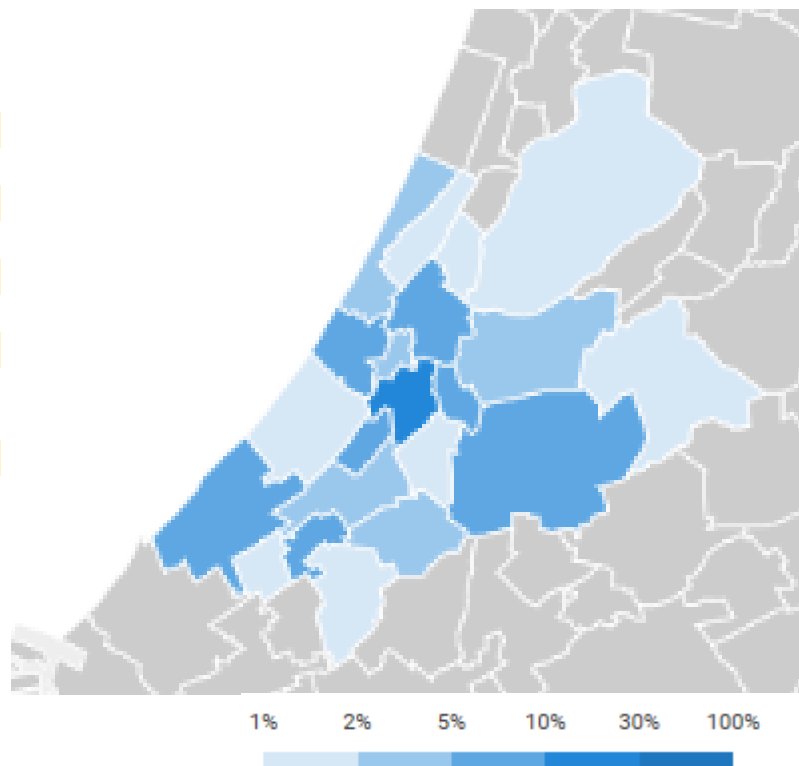


	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	27.350	28.100
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	706
Aantal leegstaande meters	2.100	50

	2016	2018
Totaal aantal niet-dagelijkse bestedingen in miljoenen	€ 31.8	€ 33.4
Gemiddelde bestedingen per m ²	€ 1.402	€ 1.556

Inschatting verzorgingsgebied afkomstig uit Randstad Koopstromenonderzoek 2018

Plaats ¹³	%
Leiderdorp	19%
Leiden	10%
Den Haag	9%
Katwijk	8%
Alphen a/d Rijn	6%
Voorschoten	6%
Teylingen	6%
Kaag en Braassem	5%
Oegstgeest	5%
Zoeterwoude	2%



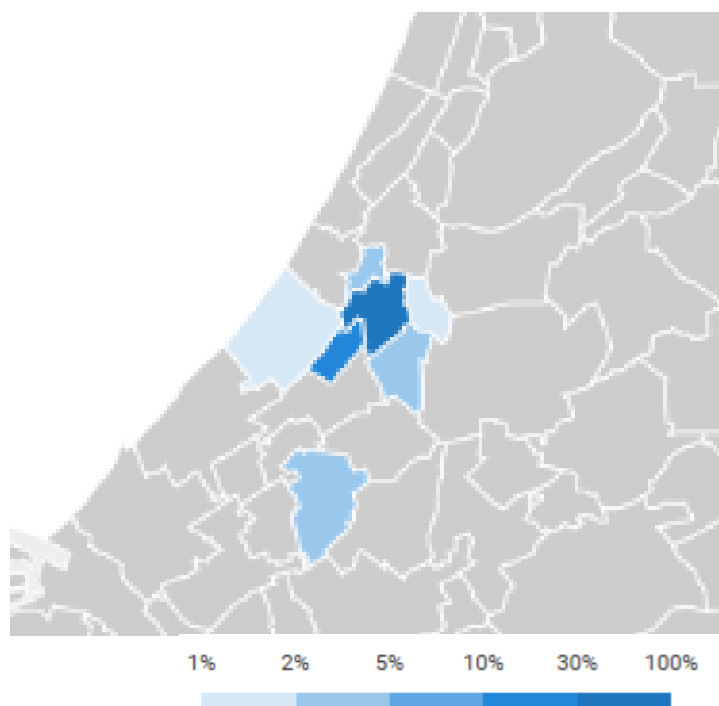
	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	25.700	26.200
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	450
Aantal leegstaande meters	5.400	5.800

	2016	2018
Totaal aantal niet-dagelijkse bestedingen in miljoenen	€ 14.5	€ 15.8
Gemiddelde bestedingen per m ²	€ 574	€ 604

¹³ Gemeenten tot 5% zijn meegenomen, 071-gemeenten geheel meegenomen.

Inschatting verzorgingsgebied afkomstig uit Randstad Koopstromenonderzoek 2018

Plaats	%
Leiden	70%
Voorschoten	12%
Zoeterwoude	4%
Oegstgeest	3%
Pijnacker-Nootdorp	3%
Wassenaar	2%
Leiderdorp	1%

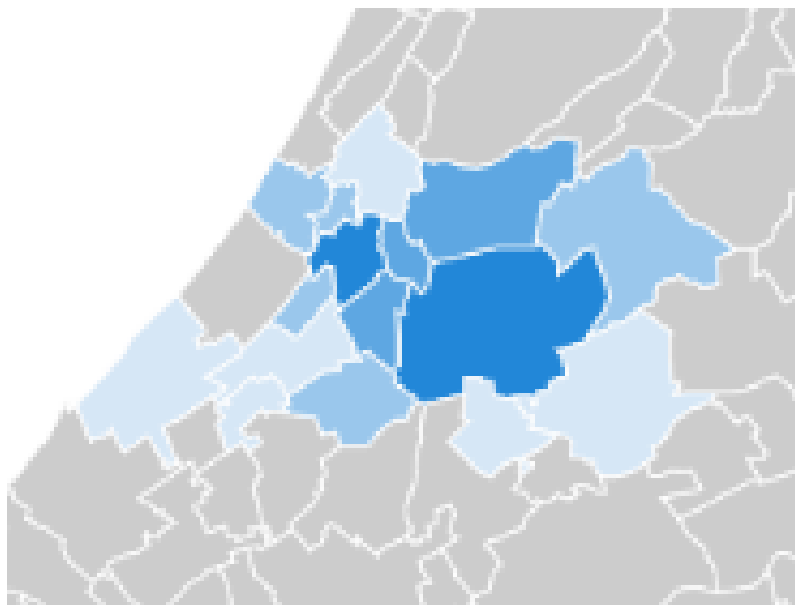


	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	14.100	13.300
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	670
Aantal leegstaande meters	-	880

	2016	2018
Totaal aantal niet-dagelijkse bestedingen in miljoenen	€ 25.1	€ 24.8
Gemiddelde bestedingen per m ²	€ 1.765	€ 1.784

Inschatting verzorgingsgebied afkomstig uit Randstad Koopstromenonderzoek 2018

Plaats	%
Alphen a/d Rijn	22%
Leiden	19%
Zoeterwoude	7%
Leiderdorp	8%
Kaag en Braassem	6%
Katwijk	5%
Zoetermeer	5%
Voorschoten	4%
Oegstgeest	3%
Nieuwkoop	3%
Den Haag	2%



	2015	2019
Totaal winkelmeters in gebruik	41.300	45.000
Aantal meters in gebruik horeca & dienstverlening	-	225
Aantal leegstaande meters	2.400	2.000

	2016	2018
Totaal aantal niet-dagelijkse bestedingen in miljoenen	€ 47.5	€ 47.8
Gemiddelde bestedingen per m ²	€ 1.104	€ 1.226