

Gemeente Rijswijk Retail- en horecabeleid



Rijswijk



Gemeente Rijswijk

Retail- en horecabeleid

Opdrachtgever:

Gemeente Rijswijk

Contactpersoon:

Mevrouw P. Eisma

Projectteam DTNP:

De heer W. Frielink

De heer P. Bos

Projectnummer:

2358.0622

Datum:

11 mei 2023

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Context

- 1.1 Inleiding
- 1.2 Ligging en positie
- 1.3 Huidig aanbod
- 1.4 Woningbouwplannen

Trends en ontwikkelingen

- 2.1 Veranderende rol centra
- 2.2 Longcovid voor de horeca
- 2.3 Ontwikkelingen supermarktsector
- 2.4 Lokale ontwikkelingen in Rijswijk

Visie op retail- en horecastructuur

- 3.1 Vigerend beleid en uitgangspunten
- 3.2 Marktruimteberekening
- 3.3 Visie op de hoofdstructuur

1

2

4

7

11

12

13

15

16

18

20

21

22

25

Toekomstperspectief per centrum

- 4.1 Bogaard Stadscentrum 30
- 4.2 Oud Rijswijk 33
- 4.3 Hendrik Ravesteijnplein 40
- 4.4 Doctor H. Colijnlaan 43
- 4.5 Prinses Irenelaan/Prinses Margrietsingel 46
- 4.6 Henri Dunantlaan 49

Beleidskader en uitvoering

- 5.1 Ruimtelijk beleid 53
- 5.2 Beleidsregels 55

Bijlage

- Bijlage 1 | Waldhoornplein 66
- Bijlage 2 | Begrippenlijst 68

INHOUD

Context



1.1 Inleiding

Gemeente Rijswijk heeft behoefte aan een gemeentebrede visie op de detailhandels- en horecastructuur, die kan dienen als toetsingskader voor nieuwe initiatieven. Ondernemers en eigenaren verlangen een duidelijk toekomstbeeld dat schetst waar horeca en detailhandel gewenst is.

Aanleiding

Op dit moment beschikt de gemeente Rijswijk nog niet over actueel beleid voor de detailhandels- en horecastructuur. Gezien de snelle ontwikkelingen binnen deze sectoren is hier echter wel behoefte aan. Hoe kan worden ingespeeld op het alsmaar toenemende online winkelen? Wat is het toekomstperspectief voor horeca en detailhandel gelet op het veranderende consumentengedrag en het wispelturige economische klimaat?

In de gemeente bestaan diverse 'losse' plannen voor detailhandel en horeca die onderling afgewogen dienen te worden. Zo vindt er een grote herontwikkeling plaats van Bogaard stadscentrum en willen verscheidene supermarkten graag uitbreiden. Tot dusver was er beleidsmatig echter geen duidelijkheid over hoe de centra binnen de gemeente zich tot elkaar (zouden moeten) verhouden en welk toekomstperspectief daarbij hoort. Hierdoor bleek

het voor de gemeente moeilijk initiatieven te toetsen en bestond er voor marktpartijen onvoldoende houvast en investeringsperspectief.

Tot slot heeft de gemeente Rijswijk grote woningbouwplannen. Zowel binnen als buiten de bestaande woonwijken komen er de komende jaren veel woningen bij. Voor de leefbaarheid in Rijswijk is het dan ook belangrijk dat het toekomstige aanbod aan horeca en detailhandel goed afgestemd wordt op het toegenomen aantal inwoners in bepaalde wijken van de gemeente. Bereikbaarheid, gezondheid, duurzaamheid en toegankelijkheid zijn hierbij belangrijke aandachtspunten.

Doel

Doel is te komen tot een ruimtelijk-economische visie op de gewenste horeca- en detailhandelsstructuur, die:

- inspeelt op veranderende consumentenvoorkeuren en -gedrag en voorziet in een duurzame voorzieningenstructuur (ook in de verschillende wijken);
- aan de gemeente kaders biedt voor het te voeren beleid, het creëren van randvoorwaarden en het toetsen van marktinitiatieven;

- aan marktpartijen inzicht en houvast biedt in de specifieke kansen en kwaliteiten van de afzonderlijke centrumgebieden en uitdaagt tot investeringen op de juiste locatie;
- een bouwsteen vormt voor de Omgevingsvisie waar de gemeente nu mee aan de slag is. Het beleid kan als onderdeel van de hoofdvisie of als een apart programma 'horeca en retail' worden ingepast.

Deze visie heeft als tijdshorizon 2030. Over circa drie jaar wordt beoordeeld of eerdere actualisatie nodig is.



In gesprek met ondernemers en eigenaren over het beleid

Proces


Om te komen tot voorliggende visie is een uitgebreid en zorgvuldig (participatie)proces doorlopen:

- Door DTNP is een brede ambtelijke gespreksronde gevoerd om de aandachtspunten en ambities vanuit de verschillende beleidsterreinen op te halen;
- In de bestaande centra, met uitzondering van Bogaard stadscentrum, is een schouw georganiseerd. Hier kwamen lokale ondernemers en vastgoedeigenaren met elkaar in gesprek en werden concrete verbeterpunten en kansen benoemd.
- Op het participatieplatform 'Samen.Rijswijk' konden belangstellenden aandachtspunten benoemen per centrumgebied en reageren op de conceptvisie.
- De tussenstand van het beleid is meermaals gepresenteerd. Eerst aan de betrokken medewerkers van de gemeente en later via informatiepanelen aan alle belangstellende ondernemers en vastgoedeigenaren uit de gemeente. Opmerkingen vanuit al deze stakeholders zijn meegewogen in deze visie.

Inpassing in bestaand beleid en regelgeving

Gemeente Rijswijk beschikt reeds over diverse sectorale of gebiedsgerichte verordeningen en beleidsregels waar op dit moment detailhandels- en horeca-initiatieven aan getoetst worden. Deze stukken hebben duidelijke raakvlakken of overlap met dit nieuwe beleid, zoals de Notitie Horecabeleid (2004), Notitie Standplaatsen (2012), Marktreglement (2021), Beleidsnotitie Terrassen (2012), Beleidsnotitie Uitstallingen (2012) en Visie horeca en uitvoeringskader terrassen In de Bogaard (2016). De genoemde voorbeelden zijn veelal sterk juridisch van aard en gericht op de dagelijkse uitvoeringspraktijk, en gaan zeer specifiek over één thema en/of zijn specifiek gericht op één gebied binnen de gemeente.

In tegenstelling tot bovenstaande stukken schetst dit nieuwe Retail- en Horecabeleid voor het eerst een overkoepelende, integrale visie op de gewenste structuur voor winkels en horeca in de hele gemeente. Zo kunnen initiatieven ook op gemeentelijk niveau naast elkaar afgewogen worden. Een ontwikkeling die op de ene locatie wordt toegestaan heeft immers invloed op de mogelijkheden elders in de gemeente.

Daarom geeft dit integrale beleid concrete inhoudelijke aanbevelingen tot het actualiseren of opstellen van specifieke verordeningen of beleidsregels, die bijdragen aan het bereiken van de beoogde voorzieningsstructuur. Deze door te voeren aanpassingen voor de uitvoeringspraktijk worden als vervolgacties  beschreven in hoofdstuk 5 (Beleidskader en uitvoering).



Eerste integrale visie op retail- en horecabeleid

1.2 Ligging en positie

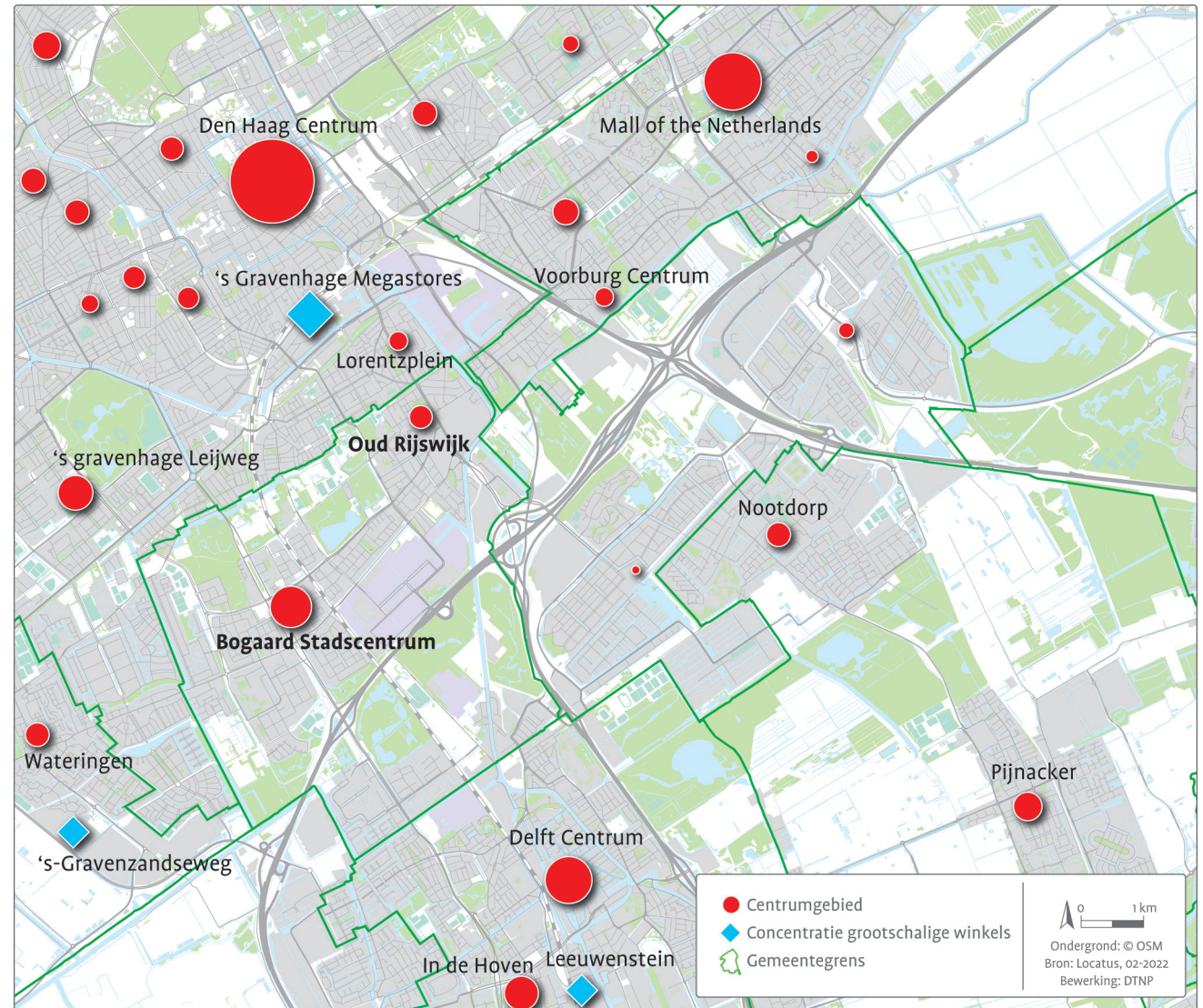
De gemeente Rijswijk telt circa 57.000 inwoners en maakt deel uit van de Regio Haaglanden en van de Metropoolregio Rotterdam Den Haag (ca. 2,6 miljoen inwoners).

Positie in de regio

Binnen de gemeente Rijswijk zijn Bogaard stadscentrum (ca. 80 winkels en ca. 20 horecazaken) en Oud Rijswijk (ca. 75 winkels, ca. 25 horecazaken) de grootste centra. In de nabije omgeving is in de binnensteden van Den Haag (ca. 610 winkels, ca. 560 horecazaken) en Delft (ca. 265 winkels en ca. 230 horecazaken) een aanzienlijk ruimer en specialistischer aanbod te vinden. Voor 'een dagje stad' gaan inwoners uit Rijswijk dan ook regelmatig naar deze centra. Ook biedt de in 2021 geopende Mall of The Netherlands een zeer ruim aanbod (ca. 190 winkels, ca. 55 horecazaken) met veel bezoekgemak.

Gemeente Rijswijk heeft nooit een specifieke locatie met grootschalige winkels, zoals bouwmarkten, woonwinkels en tuincentra nagestreefd. Rijswijkers gaan daarvoor naar locaties vlak buiten de gemeentegrens, zoals onder andere 's Gravenzandseweg, Leeuwenstein, Ikea Delft en (deels) Mall of the Netherlands, en wat verder weg zijn veel woonboulevards (in Rotterdam en Leiden).

Winkelgebieden gemeente Rijswijk en regio (> 5.000 m² wvo) geschaald naar m² winkelvloeroppervlak (wvo)

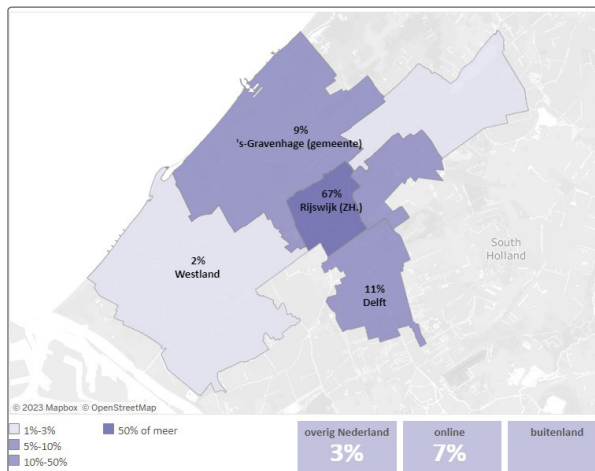


Lage koopkrachtbinding in dagelijkse sector

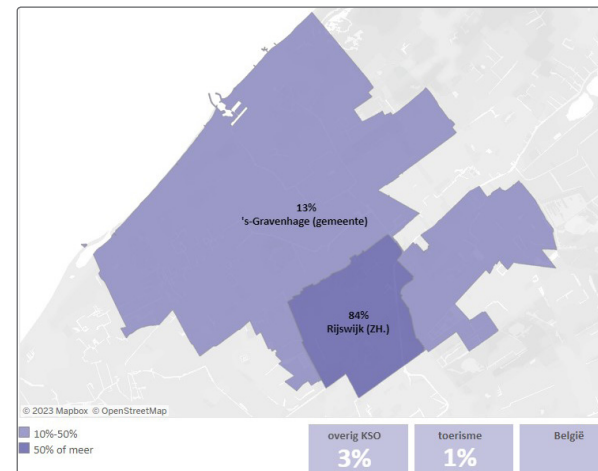
Het Koopstromenonderzoek Randstad 2021 laat zien dat het winkelaanbod in Rijswijk primair draait op inwoners uit de eigen gemeente, maar dat deze eigen inwoner ook relatief vaak buiten de eigen gemeente koopt.

De dagelijkse winkelsector (supermarkten, drogisterijen, versspecialzaken) functioneert logischerwijs lokaler dan de 'recreatieve' winkelsector (mode & luxe en vrije tijd). In de dagelijkse winkelsector is circa 84% van de winkelomzet afkomstig uit de eigen gemeente, in de 'recreatieve' winkelsector is dit circa 46%.

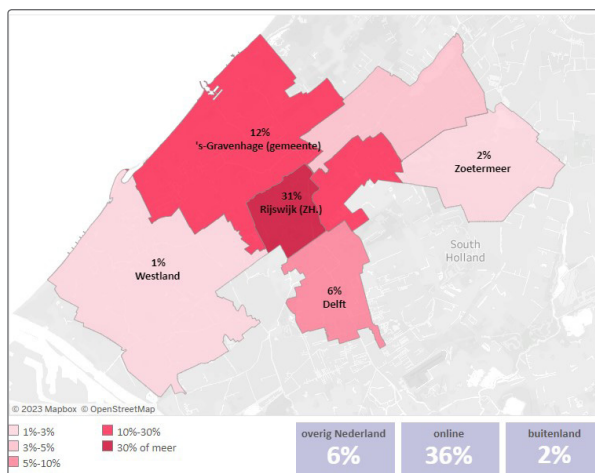
Met name de koopkrachtbinding in de dagelijkse winkelsector is opvallend laag: minder dan 70% van de boodschappenbestedingen van inwoners uit Rijswijk belandt in de eigen gemeente. In vergelijkbare gemeenten is dit circa 86%.^a Hier valt dan ook nog een wereld te winnen.



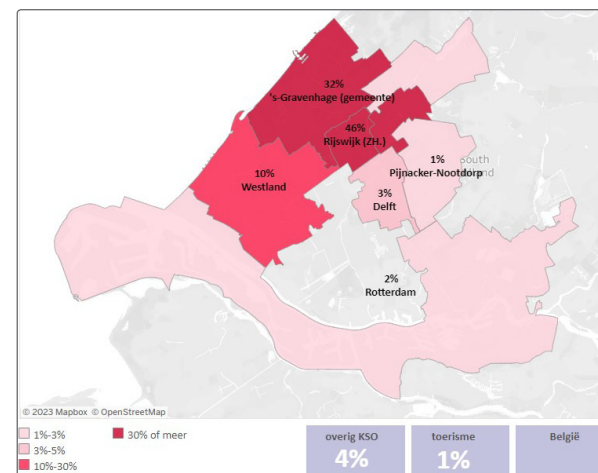
Bestemming bestedingen dagelijkse winkelsector



Herkomst bestedingen dagelijkse winkelsector



Bestemming bestedingen 'recreatieve' winkelsector



Herkomst bestedingen 'recreatieve' winkelsector

^a Koopstromenonderzoek Randstad, 2021

Karakteristieke gemeente

Rijswijk is een diverse gemeente vol interessante tegenstellingen en dynamiek. Dankzij de ligging aan de snelweg A4 en aan het spoor is de gemeente goed bereikbaar, en met de Plaspoelpolder herbergt de gemeente een van de grootste bedrijfs- en kantorenlocaties in de regio Haaglanden. Rijswijk beschikt over ruime groenstructuren, zoals het Elsenburgerbos, het Wilhelminapark, het Rijswijkse Bos en de landgoederzone. In 2022 werd Rijswijk uitgeroepen tot groenste gemeente van Nederland^a.

Tegelijkertijd is Rijswijk volop in ontwikkeling en wordt kantoorleegstand te lijf gegaan met transformaties. De druk op de publieke ruimte is bijna overal in de gemeente hoog. Wegen slibben dicht met autoverkeer en woonwijken worden door deze moeilijk oversteekbare verkeersaders van elkaar afgesneden. Bovendien zijn de welvaartsverschillen tussen de verschillende wijken in de gemeente groot. Rijswijk valt grofweg in drie kenmerkende woonomgevingen uiteen^b:

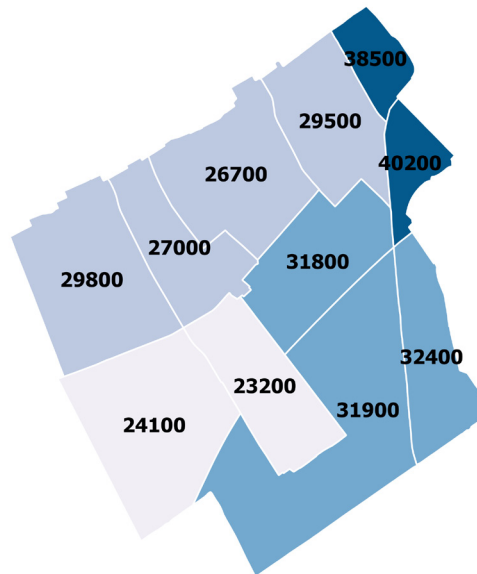
- De historische oude kern in Oud Rijswijk en omgeving. Hier wonen met name de hogere inkomensgroepen;

a Groene Stad Challenge 2021.

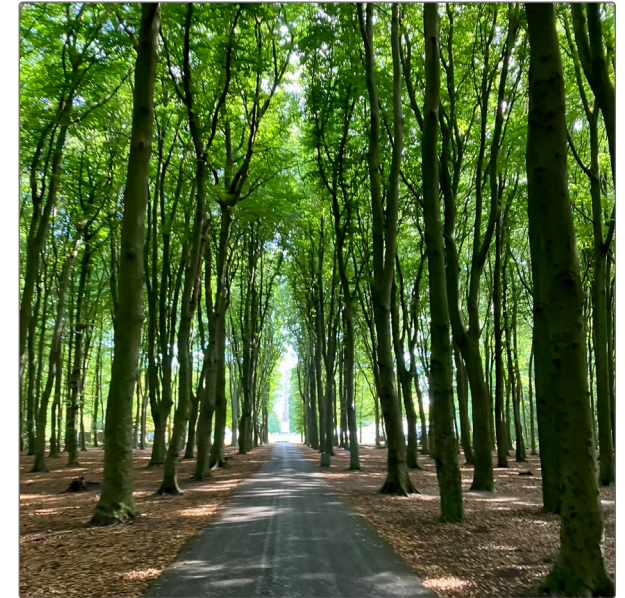
b Stadsvisie Rijswijk 2030. Samen maken wij de Stad. (2016).



Scherpe sociaal-economische verschillen per buurt



Inkomen per inwoner in Rijswijkse buurten (CBS, 2019)



Rijswijk als 'groenste gemeente van Nederland'



Hoge druk op de openbare ruimte

1.3 Huidig aanbod

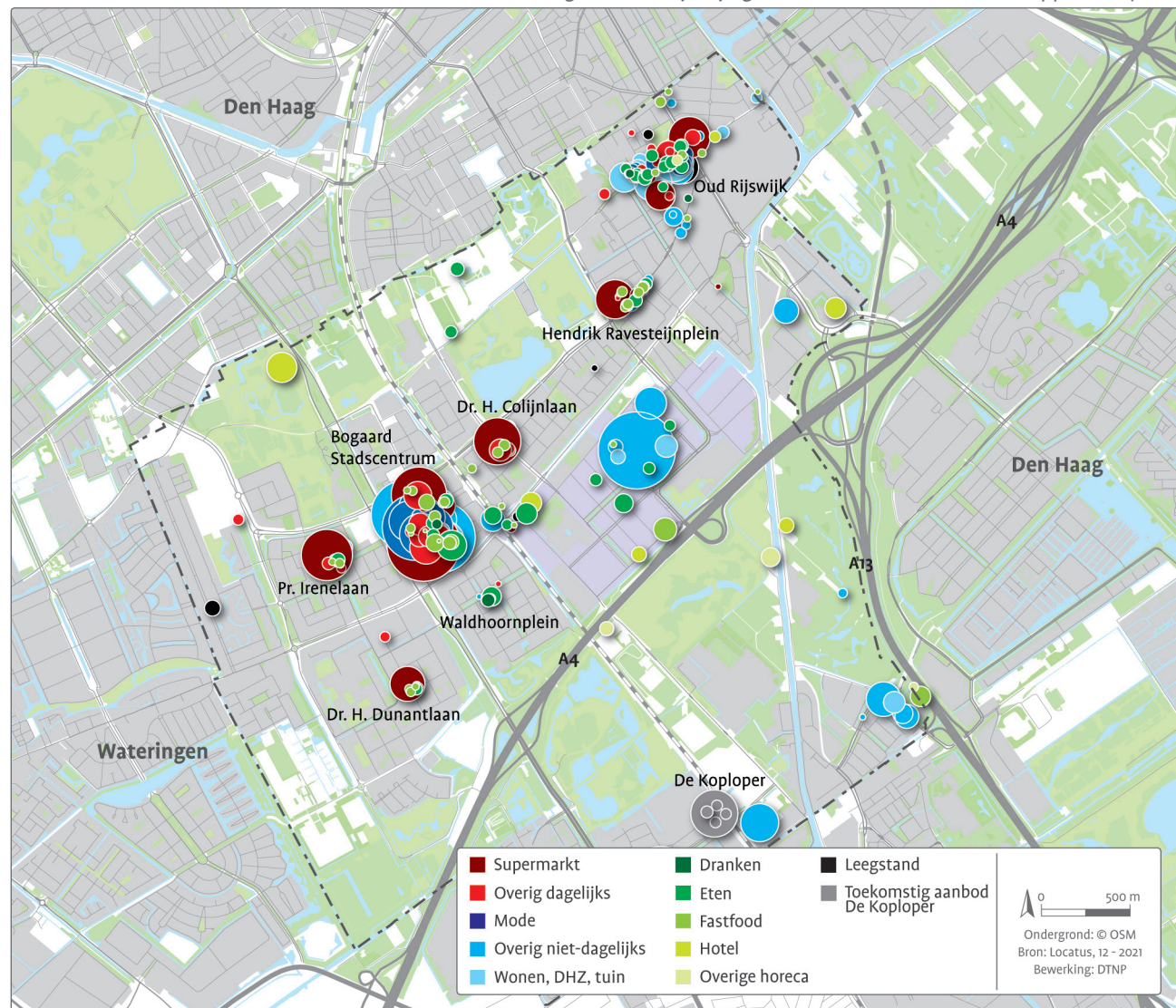
In totaal zijn er circa 240 winkels en circa 95 horecazaken in de gemeente Rijswijk te vinden. Winkels zijn in belangrijke mate geconcentreerd binnen de centrumgebieden, horecazaken zijn ook wat vaker hierbuiten te vinden.

Bogaard stadscentrum

Bogaard stadscentrum is met ca. 32.000 m² wvo aan winkels het grootste winkelgebied in de gemeente.

- Er zijn twee grote supermarkten gevestigd (AH van ± 3.000 m² wvo en Hoogvliet van ± 1.700 m² wvo).
- Het dagelijkse winkelaanbod wordt aangevuld met onder andere een relatief grote doelgroepensupermarkt (± 450 m² wvo), versspecialzaken aan het Bogaardplein, drogisterijen zoals Kruidvat en Etos en parfumeriezaken zoals ICI Paris XL en Rituals.
- Het niet-dagelijks winkelaanbod is in Bogaard stadscentrum meest uitgebreid van de gemeente, gedomineerd door grootschalige ketens. Hema, C&A, Action, Mediamarkt en Scapino zijn hiervan enkele prominente voorbeelden.
- Het aanbod aan eet- en drinkgelegenheden (20 zaken, ca. 2000 m²) is in Bogaard stadscentrum overwegend gericht op een brede doelgroep, met

Aanbod detailhandel en horeca gemeente Rijswijk geschaald naar m² winkelvloeroppervlak (wvo)



Aanbod detailhandel en horeca gemeente Rijswijk in aantal verkooppunten
Peildatum: januari 2022

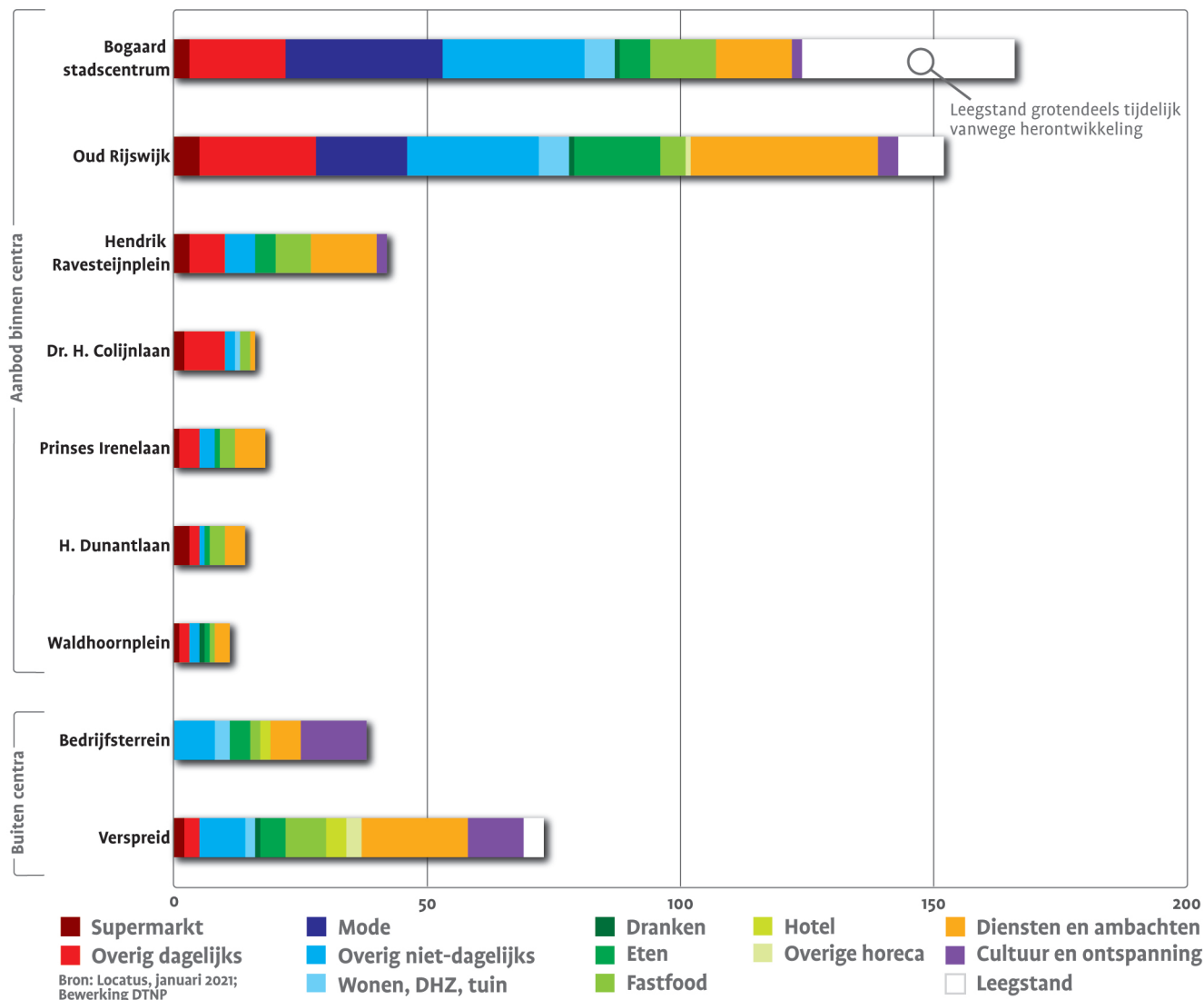
Made In Italy, La Fontaine en het Broodhuys als bekende voorbeelden.

- Daarnaast beschikt Bogaard stadscentrum over een ruim fastfoodaanbod, met ondermeer McDonald's, KFC, Shabu to Go en Restaurant Istanbul.

Bogaard stadscentrum ondergaat op het moment van schrijven een grootschalige herontwikkeling. Ruim 17.500 m² bruto vloeroppervlak (bvo) aan winkelmeters is uit de markt genomen en maakt plaats voor met name woningen, horeca, vrijetijdsfuncties en ruimte voor verblijven. Omdat het centrum in transitie is staat de 11.300 m² wvo aan winkelruimte grotendeels bewust/tijdelijk leeg.

Oud Rijswijk

Oud Rijswijk is het historische centrum van de gemeente en wordt gekenmerkt door lokale, zelfstandige ondernemingen in kleinschalige panden. In Oud Rijswijk bevinden zich circa 75 winkels (± 10.250 m² wvo) en circa 25 horecazaken (± 1.800 m² wvo) en is er daarnaast een relatief ruim aanbod aan dienstverleners en ambachtzaken.



- Met Aldi (recent uitgebreid van $\pm 550 \text{ m}^2$ vvo naar $\pm 1.200 \text{ m}^2$ vvo), Albert Heijn ($\pm 500 \text{ m}^2$ vvo) en Ekoplaza ($\pm 250 \text{ m}^2$ vvo) zijn er drie supermarkten gevestigd.
- Het overig dagelijkse winkelaanbod bestaat voornamelijk uit lokale versspecialzaken, zoals Bakkerij Bosman, de Stolwijkse Kaashandel, slagerij De Jong en banketbakkerij/chocolaterie Lentz.
- Het niet-dagelijkse aanbod bestaat uit lokale modezaken, zoals Groots!, Piazza mode en Hakitiki kindermode, en juwelierszaken, opticiens, bloemisten en ketens zoals Hema en Zeeman.
- Het horeca-aanbod bestaat voornamelijk uit restaurants, zoals restaurant Elea, Bistro het Poortje van Verlaan, Ton's Muziek-eetcafé en De Wits.
- In Oud Rijswijk is er ook enig fastfood-aanbod, met onder meer New York Pizza en Smulhoek Rijswijk.

Er staan in Oud Rijswijk circa 10 panden met een publieksgerichte bestemming leeg. Met circa 8% van het winkelvloeroppervlak is de leegstand iets lager dan landelijk in centra van vergelijkbare omvang (circa 10%).

Behalve het winkel- en horeca-aanbod zijn er in Oud Rijswijk ook enkele cultureel-maatschappelijke functies met een belangrijke rol voor het functioneren van het centrum, zoals Museum Rijswijk en

Muziekschool Rijswijk. Daarnaast is er iedere zaterdag een drukbezochte weekmarkt rondom de kerk.

Hendrik Ravesteijnplein

Het Hendrik Ravesteijnplein, gelegen langs de doorgaande Lindelaan, herbergt circa 15 winkels ($\pm 1.850 \text{ m}^2$ vvo) en circa 10 horecazaken ($\pm 750 \text{ m}^2$ vvo).

- Met Hoogvliet is er één volwaardige supermarkt ($\pm 850 \text{ m}^2$), en daarnaast zijn er twee kleine doelgroepensupermarkten.
- Het overige dagelijkse winkelaanbod bestaat uit onder meer een groente- en fruitzaak, een apotheek en een drogisterij.
- Het niet-dagelijkse winkelaanbod bestaat uit onder meer een opticien, een eroticazaak en een scooter-/brommerwinkel.
- In het horeca-aanbod domineren hier de fastfoodzaken, aangevuld met enkele restaurants.

Doctor. H. Colijnlaan

Het nabij het station gelegen centrum Dr. H. Colijnlaan telt circa 15 winkels ($\pm 2.600 \text{ m}^2$ vvo) en twee horecagelegenheden. Het centrum wordt gekenmerkt door het complete en moderne aanbod aan dagelijkse winkels. Behalve supermarkt Hoogvliet (ca. 1.250 m^2 vvo) bevinden zich hier onder meer een kaasboer, een

viswinkel, een bakkerij, twee drogisterijen en een apotheek. Het niet-dagelijkse aanbod bestaat uit een dierenwinkel, een beddenzaak en een bloemist.

Prinses Irenelaan

Het centrum Prinses Irenelaan/Prinses Margrietsingel (circa 10 winkels, circa 5 horecazaken) bestaat hoofdzakelijk uit twee plinten met publieksgerichte functies en een apart gelegen Plus-supermarkt ($\pm 1.450 \text{ m}^2$ vvo). Aan de Prinses Irenelaan is met name het dagelijkse aanbod gevestigd, zoals een bakker, een slager en een slijterij. Het aanbod aan de Prinses Margrietsingel bestaat voornamelijk uit fastfoodzaken, ambachten en een apotheek.



Oud Rijswijk als historisch centrum

Henri Dunantlaan

Het centrum aan de Henri Dunantlaan bestaat uit 6 winkels en 4 horecazaken, allemaal gelegen in een winkelplint onder een portiekflat. Met Lidl (± 700 m² vvo) is er één 'volwaardige' supermarkt, aangevuld met twee doelgroepsupermarkten. Het overige winkelaanbod bestaat uit een bloemist, een tabakszaak en een bakkerij. Het horeca-aanbod bestaat uit een restaurant en een paar fastfoodzaken. Ambachtszaken (o.a. kapper) completeren het commerciële aanbod in dit centrum. Naast dit winkelcentrum ligt onder meer een school en kinderdagverblijf.

Waldhoornplein

Het Waldhoornplein bestaat uit circa 5 winkels en enkele horecagelegenheden. Het winkelaanbod bestaat uit onder meer een doelgroepsupermarkt, een viszaak en een bloemist. Het horeca-aanbod bestaat uit een chinees restaurant, een café en een cafetaria. Ook zijn er enkele ambachtszaken gevestigd. Het winkelcentrum ligt dicht bij Bogaard stadscentrum en naast de sportzaal Marimbahal.

De Koploper

In nieuwbouwwijk Rijswijk Buiten is eind maart 2023 een nieuwe vestiging van Lidl (ca. 1.500 m² vvo) in woon-winkelcomplex De Koploper geopend. Behalve de supermarkt

zijn hier onder meer enkele overige (dagelijkse) winkelfuncties, een snackbar en een wijkontmoetingsruimte bedacht.

Bedrijventerrein

Buiten de winkelcentra zijn er ook op de bedrijventerreinen (voornamelijk Plaspoelpolder) ca. 10 niet-dagelijkse winkels (ca. 6.200 m² vvo) en 6 horecazaken gevestigd (ca. 800 m² vvo). Het aanbod hier bestaat uit onder meer twee kringloopwinkels (samen ± 3.850 m² vvo), twee woonwinkels en een sportwinkel. Het horeca-aanbod is hier voornamelijk gevestigd in kantoorpanden, en bestaat daarnaast uit onder meer McDonalds en twee hotels. Op de bedrijventerreinen zijn er ook ondersteunende horecagelegenheden bij leisurefuncties te vinden. Het vrijetijdsaanbod bestaat uit onder andere een bowlingcentrum, casino, gamehal, trampolinehal en fitnesscentra.

Verspreid gelegen aanbod

Buiten de winkelgebieden en bedrijventerreinen is er nog enig verspreid gelegen winkel- en horeca-aanbod (± 15 winkels, ca. 5.200 m² vvo en ± 20 horecazaken, ca. 2.500 m² vvo). Hieronder valt bijvoorbeeld Pleunis Tuinmateriaal (± 800 m² vvo) en de voorzieningen bij beide stationsingangen.



Doctor H. Colijnlaan als 'versstraat' in de gemeente



Doelgroepsupermarkt bij de Henri Dunantlaan

1.4 Woningbouwplannen

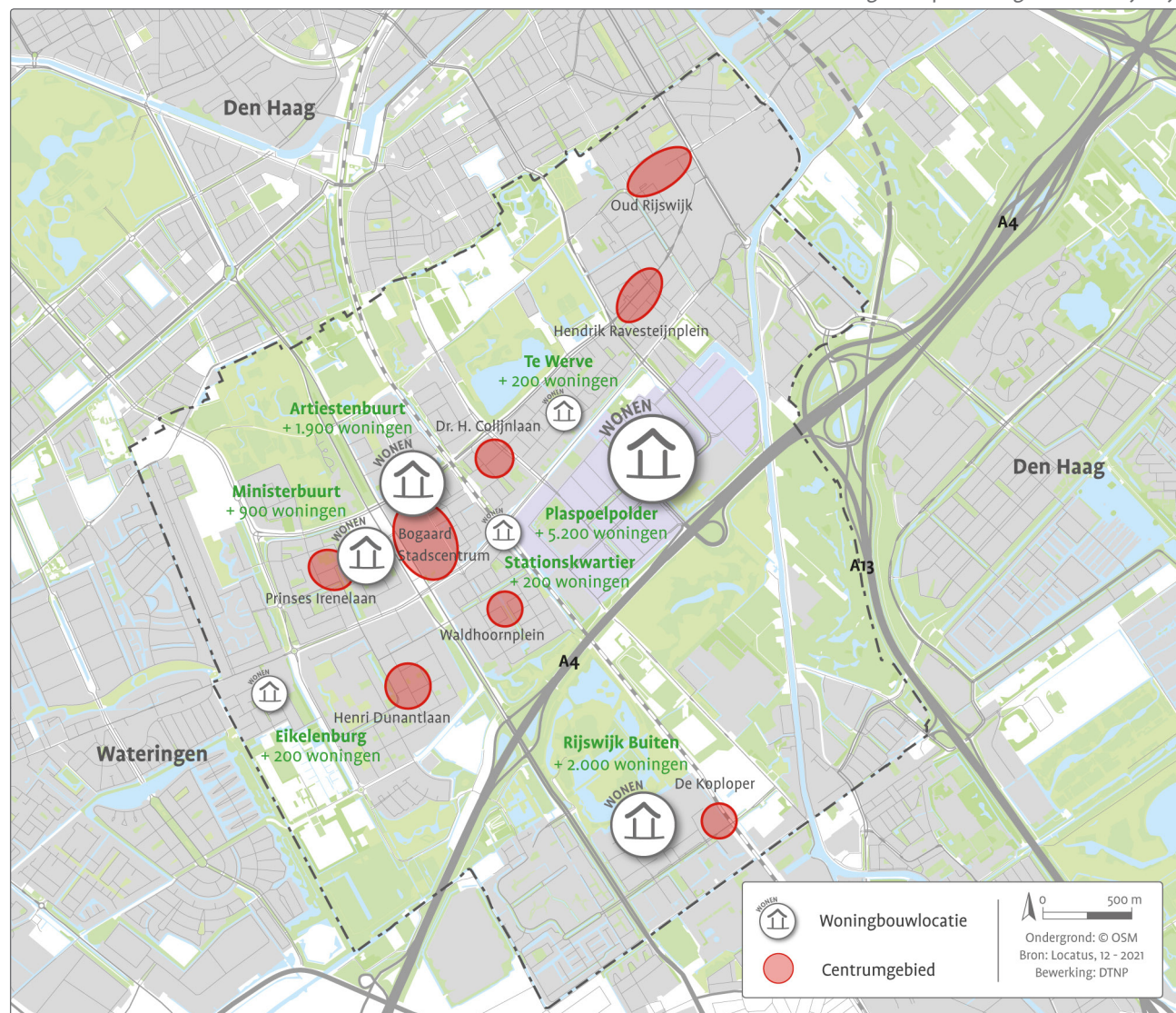
Speerpunt in de geactualiseerde woonvisie^a is diversificatie van het woningaanbod in de naoorlogse buurten. Dit zou de welvaartsverschillen tussen de verschillende stadsdelen moeten doen afnemen.

Rondom Bogaard stadscentrum en het station worden circa 3.000 woningen gerealiseerd voor overwegend midden- en hogere inkomens, werkende jongeren en studenten. Het betreft hier zowel nieuwbouw als transformatie van kantoorgebouwen. Opleveringen van deze verdichtings- en transformatieprojecten volgen stapsgewijs tot 2030.

In het Havenkwartier en bij het Kessler park zullen tot 2040 (in meerdere fases) in totaal ongeveer 5.200 woningen verrijzen, met name gericht op kleine huishoudens zoals young professionals en studenten. Zwaartepunten van de woningbouw liggen in het Havenkwartier en het Kessler Park. De ontwikkeling van het Havenkwartier is reeds in gang gezet, het Kessler Park volgt.

Tot slot zullen de nieuwbouwwijken Rijswijk Buiten en Eikelenburg de komende jaren afgebouwd worden. De circa 2.200 woningen die hier nog verrijzen zijn met name bedoeld voor gezinnen met een midden- of hoger inkomen.

Woningbouwplannen gemeente Rijswijk



^a Actualisatie woonvisie gemeente Rijswijk 2015-2025 (2021).

Trends en ontwikkelingen



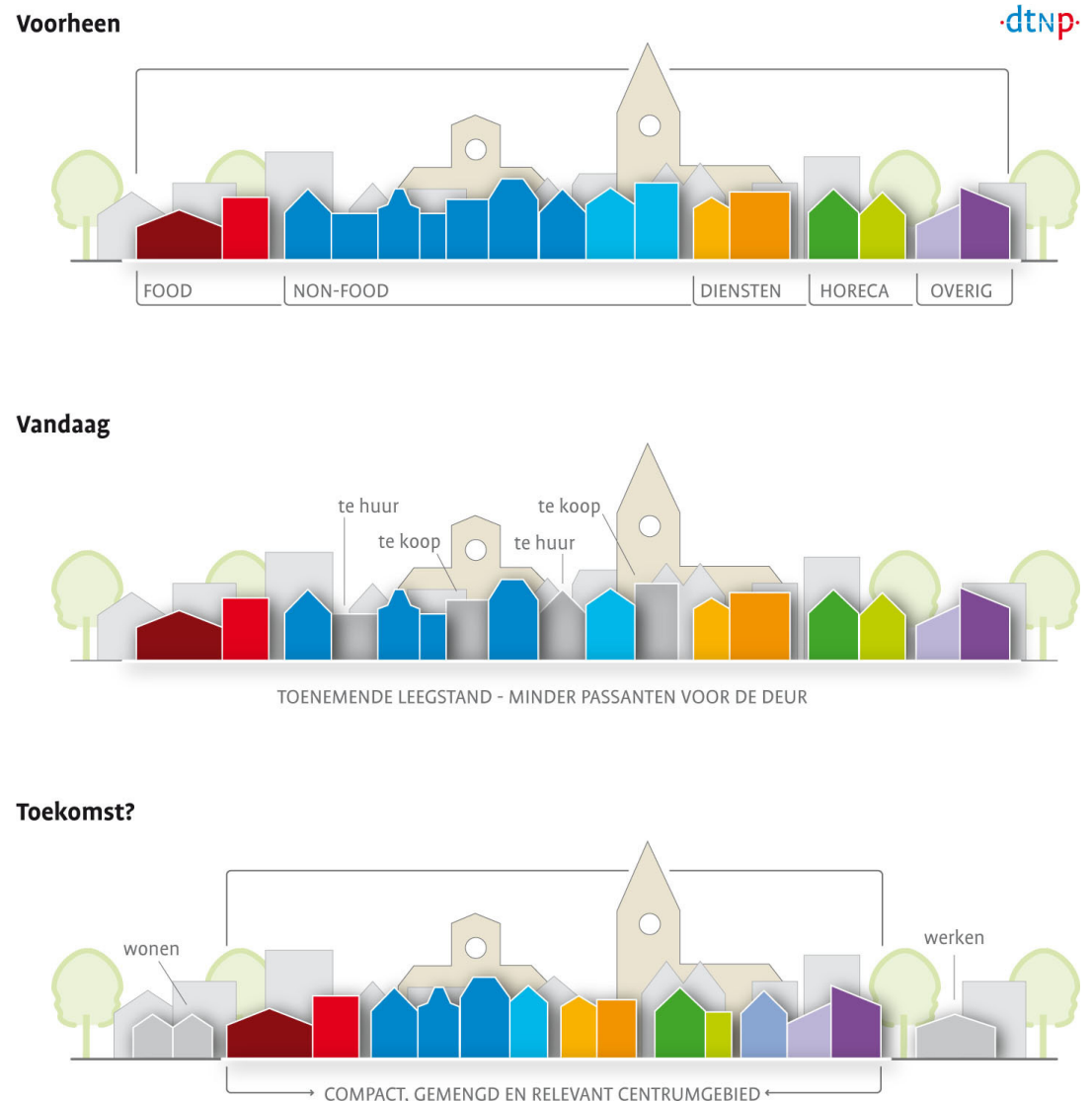
2.1 Veranderende rol centra

De ontwikkelingen in het gedrag van centrumbezoekers en de economie volgen elkaar in rap tempo op. Dit heeft gevolgen voor de vitaliteit van centra en de rol die zij (kunnen) vervullen.

Belang winkelfunctie in centra neemt af

Het aantal fysieke winkels in Nederland daalt al jaren en is in het afgelopen jaar landelijk gezien voor het eerst onder de vijf winkels per 1.000 inwoners gedoken. Een belangrijke oorzaak hiervan is de toenemende mate van online winkelen, dat in de Randstad^a inmiddels is toegenomen tot 32% in de niet-dagelijkse winkelsector. De sprong omhoog van online verkopen tijdens de coronapandemie is naar verwachting blijvend. De fysieke winkel moet, om overeind te blijven, in toenemende mate iets bieden dat online niet kan: een goede service, meer beleving en het faciliteren van spontane ontmoeting. In bredere zin betekent dit dat de rol van het centrum verandert: een toekomstbestendig centrum bestaat uit een compacter gebied met een gevarieerde mix van functies; naast winkels meer ruimte voor horeca, leisure, zorg, maatschappelijke functies, diensten, ambachten en wonen. Ook is het verstandig om in centra bij (her)ontwikkelingen ruimte te reserveren voor de ruimtelijke impact van online winkelen, zoals afhaalpunten voor pakketjes of parkeerplekken voor bezorgbussen.

^a I&O Research et al. (2022), Koopstromenonderzoek Randstad 2021 Dit is het meest recente grootschalige KSO in Nederland.



Bovenstaande transitie wordt bevestigd door recent hernieuwd onderzoek door DTNP onder bezoekers van verscheidene middelgrote centra in Nederland. Hieruit kwam naar voren dat het recreatief verblijven als primair bezoekdoel opnieuw aan belang heeft gewonnen ten koste van de traditionele winkelfunctie (toename van 17% naar 20%). Winkelen blijft er de voornaamste bezigheid, maar het relatieve belang van ontmoeten en verblijven als bezoekdoel neemt toe. In het veranderende functiebeeld van middelgrote centra in Nederland is dit ook terug te zien; het niet-dagelijkse winkelaanbod krimpt en het aantal horecagelegenheden groeit (licht).

Een groen centrum is een prettig centrum

Winkelgebieden behoren vanwege de hoge versteningsgraad vaak tot de warmste plekken in een stad. Nu Nederland steeds vaker te maken krijgt met lange warme tot hete periodes is het van toenemend belang dat een centrum vergroent en plekken biedt met beschutting en verkoeling. Daarnaast vervullen kleine of grote groenruimtes een belangrijke sociale functie. Het zijn plekken om tot rust te komen of te spelen, en ontmoetingsplekken waar alle lagen van de bevolking elkaar tegenkomen. In tijden van toenemende individua-

lisering fungeren groenstructuren zo als sociaal bindmiddel. Door daarnaast het centrum autoluw te maken, blijft het leefbaar voor haar bewoners en aangenaam voor haar bezoekers

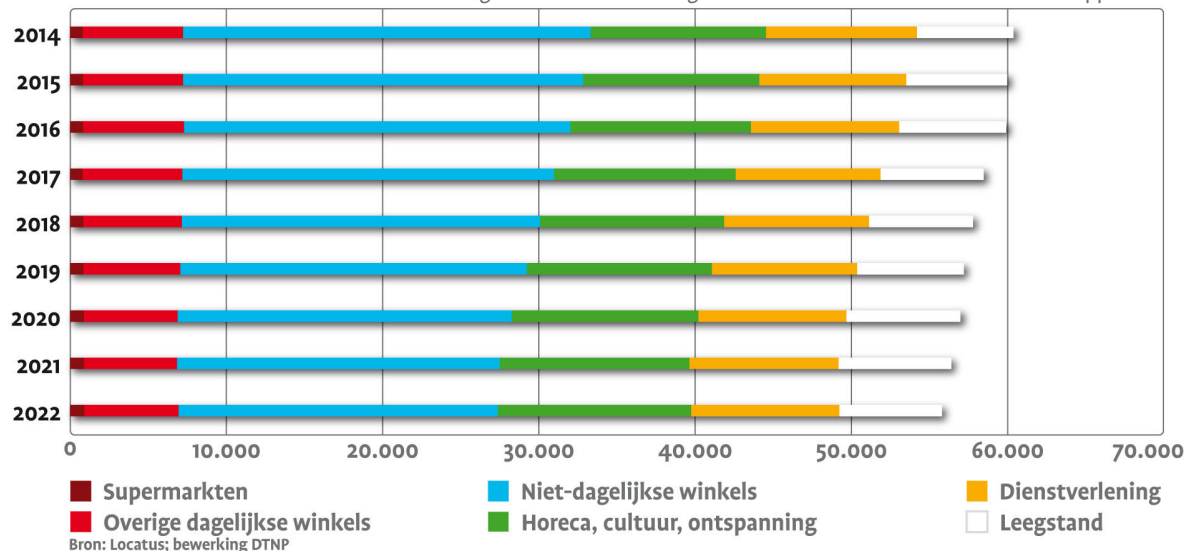
Lokale ondernemers profiteren hier bovendien van omdat verblijfskwaliteit, na aanbod, een van de belangrijkste motieven is om een winkelgebied te bezoeken. Bezoekers per fiets of te voet doen vaker impulsaankopen dan bezoekers per auto, onder meer doordat zij een centrum frequenter bezoeken^a.

Behoefte aan groen en ontmoeting in centrumgebieden



a DTNP (2016), Fietsen en de gezonde stad.

Ontwikkeling functiebeeld middelgrote centra in Nederland in aantal verkooppunten



2.2 Longcovid voor de horeca

Net nu de coronapandemie achter de rug lijkt, lopen horeca-ondernemers tegen stijgende kosten aan. Het belooft een uitdagende tijd te worden voor de horeca.

Horeca als groeimarkt onder druk

Vanaf de financiële crisis bleek horeca lange tijd een groeisector. Het aantal eetgelegenheden, fastfoodzaken en hotels nam alsmat toe. De pure drankensector nam als enige af; de traditionele bruine kroeg is minder in trek bij de hedendaagse consument. Door de coronapandemie, met meerdere lockdowns, heeft de horeca echter een flinke tik gekregen. Restaurants, cafés en hotels kregen de grootste klappen. Doordat bezorgen en afhalen ook tijdens de strengste coronamaatregelen mogelijk bleef, wist de fastservicesector het beste overeind te blijven.

Het aantal faillissementen in de horeca was door de steunmaatregelen vanuit de overheid tijdens de pandemie historisch laag. De verwachting is echter dat het aantal faillissementen in 2023 sterk zal toenemen, nu horecazaken afgelopen najaar moesten beginnen met het terugbetalen van hun belastingschuld. 45% van de horecabedrijven geeft aan er na de coronacrisis financieel slecht voor te staan.^a Daar komt bij dat er een sterk tekort is aan

a ING (2022), Horeca op volle kracht vooruit.

personeel; bijna de helft van de ondernemers ziet dit tekort als een belemmering voor hun activiteiten^b. De sterke inflatie zorgt daarnaast voor hogere inkoopkosten en een verminderde koopkracht bij de consument. Voor die consument zijn niet-essentiële uitgaven, zoals bij de horeca, vaak het eerste waar op bezuinigd wordt. Desondanks heeft de horeca in 2022 een sterke inhaalslag gemaakt; in het derde kwartaal lag het omzetvolume zelfs boven het niveau van voor corona^b. Het lijkt voorlopig echter nog niet voldoende om de hogere kosten te compenseren.

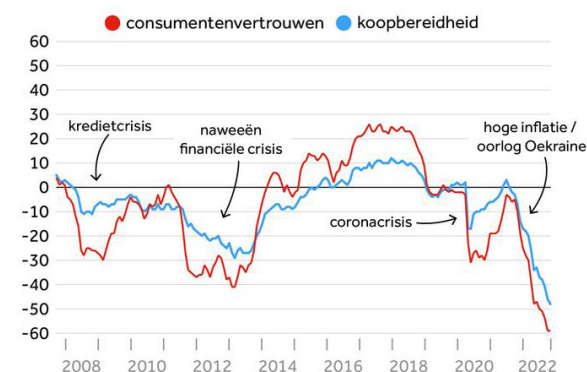
Blurring: kansen op het snijvlak van sectoren

Nieuwe concepten ontwikkelen zich steeds vaker op het snijvlak van sectoren. Grenzen tussen horeca, detailhandel en ambachten vervagen. Voorbeelden zijn de boekenwinkel met een uitgebreide koffiehoek, het lokale café waar ook streekproducten voor thuis verkocht worden en een wijnproeverij in de tuin van de slijter. Mits er duidelijke kaders gesteld worden (bijv. alcoholvergunning of verplichte wc-voorziening) waarbinnen blurring is toegestaan biedt het kansen voor ondernemers om in te spelen op de veranderende behoefte van de consument. Zo ontstaan vernieuwende concepten met meer aandacht voor de totaalbeleving.

b CBS (2022), Omzet horeca stijgt met bijna 3% in derde kwartaal

Bron: NOS, 2022

Consumentenvertrouwen



Blurring: boekenwinkel en koffietent in één

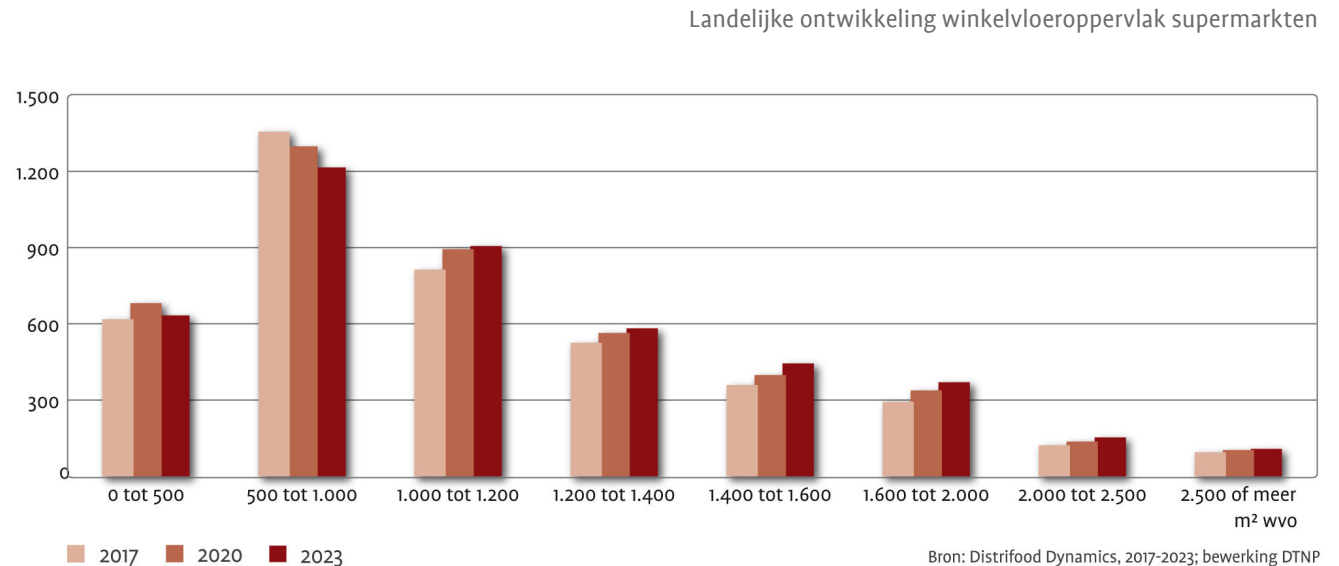
2.3 Ontwikkelingen supermarktsector

Schaalvergroting supermarkten

Supermarkten kleiner dan circa 1.000 m² wvo en in kleinere verzorgingsgebieden zijn in algemene zin kwetsbaar. Supermarktpartijen willen voor een nieuwe winkel al snel een omvang van 1.200 m² wvo of groter. Er zijn wel uitzonderingen:

- in binnensteden ontstaan nieuwe, kleine city-concepten ('mandjeswinkels');
- doelgroepsupermarkten bieden een beperkt, maar specialistisch assortiment;
- partijen als Spar hebben ook in kleine dorpen nog moderne, kleine supermarkten.

De groei in écht grote supermarkten (> 2.000 m² wvo) is beperkt.

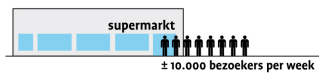


Bron: Distrifood Dynamics, 2017-2023; bewerking DTNP
*Excl. zelfstandigen en trafficlocatie, vakantiepark, etc.

Combinatiebezoek supermarkten

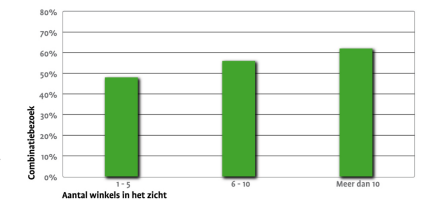
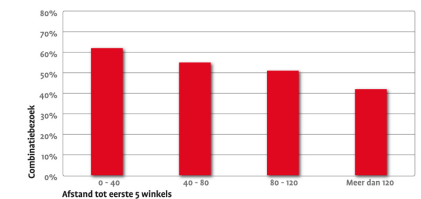
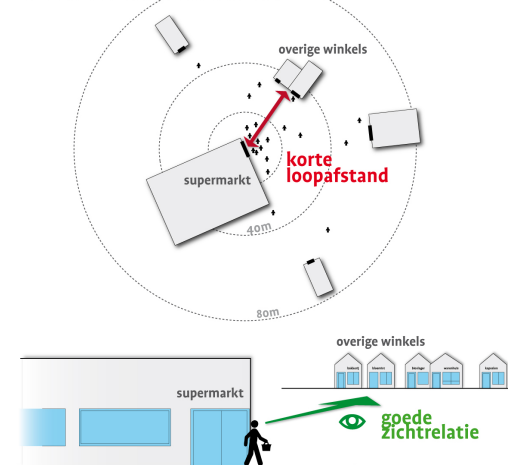
Uit door DTNP uitgevoerd onderzoek (oktober-november 2021) onder circa 3.700 respondenten in 25 dorps- en wijkcentra in Nederland blijkt dat circa 52% van de consumenten het supermarktbezoek combineert met een of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor service- als discountsupermarkten. Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen.

Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland



- 🛒 66% komt 2x per week of vaker
- 🚲 45% komt met de fiets of te voet
- 📍 76% komt uit eigen dorp of wijk
- 🏠 52% bezoekt ook andere winkels in het centrum

Voorwaarden combinatiebezoek



Bron: DTNP (2021), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

Opkomst online boodschappen

Lange tijd leek online winkelen een fenomeen waar alleen de niet-dagelijkse winkelsector mee te maken zou krijgen. De versproducten die worden verkocht bij supermarkten zouden niet geschikt zijn voor thuisbezorging. Inmiddels is wel duidelijk dat dit een illusie

Supermarkten structuurbepalend

Supermarkten zijn, door het grote aantal bezoekers en de hoge mate van combinatiebezoek dat plaatsvindt vanuit de supermarkten, structuurbepalend in de totale voorzieningenstructuur. Andere voorzieningen kunnen nadrukkelijk profiteren van de nabijheid van een supermarkt, en het verdwijnen van die supermarkt kan voor hen de doodsteek betekenen.

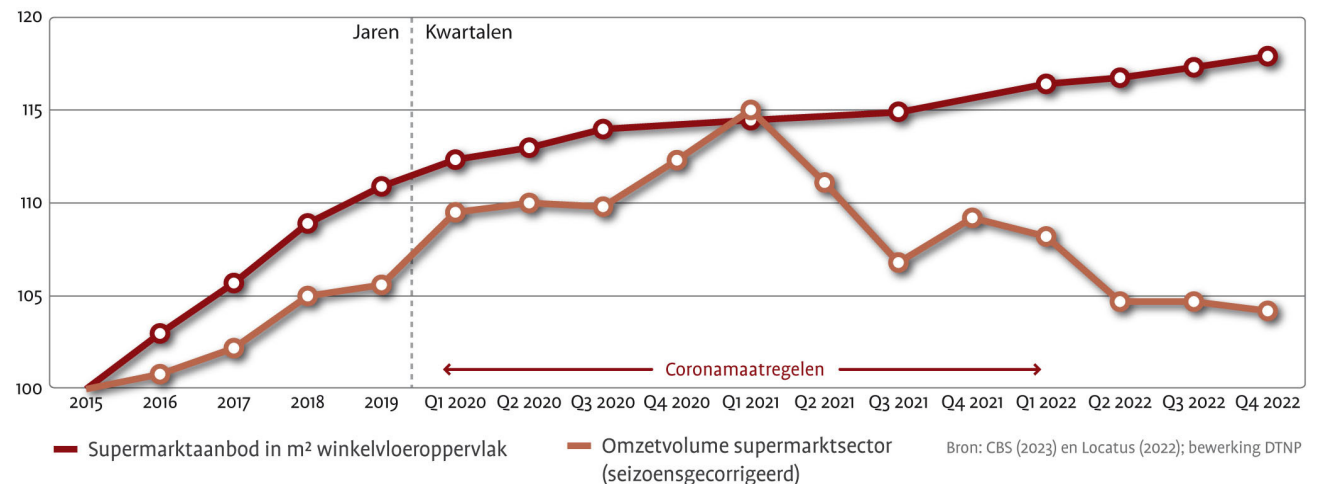
Een evenwichtige spreiding van supermarkten is dan ook belangrijk, waarbij de omvang van en het aantal supermarkten in een (centrum)gebied dient te worden afgestemd op de totale functie van het (centrum-)gebied. Daarbij dient in Rijswijk uiteraard ook rekening te worden gehouden met de totale beschikbare marktruimte voor supermarkten, om te waarborgen dat supermarkten goed kunnen functioneren (o.a. voldoende investeringsmogelijkheden en doorloop in de winkel) en ook hun trekkersrol kunnen waarmaken. De marktruimteberekening voor supermarkten in Rijswijk is te vinden in **hoofdstuk 3 op p. 23**.

bleek: uit het laatste Koopstromenonderzoek in de Randstad (2021) bleek het aandeel online ook in de dagelijkse winkelsector al te zijn opgelopen naar 6%, en inmiddels is dit alweer verder doorgegroeid. Supermarkten hebben de benodigde logistieke infrastructuur voor bezorging verder geprofessionaliseerd en tijdens de coronacrisis heeft een nieuwe groep consumenten kennigemaakt met deze manier van boodschappen doen. Verwachting is daarom dat het online boodschappen doen de komende jaren verder zal toenemen.

Grenzen aan de groei?

Al jarenlang proberen supermarktpartijen het aantal vestigingen en de omvang daarvan te vergroten, in de

hoop hun concurrentiepositie daarmee te verstevigen. Het aantal supermarktmeters groeit gestaag door, maar dit geldt niet voor het omzetvolume. Zeker het laatste jaar (na corona) zijn de ontwikkeling van het aantal winkelmeters en het omzetvolume sterk uit elkaar gaan lopen. De consequentie hiervan is een steeds kleinere marge voor supermarkten. De verwachting is dan ook dat het met deze ontwikkeling op termijn onvermijdelijk is dat ook supermarkten kritisch kijken naar hun vestigingen en mogelijk tot andere vastgoedstrategieën overgaan, met per saldo eerder krimp dan groei van het aantal winkels en winkelmeters. Met uitbreidingswensen voor supermarkten dient daarom ook zorgvuldig te worden omgesprongen.



2.4 Lokale ontwikkelingen in Rijswijk

In de gemeente Rijswijk spelen diverse ruimtelijk-economische ontwikkelingen die relevant zijn voor dit retail- en horecabeleid.

Aanbodontwikkeling volgt landelijke trend

De ontwikkeling van het winkel- en leisuraanbod in Rijswijk vertoont gelijkenissen met de landelijke tendens. Het aantal niet-dagelijkse winkels is sinds 2016 met ongeveer een kwart afgenomen van circa 190 naar circa 150. Het dagelijkse winkelaanbod is vrij constant gebleven. Het leisuraanbod, waaronder horeca, is in diezelfde periode juist met circa 10 vestigingen toegenomen. De leegstand is vooral vanaf 2019 aanzienlijk afgenomen. Hier valt de herontwikkeling van Bogaard stadscentrum in terug te zien, waarbij een aanzienlijk aantal winkelmeters is gesaneerd.

Sterk afgenomen koopkrachtbinding

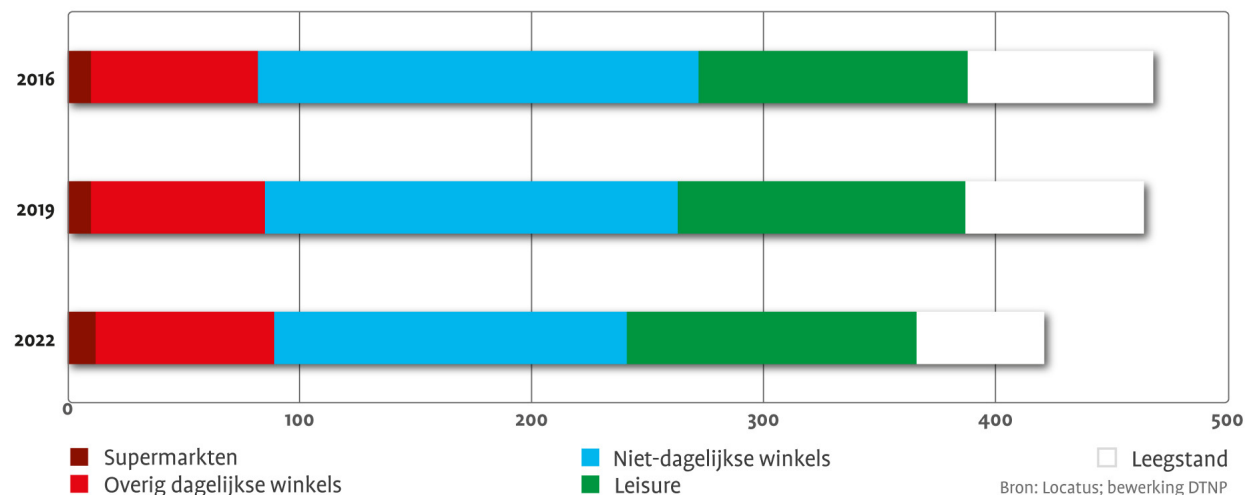
Uit het laatste Randstedelijke koopstromenonderzoek kwam een voor Rijswijk alarmerend beeld naar voren: in alle branchegroepen is de koopkrachtbinding van de 'eigen' inwoner zeer sterk teruggelopen. In de dagelijkse winkelsector is die terugloop het sterkst. Hier nam de binding tussen 2016 en 2021 af van 85% naar 72%. Een eerste mogelijke verklaring is de herontwik-

keling van Bogaard stadscentrum, waardoor dit winkelgebied tijdelijk minder aantrekkelijk is om te bezoeken. Ook de komst van de vele nieuwe inwoners in Rijswijk Buiten vormt een gedeeltelijke verklaring. Voor hen lag de dichtstbijzijnde supermarkt tot oplevering van De Koploper buiten de eigen gemeente, in Delft. Er is een aanzienlijke opgave (en dus een kans!) om de inwoners uit de eigen gemeente de komende jaren weer terug te winnen. Ook gezien de herpositionering van Bogaard stadscentrum naar een meer lokale functie zou dit een belangrijk doel moeten zijn.



Masterplan In de Bogaard

Ontwikkeling aanbod aan winkels en leisure gemeente Rijswijk in aantal verkooppunten



Herontwikkeling Bogaard stadscentrum

Het voormalige 'In de Bogaard' verandert de komende jaren van een monofunctioneel winkelcentrum naar een multifunctioneel 'Bogaard stadscentrum'. Een derde van alle winkelruimte is uit de markt genomen, en er komt meer plaats voor wonen, horeca, leisure, dienstverlening en sociaal-maatschappelijke functies. In het noordwestelijk deel zal de nadruk komen te liggen op wonen en werken. Het middengebied wordt ontwikkeld als gebied voor verblijven en recreëren, met een centraal horecaplein. Het zuidoostelijk deel blijft hoofdzakelijk gericht op winkelen. Inmiddels is het Bogaardplein (zuidoost) al volledig opnieuw aangelegd. Een deel van het winkelcentrum, de Sterpassage (noordoost-zijde) is inmiddels al nagenoeg volledig gesloopt. In Bogaard stadscentrum spelen diverse supermarktplannen, variërend van nieuwvestiging, tot verplaatsing en verkleining. Alle plannen samen zijn samen goed voor circa 2.000 m² vvo.

Havenkwartier

Aan de noordkant van Plaspoelpolder verrijzen aan het water in de eerste fase ruim 2.500 woningen door kantoren om te bouwen en nieuwe appartementen toe te voegen. Doel is een gemengd gebied, met naast

wonen ook ruimte voor bedrijvigheid, recreëren en maximaal 30.000 m² aan commerciële voorzieningen, waaronder horeca en een kleine supermarkt (ca. 500 m² vvo).

Kessler Park

Nog wat minder vergevorderd, maar daarom niet minder ambitieus, zijn de plannen voor het Kessler Park aan de zuidwestzijde van Plaspoelpolder. Doel is op het oude Shell-terrein een levendige mix van wonen, werken en leren te realiseren. Op termijn worden hier circa 2.100 appartementen opgeleverd, waarvan een belangrijk deel voor studenten. Er wordt gedacht aan bijkomende voorzieningen die bijdragen aan de beoogde aantrekkelijke mix, zoals maatschappelijke, culturele, leisure- en commerciële voorzieningen, waaronder lichte horeca en retail nabij het station.

Middengebied Plaspoelpolder

Voor het middengebied van de Plaspoelpolder liggen er diverse plannen om monofunctioneel bedrijfsmatig vastgoed om te bouwen naar multifunctionelere complexen, met daarbij ook regelmatig de wens voor toevoeging van horeca.

Huis van de Stad

Het voormalige Stadhuis aan de Generaal Spoorlaan heeft ruim 15 jaar leeg gestaan, maar wordt na een grondige renovatie binnenkort als 'Huis van de Stad' opnieuw geopend. De gemeentelijke organisatie, Welzijn Rijswijk, Bibliotheek aan de Vliet en Trias Centrum voor de kunsten, dagbesteding 't Trefpunt en vrijwilligerscentrum Rijswijk Doet zullen dit jaar hun intrek nemen in dit iconische gebouw. Deze functies worden aangevuld met daghoreca.

Paviljoen Wilhelminapark

Met de realisatie van nieuwbouwwijk Rijswijk Buiten komt het Wilhelminapark centraler in het stedelijk weefsel van Rijswijk te liggen en naar verwachting zullen meer mensen het park gaan gebruiken. Gemeente Rijswijk heeft een ontwikkelperspectief opgesteld voor het Wilhelminapark, met als ambitie een park waar verblijfskwaliteit en natuurwaarden hand in hand gaan. Passend bij deze ambitie wil de gemeente graag dat er aan de recreatieplas een creatief horecaconcept voor een breed publiek geëxploiteerd wordt.

Visie op retail- en horecastructuur



3.1 Vigerend beleid en uitgangspunten

Vanuit verschillende beleidsterreinen heeft gemeente Rijswijk ambities geformuleerd die relevant zijn voor de gewenste detailhandels- en horecastructuur.

Stadsvisie

In de Stadsvisie^a wordt het gewenste toekomstbeeld voor Rijswijk in 2030 geschetst. De visie zet in op een groene, aantrekkelijke leef- en recreatieomgeving. De realisatie van verschillende woonmilieus zorgt voor een evenwichtige bevolking. De grote stadsassen worden ontwikkeld tot moderne stedelijke gebieden, en leegstaande bedrijven en kantoorpanden worden getransformeerd. In 2030 is de stad volgens de visie comfortabel bereikbaar, bij voorkeur met de fiets of te voet.

Economie

De Economische Visie Rijswijk (2023) zet in op een eigen profilering, een sterk netwerk en structuur en sterke werklocaties. De visie signaleert een toenemende ruimtedruk, en noemt gedeelde voorzieningen, functiemenging en dubbel ruimtegebruik als belangrijke oplossingen. Voornaamste doelen zijn het aanpakken van de hardnekkige leegstand op de kantorenmarkt en bij Bogaard stadscen-

trum, het verhogen van de koopkrachtbinding van inwoners aan winkels in de eigen gemeente en een verduurzaming van woningen en bedrijfspanden.

Mobiliteit

In het Mobiliteitsprogramma Rijswijk 2040 vormt het STOMP-principe een belangrijk uitgangspunt, dat nu ook wordt doorvertaald in een concretere mobiliteitsstrategie. Volgens dit principe krijgen achtereenvolgens voetgangers (Stappen), fietsers (Trappen), Openbaar vervoer en deelmobiliteit (MaaS) prioriteit boven de Privéauto als mobiliteitsnetwerken van gelijk niveau elkaar kruisen. Als bijvoorbeeld het hoofdnets fiets en het hoofdnets auto elkaar kruisen, krijgt de fiets voorrang. Verplaatsingen te voet en per fiets krijgen prioriteit om ervoor te zorgen dat Rijswijk ook in de toekomst, met een aanzienlijk groter aantal inwoners, leefbaar, bereikbaar en veilig blijft. Omwille van de economische vitaliteit van de centrumgebieden blijft, conform het parkeerbeleid, het eerste uur autoparkeren bij winkelcentra gratis (met uitzondering van Bogaard Stadscentrum).

Sociaal domein

In tijden van individualisering en toenemende vergrijzing ligt eenzaamheid op de loer. Naar schatting 18.000 inwoners in Rijswijk voelen zich matig tot (zeer) ernstig

eenzaam.^b Daarom wordt er ondermeer vanuit Welzijn Rijswijk ingezet op een uitbreiding van het aantal buurthuizen en buurthuis kamers. Hier kunnen inwoners elkaar ontmoeten en aan hun sociale netwerk werken. Binnen het sociaal domein is toegankelijkheid ook een belangrijk thema. Hierbij gaat het bijvoorbeeld over een toegankelijke bestrating voor mensen in een rolstoel, drempels bij winkels, oversteekbaarheid van straten en toegang tot openbare toiletten.

Veel sociale problemen kunnen worden aangepakt of voorkomen met betere educatie. Op dit moment is er echter een tekort aan scholen in de gemeente. Belangrijke ambitie is dan ook dit tekort aan te pakken, zeker in wijken met veel jonge gezinnen zoals Rijswijk Buiten.

Gezondheid

Het gemeentelijk bestuur hecht veel waarde aan het verbeteren van de gezondheid van de inwoners in de gemeente^c. Inwoners worden gestimuleerd om meer te bewegen, gezonder te eten en te drinken en minder te roken. Ook wordt ingezet op een betere toegang tot (eerstelijns) gezondheidszorg en op betere voorlichting op scholen. Concreet is er in de gemeente nu een tekort aan binnen-sportgelegenheden en aanbieders van eerstelijnszorg.

^a Stadsvisie Rijswijk 2030, Samen maken we de stad.

^b Welzijn in Rijswijk, Uitvoeringsagenda 2021-2022.

^c Gezondheid en Sport in Rijswijk, Uitvoeringsagenda 2020-2022.

3.2 Marktruimteberekening

Een marktruimteberekening is een kwantitatieve benadering om de (toekomstige) vraag naar winkel- en horecavoorzieningen af te zetten tegenover het huidige (en toekomstige) aanbod. Het biedt daarmee inzicht in de omvang van de uitbreidingsruimte, of juist in de omvang van de krimpogave.

Marktruimteberekening detailhandel

Als gevolg van de grote dynamiek in de sector en grote verschillen in verdienmodel tussen niet-dagelijkse winkels, hebben marktruimteberekeningen voor de niet-dagelijkse winkelsector weinig waarde: de resultaten zijn nauwelijks op een zinvolle wijze te interpreteren en uitkomsten van sommen lopen achter op de realiteit.

Voor supermarkten en de dagelijkse winkelsector zijn nog wel zinvolle berekeningen te maken. Met name voor supermarkten is dat van belang. Dat zijn structuurbepalende functies binnen de algehele voorzieningstructuur die in belangrijke mate het functioneren en de toekomstbestendigheid van een centrumgebied bepalen. Om een indicatie te geven van de toekomstige behoefte aan supermarkten in Rijswijk is een berekening gemaakt van de marktruimte.

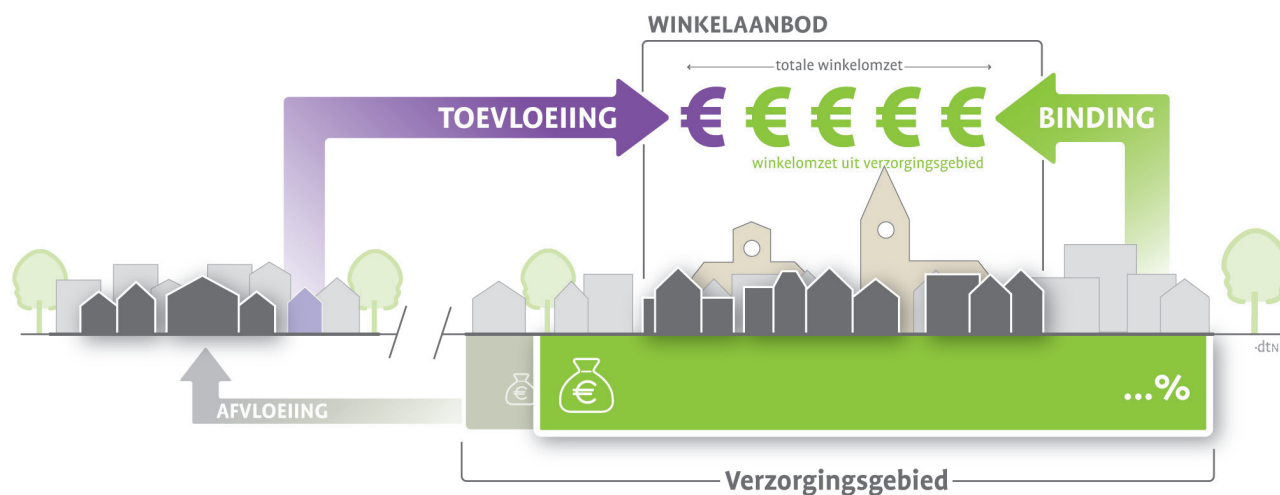
Uitgangspunten supermarkten

Voor de vraagzijde gaan we uit van de volgende uitgangspunten:

- Het huidige aantal inwoners van 59.000 groeit door tot 60.000 à 65.000 inwoners in 2025, en tot 65.000 à 70.000 inwoners in 2030.
- Het inkomen per inwoner in Rijswijk is gemiddeld 5,8% hoger dan gemiddeld in Nederland^a.

a CBS Statline (2022)

- Op dit moment doen inwoners van Rijswijk 7% van hun bestedingen in de dagelijkse winkelsector (waaronder supermarkten) online. De verwachting is dat het online boodschappen doen de komende jaren verder zal doorgroeien naar 10% in 2025 en 15% in 2030. Dit internetaandeel resulteert in de marktruimteberekening in een afnemende omzet per hoofd (bij fysieke winkels).
- De koopkrachtbinding is het aandeel van de bestedingen in fysieke supermarkten die inwoners



uit de gemeente Rijswijk doen bij supermarkten in de eigen gemeente. In de dagelijkse sector was deze binding tijdens het Koopstromenonderzoek Randstad uit 2021 72%^a. Op dat moment was de Aldi in Oud Rijswijk echter nog niet vergroot en de

supermarkt in Rijswijk Buiten nog niet gerealiseerd. De koopkrachtbinding voor de huidige situatie wordt daarom naar boven bijgesteld, naar ten minste 75%. De binding van de eigen inwoners aan supermarkten in Rijswijk kan verder worden vergroot door een versterking van het supermarkt-aanbod in aantal, omvang en aantrekkelijkheid, en door het verder bekend worden met de nieuwe supermarkt in Rijswijk Buiten. Voor 2025 en 2030

wordt daarom gerekend met een koopkrachtbinding van 85%.

- De koopkrachttoevloeiing is het aandeel van de winkelomzet dat supermarkten verdienen met uitgaven door inwoners van buiten de eigen gemeente. Deze toevloeiing was in 2021 16%, wat overeenkomt met circa € 17,8 miljoen aan winkelomzet. Dit houden we voor de komende jaren constant.

a KSO2021; dit betreft de koopkrachtbinding van fysieke winkelbestedingen, 7% van de bestedingen van Rijswijkers vindt online plaats.

Indicatieve marktruimteberekening supermarktsector gemeente Rijswijk*

		Gemeente Rijswijk		
		2022	2025	2030
a	Aantal inwoners in verzorgingsgebied	57.000	60.000 à 65.000	65.000 à 70.000
b	Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet), gecorrigeerd voor gemiddeld inkomen	€ 2.184	€ 2.114	€ 1.996
c	Koopkrachtbinding	75%	85%	85%
d	Verwachte winkelomzet uit verzorgingsgebied (excl. btw)	$a * b * c$ € 93,4 mln	€ 107,8 à 116,8 mln	€ 110,3 à 118,8 mln
e	Vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	€ 17,8 mln	€ 17,8 mln	€ 17,8 mln
f	Totale winkelomzet (excl. btw)	$d / (1 - e)$ € 111,2 mln	€ 125,9 à 134,6 mln	€ 128,1 à 136,6 mln
g	Gemiddelde winkelomzet per m ² wvo (excl. btw)	€ 8.381	€ 8.381	€ 8.381
h	Potentieel winkelaanbod	f / g ca. 13.300 m ² wvo	ca. 15.000 à 16.100 m ² wvo	ca. 15.300 à 16.300 m ² wvo
i	Huidig winkelaanbod (inclusief nieuwe supermarkt in De Koploper)	ca. 13.500 m ² wvo	ca. 13.500 m ² wvo	ca. 13.500 m ² wvo
j	Indicatie uitbreidingsruimte	$h - i$ nihil	ca. 1.500 à 2.600 m² wvo	ca. 1.800 à 2.800 m² wvo

* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

Conclusie supermarkten en dagelijkse sector

In Rijswijk is op dit moment, op basis van de voorgaande uitgangspunten en reeds rekening houdend met de uitbreiding van Aldi (Oud Rijswijk) en de nieuwe Lidl (Rijswijk Buiten), sprake van een balans tussen vraag en aanbod. Door de forse groei van het aantal inwoners naar 65.000 à 70.000 in 2030 zal de marktruimte toenemen tot 1.800 à 2.800 m² wvo in 2030. Het 'positieve' effect van de inwonergroei en van de verhoogde koopkrachtbinding op de marktruimte is daarmee substantieel sterker dan het dempende effect van de verdere groei van online. Hierbij wordt er dus wel van uitgegaan dat de hogere koopkrachtbinding ook daadwerkelijk bereikt wordt. Om dit te realiseren is het zaak zorgvuldig om te springen met alle supermarktiniciatieven die er liggen, om zo te voorzien in een duurzame en vitale supermarktstructuur voor de gemeente Rijswijk.

Voor de hele dagelijkse sector is een vergelijkbare berekening gemaakt, en die komt op vergelijkbare uitbreidingsruimte uit. Dit betekent dat de vraag naar dagelijkse winkels (boodschappenwinkels), op dit moment in verhouding staat tot het aanbod en later gelijkmatig meegroeit met de vraag naar supermarktmeters.

Conclusie niet-dagelijkse winkelsector

Voor een inschatting van de toekomstige behoefte aan niet-dagelijkse detailhandel in de gemeente Rijswijk is het zinvoller te kijken naar landelijke en lokale trends en ontwikkelingen in de sector. Kortweg laten deze trends een snelle afnemende behoefte zien bij consumenten aan fysieke niet-dagelijkse winkels, ten faveure van online winkelen. Ondanks de geprognosticeerde bevolkingsgroei in de gemeente is het voor een duurzame detailhandelsstructuur daarom raadzaam eerder uit te gaan van een (verdere) afname van het niet-dagelijkse winkelaanbod dan van een toename. De bestaande winkelleegstand in de gemeente is echter niet dusdanig groot dat dit aanleiding geeft tot een actief saneringsbeleid van winkelmeters.

Marktruimte horeca

In 2021 en 2022 heeft reeds een behoefteonderzoek naar horeca in Rijswijk plaatsgevonden ^a. Hieruit kwam naar voren dat, net als voor de dagelijkse winkelsector, er als gevolg van de forse groei van het aantal inwoners in Rijswijk, nog uitbreidingsruimte is voor horeca. Het zou gaan om circa 4.600 à 7.100 m² bruto vloeroppervlak ofwel 22 à 34 horecavestigingen. Ruim de helft van die uitbreidingsruimte wordt gereserveerd voor de herontwikkeling van Bogaard stadscentrum. De overige horecaclusters (Oud Rijswijk, de Lindelaan) en grote ontwikkelgebieden (o.a. Havenkwartier en Kessler Park) komen volgens het onderzoek logischerwijs in aanmerking voor uitbreiding van het horeca-aanbod, omdat de vraag daar het grootst is of het meest zal toenemen.

a O.a. BSP (2022), Beleidslijn horeca Plaspoelpolder Rijswijk

3.3 Visie op de hoofdstructuur

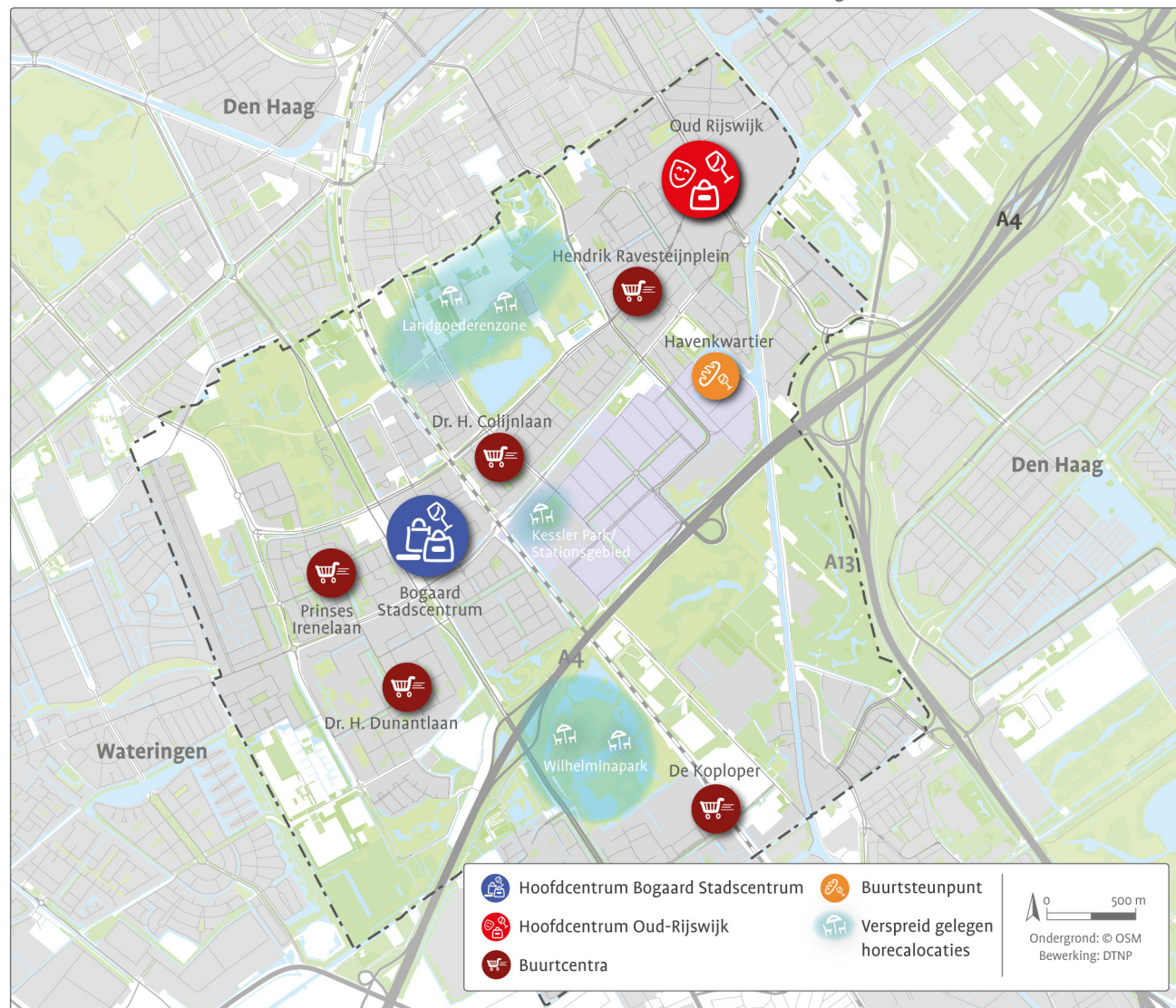
Vanuit het vigerende beleid worden ambities geformuleerd voor de detailhandels- en horecastructuur. Op basis van deze ambities wordt de beoogde hoofdstructuur neergezet. In hoofdstuk 4 volgt een nadere uitwerking van het toekomstperspectief per centrum.

Uitgangspunten

De volgende uitgangspunten zijn van belang voor de beoogde structuur:

- Het aantal inwoners in de gemeente zal toenemen van de huidige ± 57.000 naar 65.000 à 70.000 inwoners in 2030. De groei vindt vooral plaats in en nabij Bogaard stadscentrum, Havenkwartier, Kessler Park en Rijswijk Buiten.
- Afhankelijk van de inwonergroei is er een indicatieve marktruimte voor uitbreiding van het supermarktaanbod van 1.800 à 2.800 m² wvo tot 2030.
- Voor horeca is er ook nog enige uitbreidingsruimte berekend (van 22 à 34 zaken).

Visie beoogde structuur detailhandel en horeca



Ambities

Passend bij de aspiraties die er zijn op verschillende beleidsterreinen (zie paragraaf 3.1) worden voor de toekomstige retail- en horecastructuur de volgende ambities geformuleerd:

- het bieden van een zo compleet en divers mogelijk voorzieningenaanbod voor inwoners van binnen en buiten Rijswijk;
- toewerken naar levendige en aantrekkelijke buurtcentra die voorzien in de dagelijkse behoeften aan winkels, ontmoeting en zorg.
- het realiseren van een aantrekkelijk en dynamisch ondernemersklimaat dat uitnodigt tot investeringen.
- het strategisch benutten van locaties waar horeca een ondersteunende rol kan vervullen of een bijzondere bestemming met zelfstandige aantrekkingskracht kan bieden.

Beoogde structuur in het kort

Er wordt ingezet op de volgende toekomstige hoofdstructuur:

- Twee onderling complementaire hoofdcentra: Bogaard stadscentrum en Oud Rijswijk.

- Vijf ondersteunende buurtcentra: H. Ravesteijnplein, Pr. Irenelaan, Dr. H. Dunantlaan, Dr. H. Colijnlaan en De Koploper (Rijswijk Buiten).
- Eén buurtsteunpunt in het Havenkwartier.



Hoofdcentrum Bogaard stadscentrum

Dit blijft een hoofdcentrum voor de hele gemeente. Het is dé plek voor gemeenteverzorgende (winkel-)functies. Hier is het meest complete en grootste aanbod gevestigd, met grotere zaken en landelijk bekende ketens. Toevoeging van horeca sluit aan bij de transitie naar een multifunctioneel stadscentrum. Een toegankelijk aanbod aan grote horecaketens die makkelijk te combineren zijn met de winkelfunctie is hier passend. Enkel nieuwvestiging van lichte en middelzware horeca is gewenst (categorie 1 en 2, zie beleidsregels hoofdstuk 5).

Bij het grootste centrumgebied hoort ook het grootste supermarktaanbod. Drie volwaardige supermarkten met een omvang van 1.500 à 1.700 m² vwo, idealiter bestaande uit complementaire formules, zijn passend bij deze functie binnen de structuur, aangevuld met een of enkele kleinere doelgroepensupermarkten.



Hoofdcentrum Oud Rijswijk

Oud Rijswijk kan zich positioneren als recreatief centrumgebied én als 'dorpscentrum' voor het oostelijk deel van de gemeente. De eigen identiteit en het historische karakter geven dit centrum een charme die uniek is binnen de gemeente. Hier gaan inwoners van Rijswijk en buurgemeenten en toeristisch-recreatieve bezoekers naar toe voor een grote diversiteit aan kwaliteitszaken en specialistisch aanbod. Het is dé plek om op het terras te zitten of een hapje te eten. Enkel nieuwvestiging van lichte en middelzware horeca is gewenst (categorie 1 en 2, zie beleidsregels hoofdstuk 5). In het voetgangersgebied van Oud Rijswijk is bezorghoreca (categorie 1c) niet passend.

Twee volwaardige supermarkten van 1.200 tot 1.500 m² vwo zijn passend bij de functie van Oud Rijswijk binnen de gemeentelijke voorzieningenstructuur. Dit betekent dat het gewenst is dat ook de Albert Heijn, in navolging van Aldi, een grotere vestiging krijgt in het centrum van Oud Rijswijk. Daarnaast is het behoud van een kleinere doelgroepensupermarkt passend.



Vijf centra voor de buurt

De centra H. Ravesteijnplein, Pr. Irenelaan, Dr. H. Dunantlaan, Dr. H. Colijnlaan en De Koploper (Rijswijk Buiten) vervullen een functie voor de eigen buurt. In ieder van deze centra is één supermarkt van 1.000 à 1.300 m² passend. Dit betekent dat aan een beperkte uitbreiding van de supermarkten bij de H. Dunantlaan en het H. Ravesteijnplein kan worden meegewerkt. De andere buurtsupermarkten zijn al van moderne omvang.

Naast de supermarkt bestaat het beoogde minimale aanbod in deze centra uit een versspecialzaak, enkele diensten/ambachten, zorgfuncties, en maatschappelijke functies, zoals een buurthuis, sporthal of school. Enkel nieuwvestiging van lichte en middelzware horeca is gewenst (categorie 1 en 2 zie beleidsregels hoofdstuk 5).



Buurtsteunpunt Havenkwartier

In het Havenkwartier wordt een grote hoeveelheid (ca. 2.500) kleine woningen in een hoge dichtheid gebouwd, waardoor een hoogstedelijk woonmilieu zal ontstaan. Gezien de jonge doelgroep, de lage geplande parkeernorm en de overige mobiliteitsambities van de gemeente (STOMP-principe) zullen toekomstige

bewoners zich vooral lopend of met de fiets verplaatsen. Een kleine mandjessupermarkt (ca. 500 m² wvo) is gelet op die karakteristieken en de afstand ten opzichte van de andere supermarkten gewenst in dit nieuwe stukje Rijswijk. Een grotere supermarkt is echter ongewenst vanwege de nabijheid van het H. Ravesteijnplein en vanwege het beperkte draagvlak.

Het Havenkwartier is behalve voor een mandjessupermarkt ook een geschikte locatie voor het ontwikkelen van enkele horecagelegenheden. De mooie ligging aan het water biedt hiervoor voldoende onderscheidende kwaliteiten. Gezien het feit dat het Havenkwartier een gemengd gebied wordt met veel ruimte voor wonen, wordt enkel horeca categorie 1a en 1b (lichte horeca, zie beleidsregels), hier wenselijk geacht. Zo blijft de overlast van horeca voor omwonenden beperkt.



Verspreidgelegen horecalocaties

Buiten deze hoofdstructuur is nieuwe horeca mogelijk op drie specifieke locaties/zones in de gemeente. Op deze locaties/zones dient de horeca substantieel bij te dragen aan de reeds aanwezige of gewenste bezoekersstromen en geen afbreuk te doen aan de gewenste horecastructuur. Het gaat op deze locaties dus om



Bogaard Stadscentrum als hoofdcentrum



Van Mooklaan een van de vijf buurtcentra

horeca met een sterk complementair karakter, danwel om horeca waar buiten die locatie geen vraag naar is.

Het gaat om de volgende drie locaties:

- **Wilhelminapark** | Met de ontwikkeling van Rijswijk Buiten komt het Wilhelminapark veel centraler te liggen in het stedelijk weefsel van Rijswijk. Een licht horecaconcept (categorie 1a) dat aansluit bij het recreatieve dagbezoek aan het Wilhelminapark is hier, gezien de ambities van de gemeente voor de ontwikkeling van het park, passend.
- **Landgoederenzone** | Deze groene zone met landgoederen heeft vooral voor fietsers en wandelaars grote recreatieve waarde. Hier liggen potenties voor zeer doelgerichtbezochte, exclusieve concepten, zoals een locatie voor trouwerijen. Concepten dienen zich te verdragen met de cultuurhistorische, landschappelijke en ecologische waarden van de Landgoederenzone. Reguliere horeca, zoals restaurants, is hier ongewenst. Nieuwvestiging van horeca in deze zone vraagt dan ook om een eigen, specifieke bestemming en dient enkel te geschieden binnen de bestaande panden. Nieuwbouw voor horeca is in dit gebied niet gewenst.
- **Kessler Park/stationsgebied** | Rondom het station en de kop van Kessler Park is horeca gericht op de

reiziger en de nieuwe inwoners van Kessler Park mogelijk. Door dit te concentreren rondom de zuidelijke entree van het stationsgebied wordt een duidelijk herkenbaar cluster gerealiseerd én kan het stationsgebied de gewenste kwalitatieve opwaardering krijgen. Bovendien worden bezoekersstromen zo gebundeld, zodat er meer mogelijkheden ontstaan voor vernieuwende horecaconcepten. Enkel nieuwvestiging van lichte en middelzware horeca is gewenst (categorie 1 en 2, zie beleidsregels hoofdstuk 5).

Nieuwe zelfstandige horeca elders in Plaspoelpolder is, gelet op de ambities voor Kessler Park en het Havenkwartier, niet gewenst. Wel is daar ondersteunend aan andere (bedrijfs-)activiteiten horeca als ondergeschikte nevenactiviteit mogelijk. In hoofdstuk 5 worden de spelregels daarvoor beschreven.

Overige locaties en bestaand aanbod

Om aanbod te concentreren in de gewenste, kansrijke centrumgebieden zijn nieuwe locaties buiten de hiervoor beschreven locaties in beginsel niet gewenst. Bestaand aanbod dat buiten een van de voorgaande locaties is gevestigd behoudt haar rechten, maar er wordt niet meegewerkt aan nieuwe zelfstandige winkels en horecazaken wanneer het vigerende bestemmingsplan dit niet toelaat.

Ontmoetingsplaats Waldhoornplein

Gelet op de nabijheid van het Waldhoornplein tot Bogaard stadscentrum en het ontbreken van voldoende marktruimte voor het toevoegen van een extra supermarkt die als trekker voor dit centrum zou kunnen dienen, krijgt het Waldhoornplein geen positie meer binnen de toekomstige detailhandelsstructuur. Wél is het gewenst dat hier een ontmoetingsplek voor de buurt ontstaat, met ook (maatschappelijke) functies op het gebied van bijvoorbeeld zorg en sport. Het is van belang de ontwikkeling van dit gebied in samenhang met de plannen voor de ernaast gelegen Marimbahal te bekijken. Momenteel wordt gewerkt aan een scenario voor de Marimbahal waarin in een kleine gebiedsontwikkeling de sport(hal)functie wordt behouden, maatschappelijke voorzieningen worden toegevoegd en de leefomgeving verbeterd, mogelijk in combinatie met woningbouw.

Toekomstperspectief per centrum



4.1 Bogaard Stadscentrum

Bogaard Stadscentrum is in de beoogde retail- en horecastructuur een van de twee hoofdcentra in de gemeente. Het is dé plek waar in de toekomst een ruim en divers voorzieningenaanbod gekoppeld wordt aan bezoekgemak en verblijfskwaliteit.

Aanbodverbreding en nieuwe doelgroep

Het monofunctionele 'In de Bogaard' transformeert de komende jaren naar een multifunctioneel 'Bogaard Stadscentrum'. Het dominante winkelen maakt plaats voor een mix van winkels, wonen, horeca, diensten, leisure en maatschappelijke functies. Het centrum richt zich nu vooral op de eigen stad, in plaats van op de regio. Het recreatief winkelen wordt aantrekkelijker dan voorheen, dankzij de toevoeging van onder meer eigentijdse horeca en door een betere verblijfskwaliteit. Op het heraangelegde Bogaardplein is dit al zichtbaar.

De aanwezigheid van de grote winkelketens maakt Bogaard Stadscentrum uniek binnen de gemeente. Het grotendeels behouden van deze ketens is dan ook het eerste streven. Hiervoor zijn de supermarkten in Bogaard Stadscentrum belangrijk (zie volgende

pagina). Daarnaast is Bogaard Stadscentrum in de toekomst een interessante plek voor eigentijdse horecaconcepten die zich richten op een breed publiek. Enerzijds kunnen deze horecagelegenheden aansluiten bij de winkelende passant, maar door het grote aantal nieuwe woningen ontstaan ook na sluitingstijd bijkomende mogelijkheden voor restaurants.

De Retailvisie^a die als onderdeel van het Masterplan voor Bogaard Stadscentrum is opgesteld, beschrijft dat er dankzij de grootschalige woningbouw (ca. 20.000 woningen, waarvan 60 tot 70% middensegment) in de directe omgeving een nieuwe doelgroep 'lopers & kopers' ontstaat, als welkome aanvulling op de huidige bezoekersgroepen. Het voorzieningenaanbod dient op deze nieuwe doelgroep te worden afgestemd. Als passende foodconcepten worden Happy Tosti of Yoghurt Barn genoemd, en binnen de branche Mode frisse nieuwe winkels zoals bijvoorbeeld We Are Labels of Scotch & Soda.

De toevoeging van andere functies dan retail en horeca is noodzakelijk om de diversiteit en aantrekkelijkheid van Bogaard Stadscentrum te verhogen. Met name de

^a Wyne Strategy & innovation (2019), Retailvisie In de Bogaard.



Bogaard Stadscentrum in transitie



Het wensbeeld wordt steeds meer werkelijkheid

toevoeging van leisure en sociaal-maatschappelijke voorzieningen moet bijdragen aan de beoogde transformatie.

Deze leisurefuncties sluiten vooral goed aan bij de beoogde avondhoreca in het middengebied, als gebied om te verblijven & recreëren. Een grote leisurefunctie, zoals een bioscoop, is in Bogaard Stadscentrum bijvoorbeeld goed voorstelbaar.

Passend supermarktaanbod bij verzorgingsfunctie

Bij het nieuwe Bogaard Stadscentrum hoort ook het sterkste supermarktaanbod in aantal en omvang van de gemeente. Passend bij de beoogde verzorgingsfunctie, de beschikbare marktruimte in de gemeente én de beoogde voorzieningenstructuur elders in de gemeente wordt uitgegaan van drie volwaardige supermarkten van 1.500 à 1.700 m² wvo, idealiter bestaande uit complementaire formules. Dit aanbod is ook nodig om het benodigde draagvlak voor de overige winkels en horeca in Bogaard Stadscentrum te realiseren.

Een vierde supermarkt zou naar verwachting goed kunnen functioneren in Bogaard Stadscentrum, maar dat zal de beoogde fijnmazige detailhandelsstructuur,

met in ieder buurtcentrum een volwaardige supermarkt, verstoren. Met name het draagvlak voor de supermarkten in de buurtcentra van Dr. H.J. van Mooklaan, Dr. H. Colijnlaan en Pr. Irenelaan komt dan sterk onder druk. Het eventueel wegvallen van de supermarkt in deze buurtcentra zou direct ook de levensvatbaarheid van de overige voorzieningen ter plaatse grotendeels teniet doen.



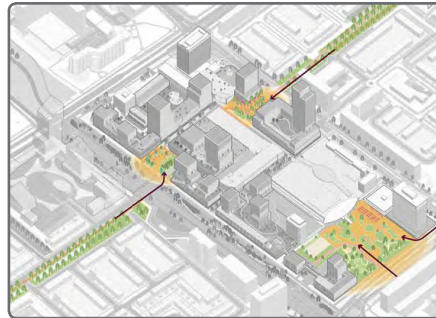
Ketens blijven belangrijk voor Bogaard Stadscentrum



Een bioscoop in Bogaard Stadscentrum?

Masterplan

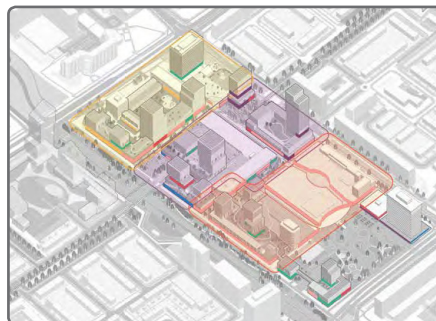
De herontwikkeling van Bogaard Stadscentrum is al gedetailleerd uitgewerkt in het Masterplan. Deze retail- en horecavisie ondersteunt de ambities en uitwerkingen in dit masterplan, waarin een monofunctioneel winkelcentrum verandert in een toekomstbestendig en multifunctioneel Stadscentrum met een diverse mix aan functies. Er wordt ingezet op onder meer een betere verbinding met de omliggende wijken, een sterke vergroening en hogere verblijfskwaliteit. Het verbeteren van de bereikbaarheid voor voetgangers en fietsers en het realiseren van voldoende fietsenstallingen is passend bij de huidige tijdsgeest.



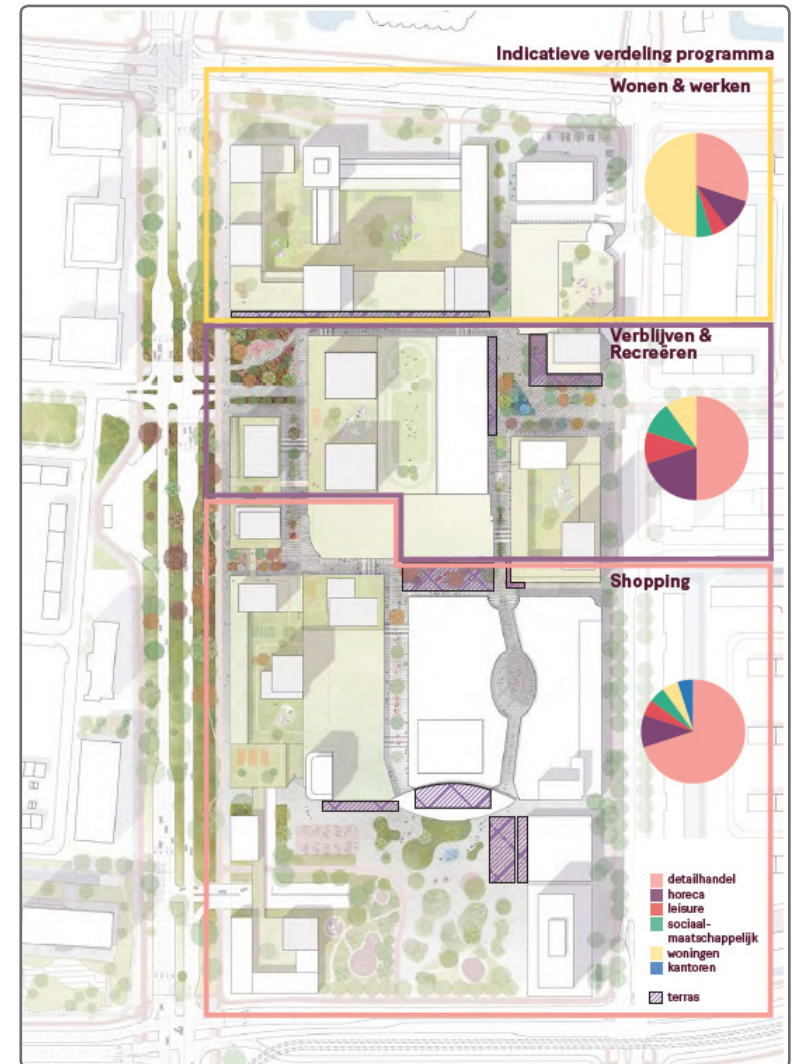
Openen naar omgeving



Vergroenen



Nieuwe mix van functies



Indicatieve verdeling toekomstig programma Bogaard Stadscentrum

4.2 Oud Rijswijk

Oud Rijswijk is in de beoogde structuur een van de twee hoofdcentra in de gemeente. Oud Rijswijk is voor bezoekers uit de eigen gemeente, omliggende wijken en toeristisch-recreatieve bezoekers dé plek binnen de gemeente voor het authentieke winkeltje of het bijzondere horecaconcept.

Functioneel-ruimtelijke analyse

Het centrum van Oud Rijswijk is gelegen in het uiterste noordwesten van de gemeente, grofweg tussen Ruysdaelplein, Schoolstraat, Haagweg en Julianastraat. Via de Haagweg is er een directe verbinding naar Den Haag.

Aanbod

Supermarkten Aldi en Albert Heijn zijn als publiekstreker belangrijk voor het centrum. Wel ligt Albert Heijn net wat te ver weg en is de supermarkt aan de kleine kant, waardoor de trekkracht minder is dan die zou kunnen zijn. Ekoplaza, Hema, Kruidvat en de versspecialzaken trekken, net als de supermarkten, dagelijks veel bezoekers. In Oud Rijswijk zijn er relatief veel zelfstandige ondernemers met specialistische winkels en winkels in het hogere segment. Dit is een belangrijke kwaliteit.

Functionele zonering (FuZo) 2020

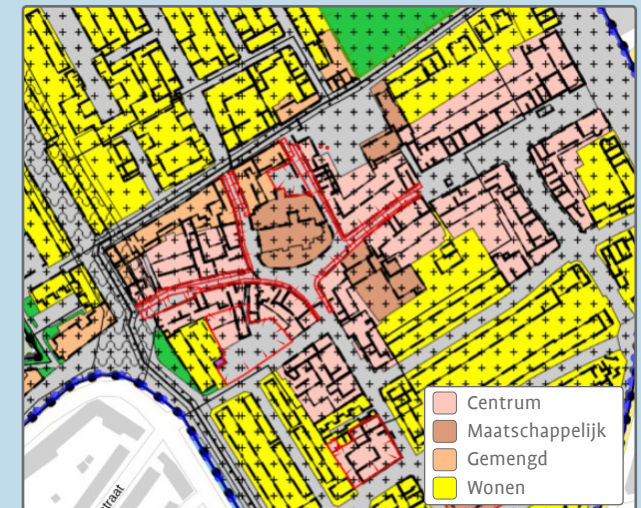
In 2010 is er voor Oud Rijswijk een Functionele Zonering (FuZo) opgesteld, om in het centrum van Oud Rijswijk beter te kunnen sturen op de vestiging van niet-woonfuncties. De FuZo is als bijlage toegevoegd aan het vigerende bestemmingsplan uit 2013. In 2019 is de FuZo geëvalueerd en in 2020 is de huidige FuZo vastgesteld.

De FuZo geeft aanvullende voorwaarden aan het vestigen van een functie in Oud Rijswijk in afwijking van het bestemmingsplan. In de 'centrumbestemming', die onder andere geldt voor de gehele Herenstraat behalve de kerk en het museum, is in de basis alleen detailhandel en dienstverlening toegestaan op de begane grond. Voor deze centrumbestemming stelt de FuZo dat:

- Er behoudens horeca maximaal 2 panden zonder detailhandelfunctie naast elkaar gevestigd mogen worden.
- Voor (lichte en middelzware) horeca kan het College afwijken van het bestemmingsplan, mits er niet meer dan drie horecavestigingen naast elkaar gevestigd worden.
- Voor maatschappelijke doeleinden kan het College afwijken van het bestemmingsplan, mits er niet meer dan twee vestigingen naast elkaar gevestigd worden.

Bovenstaande regels hebben als doel zoveel mogelijk detailhandel in het hart van Oud Rijswijk te behouden en levendigheid door de dag heen te waarborgen.

In deze ambitie slaagt de FuZo onvoldoende. Mede door de ruime contour van de centrumbestemming is het niet haalbaar dit gebied primair gevuld te houden met winkels, en de regels werken beperkend voor het gevuld houden van panden en bijvoorbeeld het laten ontstaan van een horecacluster. Doordat de FuZo zowel dag- als avondhoreca als afwijking toelaat, is levendigheid overdag alsnog niet voldoende gewaarborgd.



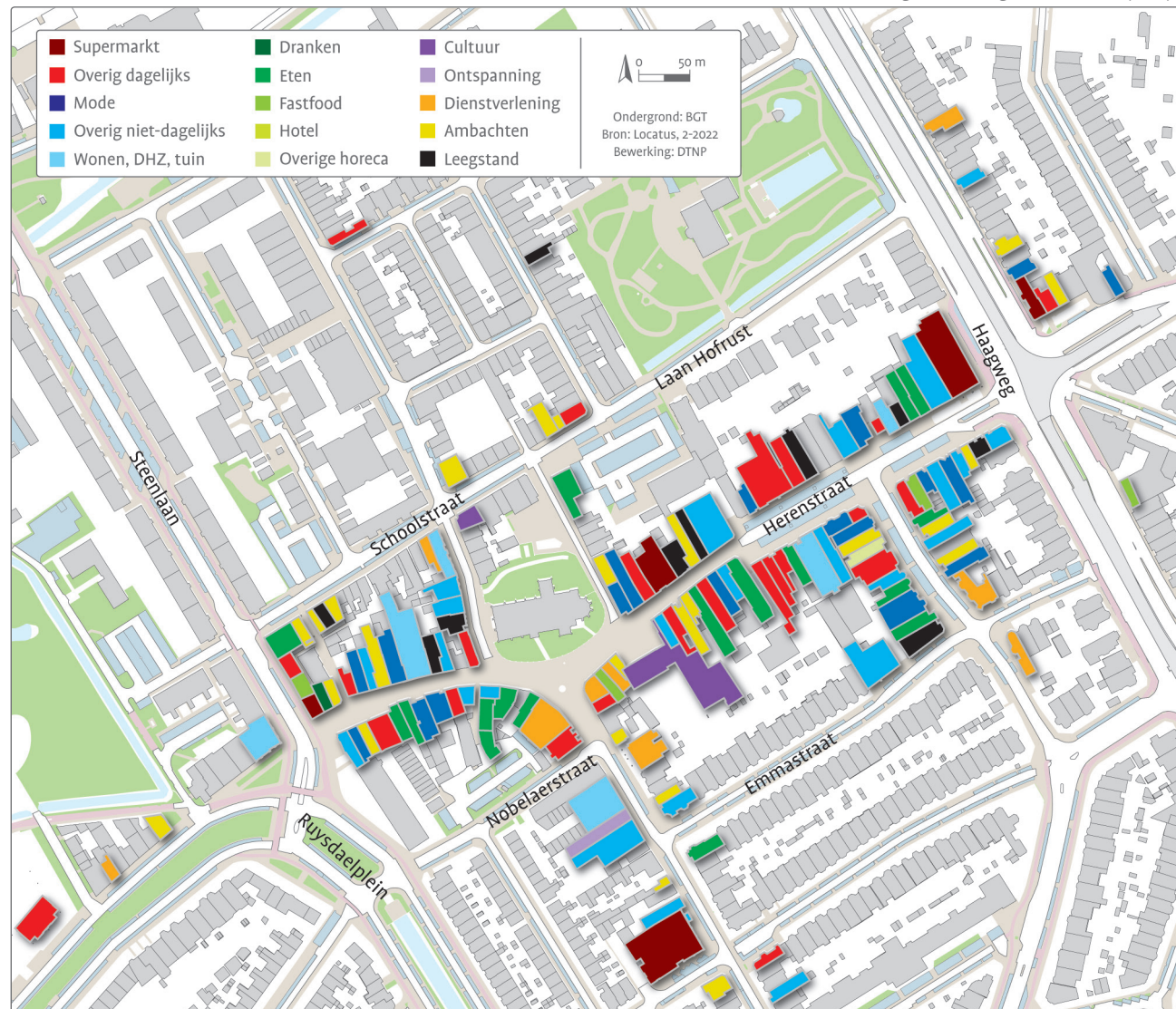
Vigerend bestemmingsplan Oud Rijswijk (2013)

Mede als gevolg van de FuZo (zie kader) ligt de horeca verspreid over het centrum. Tegenover de kerk is er met name avondhoreca te vinden, wat de levendigheid overdag niet ten goede komt. Ook enkele dienstverleners brengen niet de levendigheid die centraal in het winkelgebied gewenst is. Het museum trekt een eigen recreatieve doelgroep.

Ruimtelijke structuur

Oud Rijswijk kent een langgerekte structuur, met het leeuwendeel van het aanbod gelegen langs de Herenstraat. Door het hele centrum heen is er een mix van horeca, winkels en overige voorzieningen. Er is geen duidelijke clustering van branches waarneembaar en daarmee ook geen duidelijke hiërarchie of structuur. De Oude Kerk vormt als blikvanger het hart van het centrum. Daarnaast is er nog aanbod gelegen in aanloopstraten zoals de Kerklaan, Schoolstraat, Tollenstraat en Willemstraat. De historische langgerekte structuur geeft het centrum karakter, maar brengt ook kwetsbaarheid met zich mee. Passantenstromen worden weinig gebundeld en de afstanden tussen voorzieningen zijn relatief groot, wat combinatiebezoek bemoeilijkt. Wanneer een of twee publieksgerichte panden in elkaars nabijheid leeg komen te staan, voelt

Branchering centrumgebied Oud Rijswijk



dit door de sterke menging van publieke én niet-publieke functies direct als een gat in het voorzieningenlint.

De bereikbaarheid van het centrum staat onder druk. Er is een tekort aan stallingsmogelijkheden voor de fiets en de parkeerdruk op de parkeerterreinen is op meerdere momenten gedurende de week hoog.

Kwaliteit openbare ruimte

Zowel de entree aan de oost- als aan de westzijde van de Herenstraat oogt rommelig. Aan de westzijde komt dat met name door de schreeuwerige reclame-uitingen en de (te) prominent aanwezige terrassen, aan de oostzijde vooral door de tunnelingang, de autodominantie en de laagwaardige uitstraling van de panden. Voor deze oostzijde wordt momenteel gewerkt aan een herinrichtingsplan. Het plein rondom de kerk is een welkom rustpunt in het centrum (en binnen de gemeente als geheel), met prettige zitgelegenheden. De Kerktuin brengt hier groen in het straatbeeld, iets wat met name in de rest van het voetgangsgebied nog een kansrijk verbeterpunt is.

Bereikbaarheid

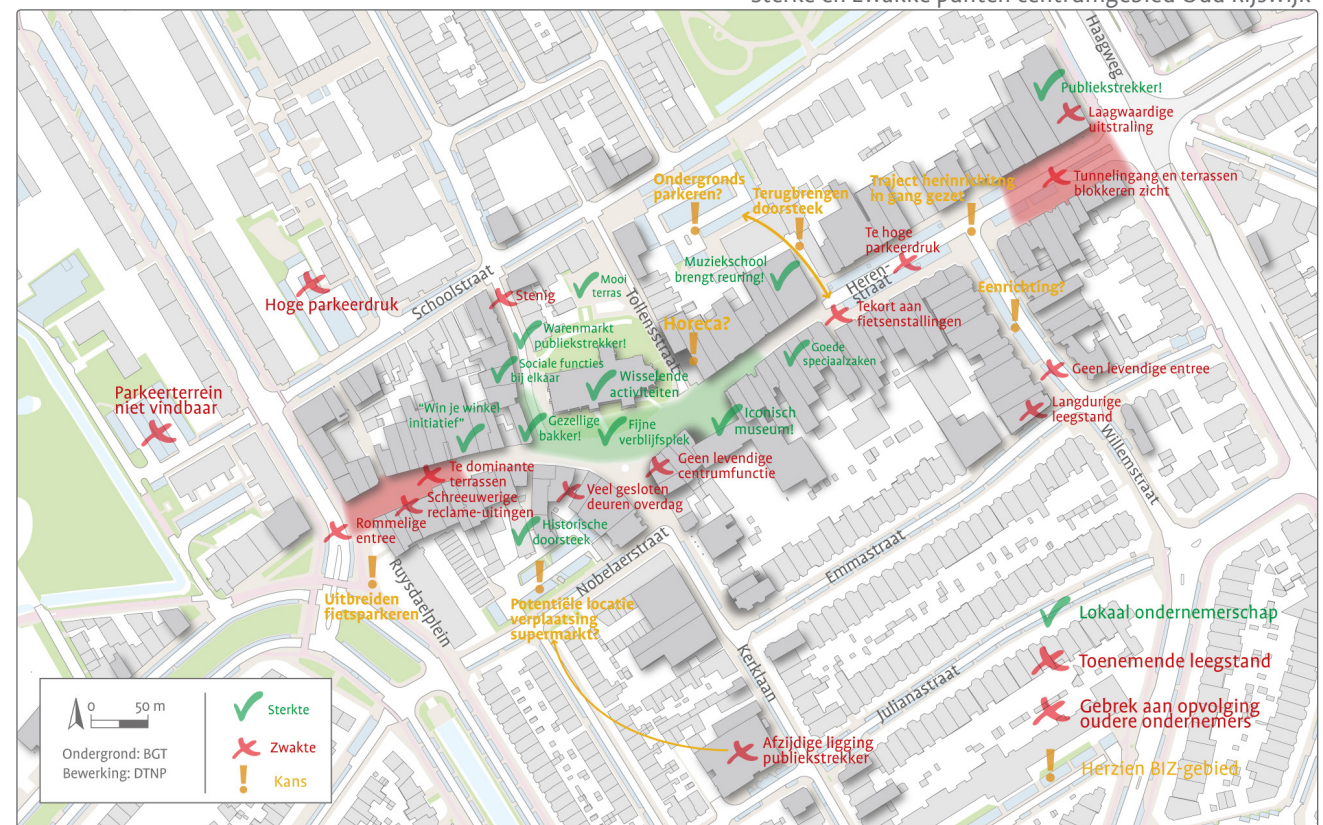
De bereikbaarheid van een zowel economisch als historisch centrum als Oud Rijswijk is een continu

aandachtspunt. Ruim 85% (!) van de bezoekers komt nu te voet of met de fiets naar het centrum.^a Zowel de stallingsmogelijkheden voor de fiets (6,3) als de parkeermogelijkheden voor de auto (6,0) krijgen een duidelijk

a I & O Research et al. (2022), Koopstromenonderzoek Randstad 2021

ondergemiddeld rapportcijfer van de bezoekers. Ook ondernemers uit Oud Rijswijk merken op dat fietsen vaak slordig gesteld staan en dat er zeker op piekmomenten een krapte is aan (vindbare) autoparkeerplaatsen.

Sterke en zwakte punten centrumgebied Oud Rijswijk



Functioneel-ruimtelijke visie

Voor een toekomstbestendig Oud Rijswijk wordt gestreefd naar een compacter centrum rondom een levendige en gevulde Herenstraat. Voor de verschillende deelgebieden in het centrum zijn gebiedsprofielen opgesteld. In alle aangeduide gebieden wordt gestreefd naar een aaneengesloten publieksgericht gebied. Nieuwe woningen op de begane grond zijn hier dan ook niet gewenst. Nieuwe dienstverlening wordt enkel nog toegelaten in de publieksgerichte aanloopstraten.

Aantrekkelijk verblijven (groen)

Het gebied rondom de kerk profileert zich als aantrekkelijk verblijfsgebied, met ruimte voor ontmoeting. Horeca, cultuur en detailhandel kan zich hier vestigen. Een verdere clustering van horeca in dit deelgebied is gewenst, waarbij nieuwe horecazaken ook overdag geopend dienen te zijn. Bezorghoreca is in dit deel van het centrum niet gewenst (voetgangersgebied). De weekmarkt verzorgt rondom de kerk een drukbezocht feestje.

Couleur locale (rood)

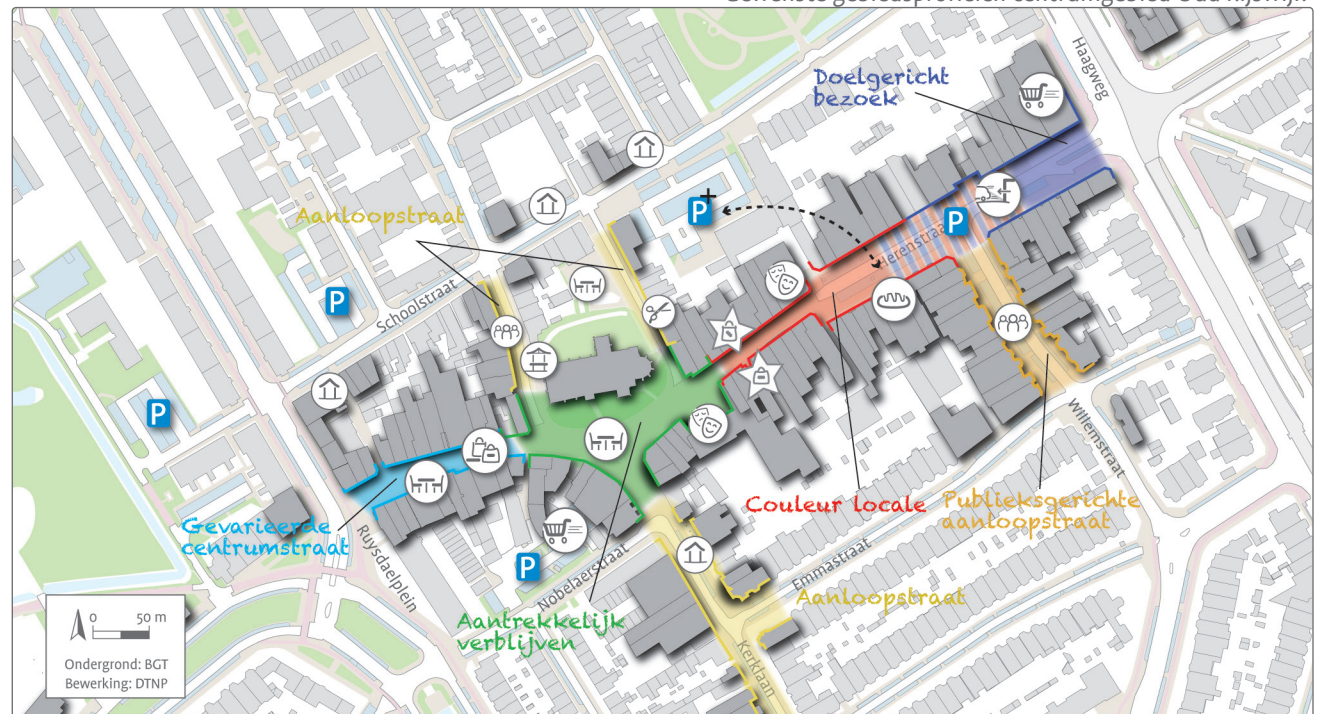
Dit gebied is dé aangewezen plek voor bijzondere lokale ondernemingen, zoals modewinkels, verspecialzaken of juweliers. Alle publieksgerichte functies, met uitzondering van dienstverleners en maatschappelijke functies, worden hier toegestaan. Een verbetering van de verblijfskwaliteit (vergroening,

aankleding, zitgelegenheden) is hier een belangrijk aandachtspunt.

Doelgericht (paars)

De autobereikbaarheid en de parkeergefuncties het meest oostelijke deel van de Herenstraat blijft behouden. Hiermee ontstaat hier een uniek deelgebied met

Gewenste gebiedsprofielen centrumgebied Oud Rijswijk



een eigen vestigingsmilieu. Het is dé plek voor doelgericht bezochte winkels en voorzieningen in een 'stop&go-milieu'. Met het herinrichtingsplan voor de oostelijke entree van de Herenstraat wordt hier concretere invulling aan gegeven.

Gevarieerde centrumstraat (lichtblauw)

Voor dit deelgebied in het westen van de Herenstraat is ook in de toekomst een gevarieerd voorzieningenaanbod gewenst. In dit deel van Oud Rijswijk is er, met een sterke menging van functies (naast detailhandel en horeca bijvoorbeeld ook kappers en schoonheidssalons) een meer stedelijk karakter dan in de rest van het centrum, dat wat dorpsaandoet. Bezorghoreca is in dit deel van de straat niet gewenst (voetgangersgebied).

Publieksgerichte aanloopstraten

De Willemstraat fungeert in de beoogde centrumstructuur als publieksgerichte aanloopstraat, waar alle publieksgerichte functies worden toegestaan. Voor bedrijven in de dienstverlening of ambachten is dit bijvoorbeeld een geschikt vestigingsmilieu, en, vanwege de ligging buiten het voetgangersgebied, bijvoorbeeld ook voor bezorghoreca.

Overige aanloopstraten

Ook de Kerkstraat, Tollensstraat en het eerste deel van de Kerklaan (van kerk tot aan Julianastraat) zijn aanloopstraten. Hier worden, net als in de Willemstraat, alle publieksgerichte functies toegestaan, maar in aanvulling daarop wordt in deze drie straten ook wonen op de begane grond toegestaan.

Wonen en werken

De gebieden buiten de hiervoor beschreven structuur behoren in de toekomst niet langer tot het publieksgerichte centrum. Hier wordt geen ruimte geboden aan nieuwe publieksfuncties, of aan uitbreidingen van die functies. Een geleidelijke transformatie naar woon- en werkfuncties is hier het perspectief. Zo ontstaat een compact centrumgebied met investeringskansen, waar de leegstand beperkt kan blijven.



Willemstraat als publieksgerichte aanloopstraat



Verblijfsruimte in het hart van Oud Rijswijk

Acties en maatregelen

Ten behoeve van de realisatie van de visie zullen de volgende acties en maatregelen als eerste opgepakt moeten worden:

1. Updaten bestemmingsplan/omgevingsplan

De voorgestelde gebiedsprofielen vergen een doorwerking in het aangepaste bestemmingsplan/omgevingsplan, met name ten aanzien van verbreding van functies.

2. Loslaten Functionele Zonering

De doelen van de FuZo (namelijk een gevarieerde mix van winkels en horeca) blijft onverminderd relevant, maar de geldende Functionele Zonering (FuZo) past niet goed bij de beoogde compactisering van het centrum als geheel, de verbreding van functies in de aanloopstraten en het gewenste horecacluster in de Herenstraat bij de Oude Kerk. Wanneer het bestemmingsplan/omgevingsplan voor Oud Rijswijk wordt aangepast kan de FuZo dan ook worden losgelaten.

3. Onderhoudsniveau panden verbeteren

Het historische karakter is een belangrijke kwaliteit van Oud Rijswijk, maar de uitstraling en het onderhoudsni-

veau van de panden laat her en der te wensen over. Het is aan pandeigenaren en ondernemers om dit op te pakken, mogelijk met behulp van een gevelsubsidie vanuit de gemeente.

4. Onderzoek verhuizing en uitbreiding supermarkt

Supermarkten zijn belangrijke publiekstrekkingen voor centra. Het centrum profiteert nu niet optimaal van de trekkracht van de supermarkt aan de Kerklaan. Een onderzoek naar de verhuizing (en vergroting) van de supermarkt naar een locatie in of nabij de Herenstraat is daarom gewenst, waarbij een omvang van 1.200 à 1.500 m² passend is. Het huidige parkeerterrein Het Mallegat is hiervoor een optie, waarbij in het inpassingsonderzoek specifiek aandacht dient te worden besteed aan de cultuurhistorische kwaliteiten ter plaatse (o.a. relatie met het Poortje van Verlaan en zichtlijn naar Oude Kerk op de strandwal).

5. Harmonie in uitstraling centrum

Met name bij de entrees van de Herenstraat zijn de terrassen te dominant aanwezig, en door het hele centrum heen is er weinig samenhang in kleur- of materiaalgebruik van reclame-uitingen, uitstallingen en terrassen. Onderlinge afspraken, al dan niet met



Kansen voor vergroening centrum



Harmonie aanbrengen in uitstraling van Oud Rijswijk

sturing door de gemeente, zijn gewenst. Eerste actie is dan ook de bestaande beleidsregels voor terrassen, uitstallingen en het beeldkwaliteitsplan voor Oud Rijswijk strikter te handhaven. Vervolgactie is te bekijken in hoeverre deze beleidsregels nog voldoen aan de huidige wensen voor het centrum, en deze waar nodig te actualiseren, in nauwe samenspraak met de betrokkenen (ondernemers, eigenaren en bewoners).

6. Herinrichting entrees Herenstraat

Zowel de oostelijke als de westelijke entree van de Herenstraat is momenteel weinig uitnodigend. Voor de oostelijke entree wordt momenteel een herinrichtingsplan opgesteld. Voor de westelijke entree aan het Ruysdaelplein is dit ook gewenst. De schreeuwerige reclame-uitingen, het gebrek aan stallingen voor de fiets, de dominant aanwezige terrassen en het lage onderhoudsniveau van de gevels zijn belangrijke verbeterpunten.

7. Vergroening centrum

In met name het voetgangersgebied liggen kansen het centrum aanzienlijk te vergroenen en zo klimaatadaptiever in te richten en prettiger te maken om te verblijven. Hierbij hoeft niet uitsluitend gedacht te worden aan vast groen, maar kunnen ook juist flexibelere toepassingen, zoals verplaatsbare plantenbakken, gevelgroen en hangende

bepanting tussen de gevels goed werken. De BIZ kan hier een voorname rol in spelen.

8. Aandacht voor bereikbaarheid

Zowel de stallingsmogelijkheden voor de fiets als de parkeermogelijkheden voor de auto zijn een verbeterpunt in Oud Rijswijk. Vooral aan de oost-en westzijde van de Herenstraat staan de fietsenstallingen vaak overvol en is het daarom belangrijk te zoeken naar een uitbreiding van de capaciteit, voor zowel bezoekers als bewoners. De pop-up fietsenstalling in de oostzijde van de Herenstraat brengt al enig soelaas. Door ook fietswrakken tijdig op de ruimen kan de bestaande capaciteit ook beter benut worden.

Wat betreft autoparkeren kan de parkeerdruk worden verlaagd door in te zetten op deelmobiliteit. Onderzocht dient te worden of het parkeerterrein Tuinstraat uitgebreid kan worden, al dan niet in de vorm van een gebouwde parkeeroplossing. Zo worden parkeerplekken die bij de herinrichting van de oostelijke entree van de Herenstraat wegvallen ook zoveel mogelijk gecompenseerd. Daarnaast zal onderzocht kunnen worden of het haalbaar is de directe verbinding vanuit dit parkeerterrein naar de Herenstraat te herstellen, om zo de loopafstand naar voorzieningen te verkleinen. Vanuit het economisch functioneren van het centrum is dit wenselijk.

9. Verbeteren toegankelijkheid

Toegankelijkheid voor ouderen en mensen met een beperking is een belangrijk verbeterpunt in Oud Rijswijk: de vele uitstallingen in de smalle doorgang van de Herenstraat vormen onaangename obstakels. Ook bij de nieuwe opstelling van de warenmarkt zou hiermee rekening moeten worden gehouden. In het kader van toegankelijkheid zijn de vindbaarheid van het openbaar toilet, aparte stallingsmogelijkheden voor bakfietsen, oplaadpunten voor scootmobielen en elektrische fietsen en permanente realisatie van een bewaakte fietsenstalling ook aandachtspunten.

10. Marktverordening afronden

De warenmarkt rondom de Oude Kerk trekt veel publiek naar het centrum. Sinds de coronapandemie staat de markt in een nieuwe opstelling. Momenteel wordt er gewerkt aan een nieuwe marktverordening met een permanente indeling rondom de Oude Kerk (zie ook beleidsregels hoofdstuk 5). Wisselwerking met omliggende functies is hierbij belangrijk voor het centrum.

11. Herzien BIZ-gebied

De contouren van de huidige BedrijfsInvesteringsZone zijn momenteel erg ruim. Het is van belang dat de afbakening van dit gebied wordt aangepast aan het voorgestelde compacte centrum, zodat alle ondernemers die meebetalen aan de BIZ er ook de voordelen van ervaren.

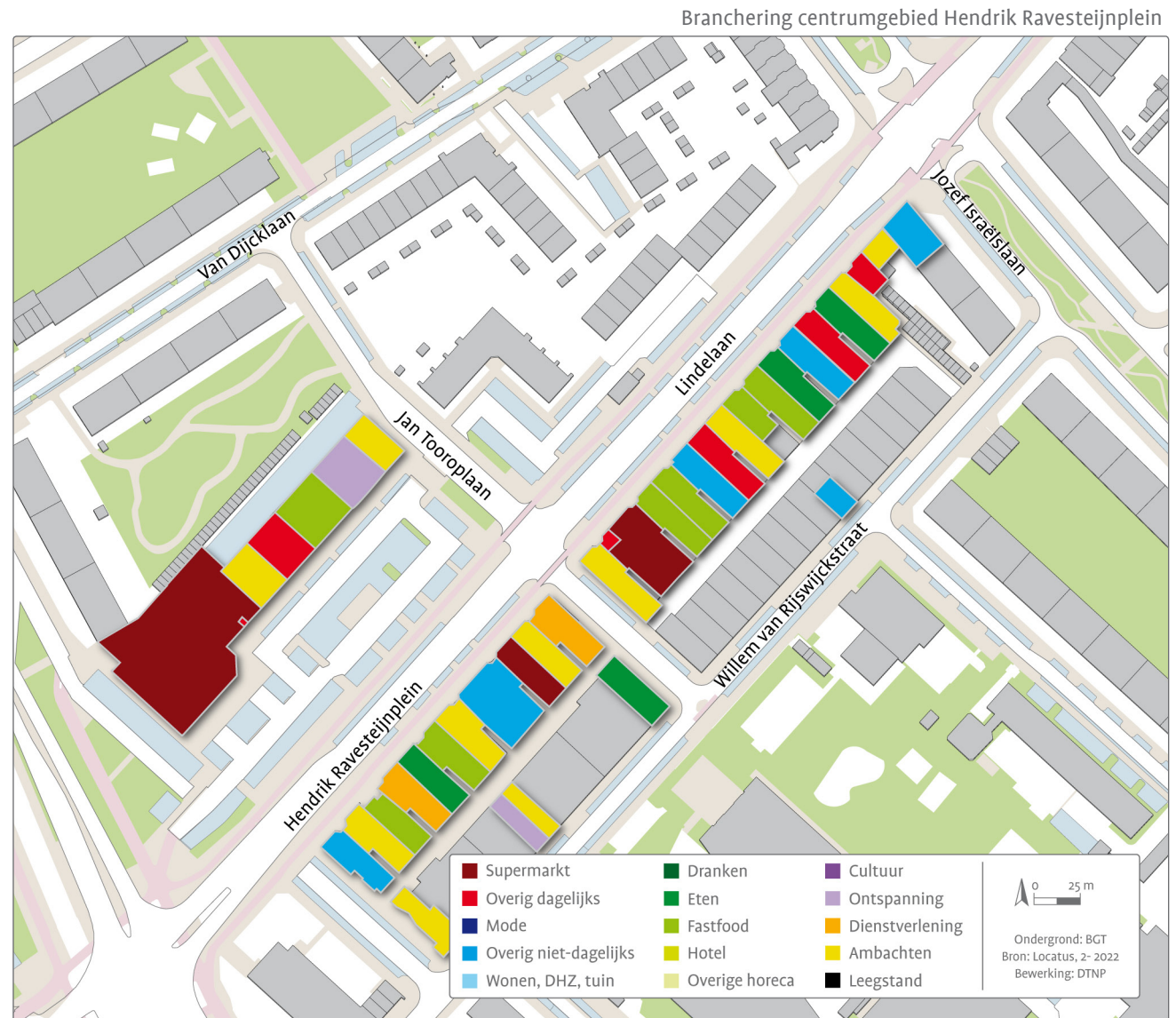
4.3 Hendrik Ravesteijnplein

Het winkelgebied Hendrik Ravesteijnplein vervult in de toekomst primair een functie voor de omliggende buurt. Het centrum ligt centraal in de gemeente, langs de doorgaande Lindelaan. Het Hendrik Ravesteijnplein is de dichtstbijzijnde aankooplocatie voor een relatief groot aantal inwoners, met name Oud Rijswijk is niet ver weg.

Functioneel-ruimtelijke analyse

Dit winkelgebied bestaat eigenlijk uit twee delen, die relatief los van elkaar functioneren. Aan het Hendrik Ravesteijnplein zelf ligt de Hoogvliet-supermarkt met daarnaast onder meer een apotheek en snackbar. Voorzieningen aan deze kant van de Lindelaan profiteren van de trekkracht van de supermarkt en de aanwezigheid van het parkeerterrein voor de deur. De supermarkt is met circa 850 m² wvo wel aan de kleine kant.

Aan de overkant van de Lindelaan bevindt zich een langgerekte commerciële plint, die doorloopt tot aan de Jozef Israëlslaan. Combinatiebezoek vanuit de Hoogvliet-supermarkt naar deze voorzieningen is door de barrière van de Lindelaan niet vanzelfsprekend. Het aanbod aan deze zijde van de weg, de oostzijde, bestaat voornamelijk uit fastfoodzaken (bezorghoreca) en ambachten.



Sterke en zwakke punten van dit centrum

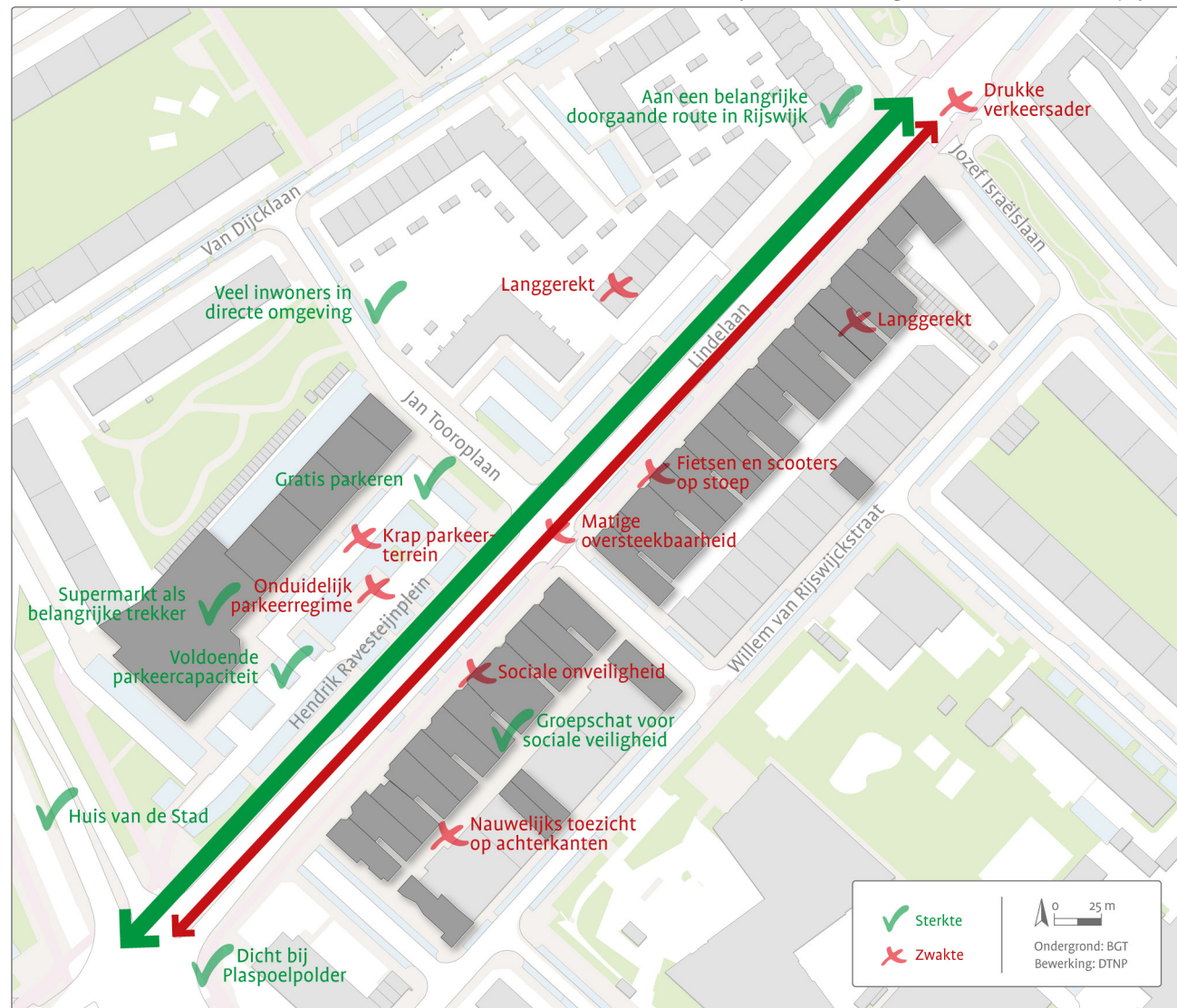
De langgerekte structuur maakt het voorzieningenaanbod aan met name de noordoostzijde van de Lindelaan kwetsbaar. De eenzijdige bewinkeling nodigt hier niet uit tot het doen van een impulsaankoop, nadat een andere voorziening bezocht is. Doordat de Lindelaan een doorgaande weg is, zijn er wel veel passanten (met name met de auto).

De parkeerdruk op het Ravesteijnplein en langs het voorzieningenlint is erg hoog, en het is voor bezoekers niet overal duidelijk welk parkeerregime er precies geldt.

Het Ravesteijnplein is voorzien van fietsenstallingen, maar langs de Lindelaan zijn deze nagenoeg afwezig. Hierdoor staan fietsen langs de Lindelaan veelal slordig gestald, wat er in combinatie met de smalle stoep en de vele uitstallingen voor zorgt dat het hier niet prettig lopen is.

Sociale veiligheid is een belangrijk aandachtspunt voor dit centrum. Met enige regelmaat vinden er (pogingen tot) inbraak plaats. Hiervoor is inmiddels een groepschat ingericht, zodat ondernemers elkaar kunnen inlichten wanneer er iets voorvalt.

Sterke en zwakke punten centrumgebied Hendrik Ravesteijnplein

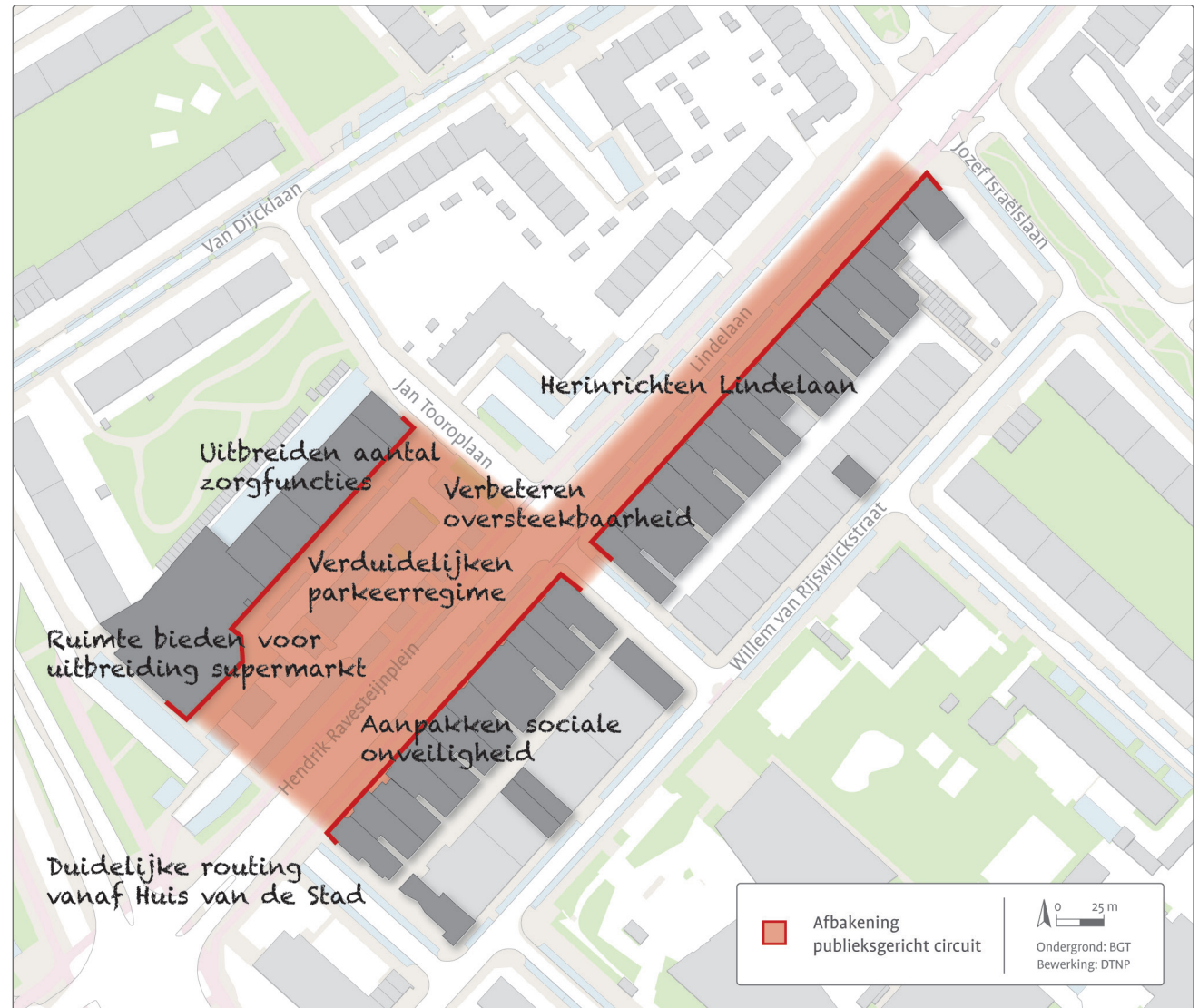


Afbakening centrum en voornaamste acties centrumgebied Hendrik Ravesteijnplein

Acties voor dit centrum

Om het winkelgebied Hendrik Ravesteijnplein in de toekomst te laten functioneren als een prettig buurtcentrum voor de omliggende buurt verdienen de volgende acties prioriteit:

- De supermarkt ruimte tot uitbreiding geven tot 1.000 à 1.300 m² wvo. Zo komt er een toekomstbestendige publiekstrekker in dit centrum;
- De sociale veiligheid verbeteren, allereerst door een betere handhaving, maar ook door het opknappen van het vastgoed, betere verlichting en eventueel (verhoogd) cameratoezicht;
- Het herinrichten van de Lindelaan, waardoor de oversteekbaarheid en verkeersveiligheid voor kwetsbare weggebruikers verbeterd wordt. Een breder voetpad en fietspad, met daarbij extra stallingsmogelijkheden voor fiets en (bezorg) scooters, is hierbij gewenst;
- Er is een tekort aan eerstelijnszorg in Rijswijk. Het Hendrik Ravesteijnplein zou hier door de goede bereikbaarheid een geschikte plek voor zijn;
- Profiteren van de bezoekers van het nieuwe Huis van de Stad, door middel van goede routing en oversteekbaarheid van de Burg. Elsenlaan.



4.4 Doctor H. Colijnlaan

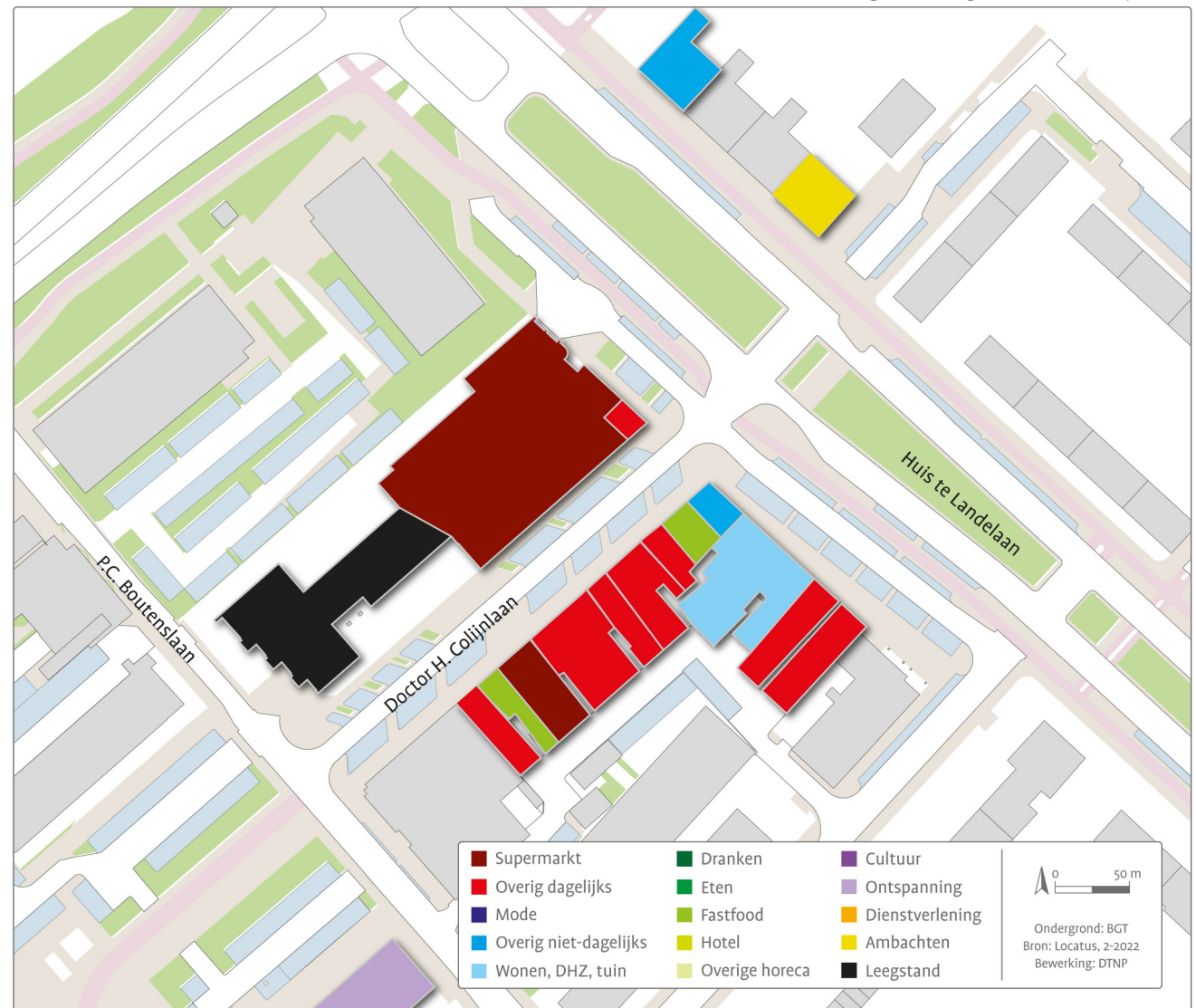
De Doctor H. Colijnlaan vervult in de toekomst primair een boodschappenfunctie voor de omliggende buurt. Het centrum is gelegen vlak bij het station, als zijstraat van de Huis te Landelaan.

Functioneel-ruimtelijke analyse

Het centrum kenmerkt zich door het grote aantal dagelijkse winkels, met name versspecialzaken en drogisterijen. Supermarkt Hoogvliet heeft hier als voornaamste publiekstrekker al een hedendaagse maat (ca. 1.200 m² wvo). De voorzieningen liggen vooral langs de Dr. H. Colijnlaan zelf, al zijn er ook nog enkele functies om de hoek en aan de overkant van de Huis te Landelaan te vinden. Hoewel er een zebrapad is, vormt de Huis te Landelaan voor de voorzieningen aan de overkant een aanzienlijke barrière. Deze voorzieningen profiteren dan ook het minst van de sterke dagelijkse bezoekersstromen in de Dr. H. Colijnlaan, en zijn daardoor het meest kwetsbaar.

De parkeerplaatsen aan de Dr. H. Colijnlaan zijn doorgaans druk bezet, maar dankzij het betaald parkeren (eerste uur gratis) is er voldoende doorloop. Het eenrichtingsverkeer zorgt voor een overzichtelijke verkeerssituatie.

Branchering centrumgebied Dr. H. Colijnlaan



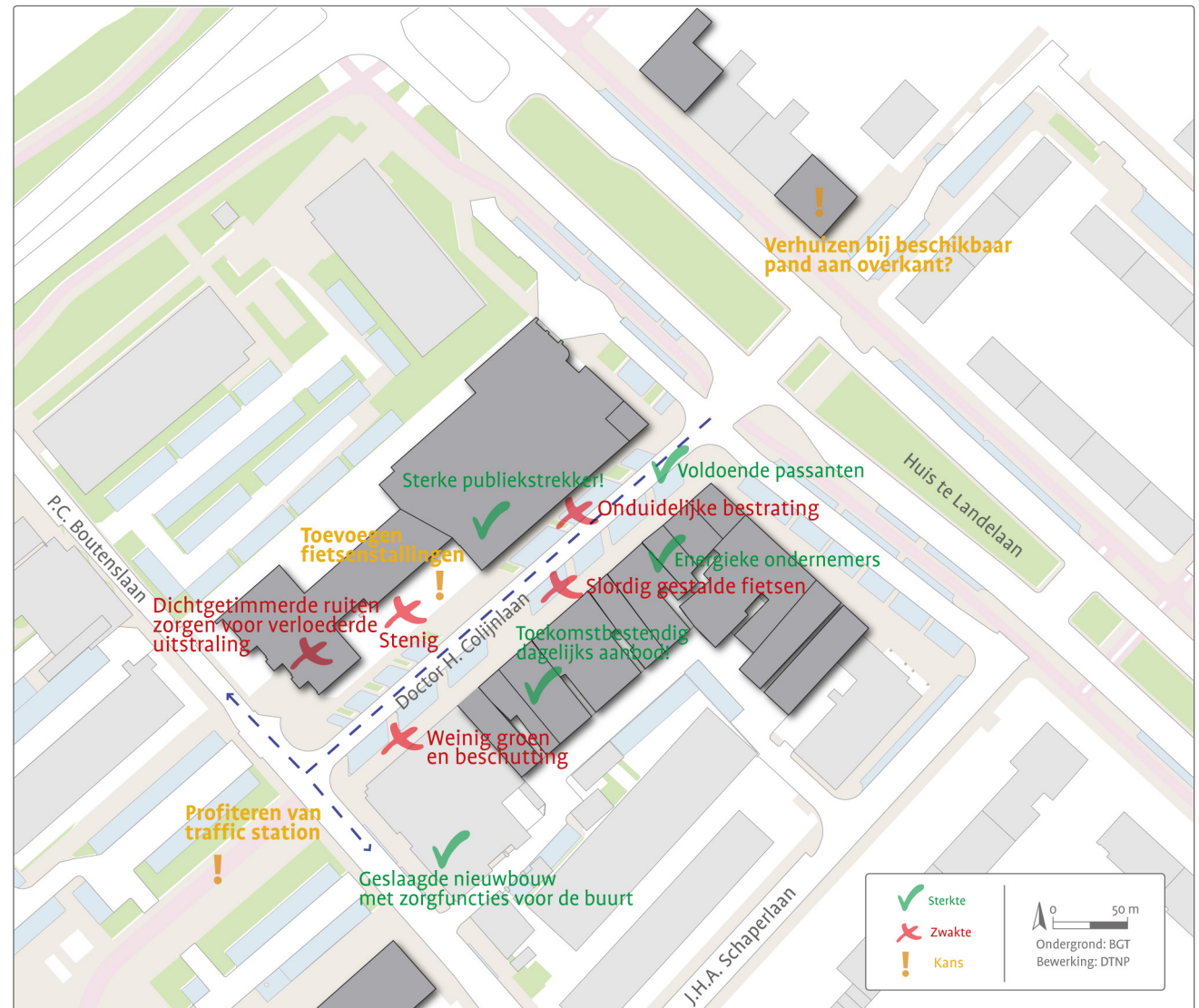
Sterke en zwakke punten van dit centrum

Het overwegend dagelijkse winkelaanbod is toekomstbestendig (minder kwetsbaar voor online winkelen). Ondernemers ter plaatse geven ook aan dat ze met veel energie naar de toekomst kijken. Het overige aanbod in dit centrum is dusdanig gering dat ook dit voldoende toekomstperspectief heeft. De recent opgeleverde zorgfuncties in de plint van de nieuwe woontoren aan de P.C. Boutenslaan sluiten goed aan bij de buurtfunctie die het centrum heeft.

De leegstand in de plint van het woongebouw naast de supermarkt, als gevolg van een brand, vormt een lelijke vlek in het centrum. Ook het pleintje voor dit gebouw en de Hoogvliet heeft niet de gewenste uitstraling. Het oogt stenig en er missen zitgelegenheden.

Ondanks de ligging vlak bij het station geven ondernemers aan nog nauwelijks treinpassagiers in hun zaak aan te treffen. Dit komt doordat de zichtrelatie met en bewegwijzering vanuit het station ontbreekt.

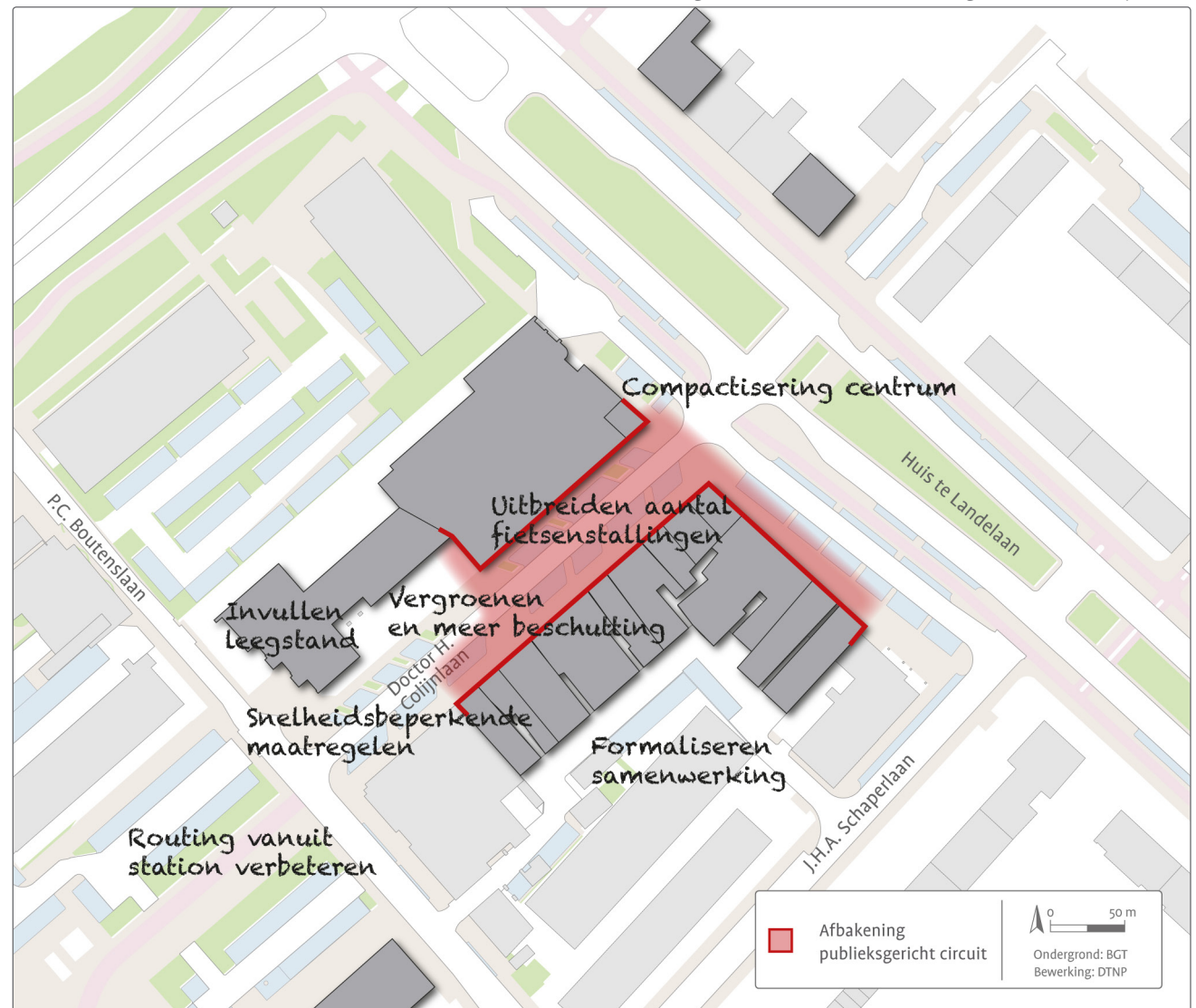
De Dr. H. Colijnlaan zelf is goed bereikbaar per auto. Voor fietsers zijn er echter weinig stallingmogelijkheden. Automobilisten rijden regelmatig te hard door deze eenrichtingsstraat.



Acties voor dit centrum

De Dr. H. Colijnlaan functioneert naar behoren en is reeds toekomstbestendig. Met een aantal concrete acties kan het centrum nog aantrekkelijker worden.

- Qua inrichting van de publieke ruimte is nog winst te behalen: er is behoefte aan meer fietsenstallingen, het pleintje voor de Hoogvliet kan worden vergroend en meer beschutting bieden en de bestrating kan eenduidiger (stoep oogt nu als een fietspad);
- Snelheidsbeperkende maatregelen in de Dr. H. Colijnlaan zijn gewenst. Te denken valt aan extra verkeersdrempels of een wegversmalling;
- Voorzieningen aan de overzijde van de Huis te Landelaan die op termijn verdwijnen, kunnen transformeren naar niet-winkel-/commerciële functies;
- In samenhang met de aanpak van het stationsgebied kan ook de routing vanuit het station naar de Dr. H. Colijnlaan worden verbeterd. Voor bezoekers die aan de noordzijde van de stationstunnel boven komen, is dit het dichtstbijzijnde voorzieningencluster;
- De samenwerking tussen ondernemers verloopt naar behoren, maar kan verder worden geformaliseerd door een ondernemersvereniging op te richten of te beginnen met een groepsapp.



4.5 Prinses Irenelaan/Prinses Margrietsingel

Het centrum Prinses Irenelaan vervult in de toekomst primair een boodschappenfunctie voor de omliggende buurt. Het centrum is gelegen in de Ministerbuurt, ten westen van Bogaard Stadscentrum.

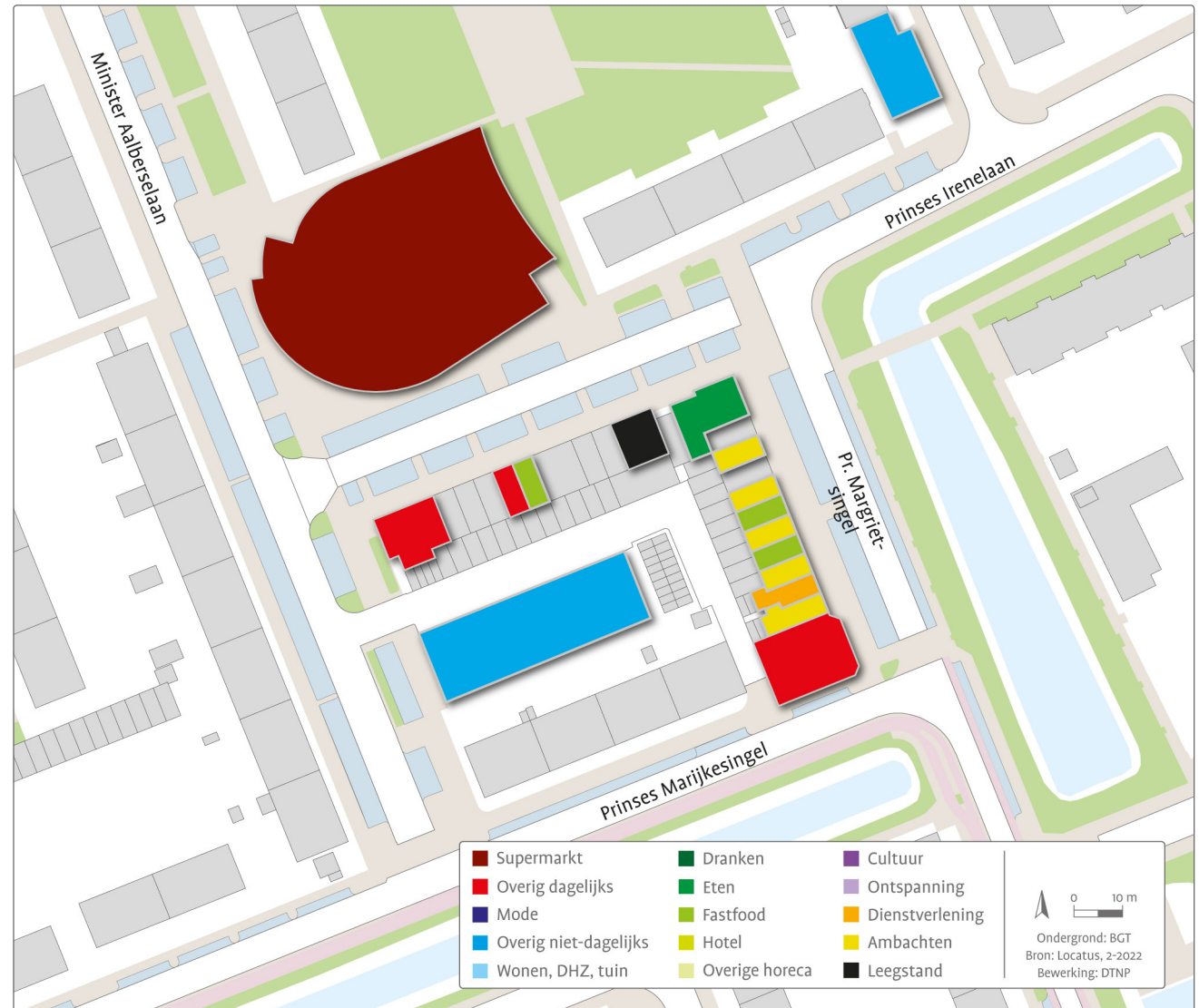
Functioneel-ruimtelijke analyse

Het aanbod is hier gevestigd in twee commerciële plinten onder woningen en een apart gelegen supermarkt met een toekomstbestendige maat (ca. 1.450 m² wvo). Hiermee heeft het centrum een overzichtelijke en compacte structuur. De voorzieningstrip aan de Prinses Irenelaan ligt tegenover de supermarkt, en profiteert dan ook het meest van de supermarktbezoekers. De lokale speciaalzaken die in de strip te vinden zijn, zoals een kaasboer en een slijterij, zijn makkelijk te combineren met een bezoek aan de supermarkt. De plint aan de Prinses Margrietsingel bestaat hoofdzakelijk uit ambachten en fastfoodhoreca, en functioneert min of meer zelfstandig.

Sterke en zwakke punten van dit centrum

De supermarkt is een sterke trekker voor dit centrum, maar omwonenden ervaren wel geluidshinder van de bevoorrading. Zowel in ruimtelijke zin als qua samenwerking is er te weinig relatie tussen de ondernemers aan de

Branchering centrumgebied Prinses Irenelaan/Prinses Margrietsingel

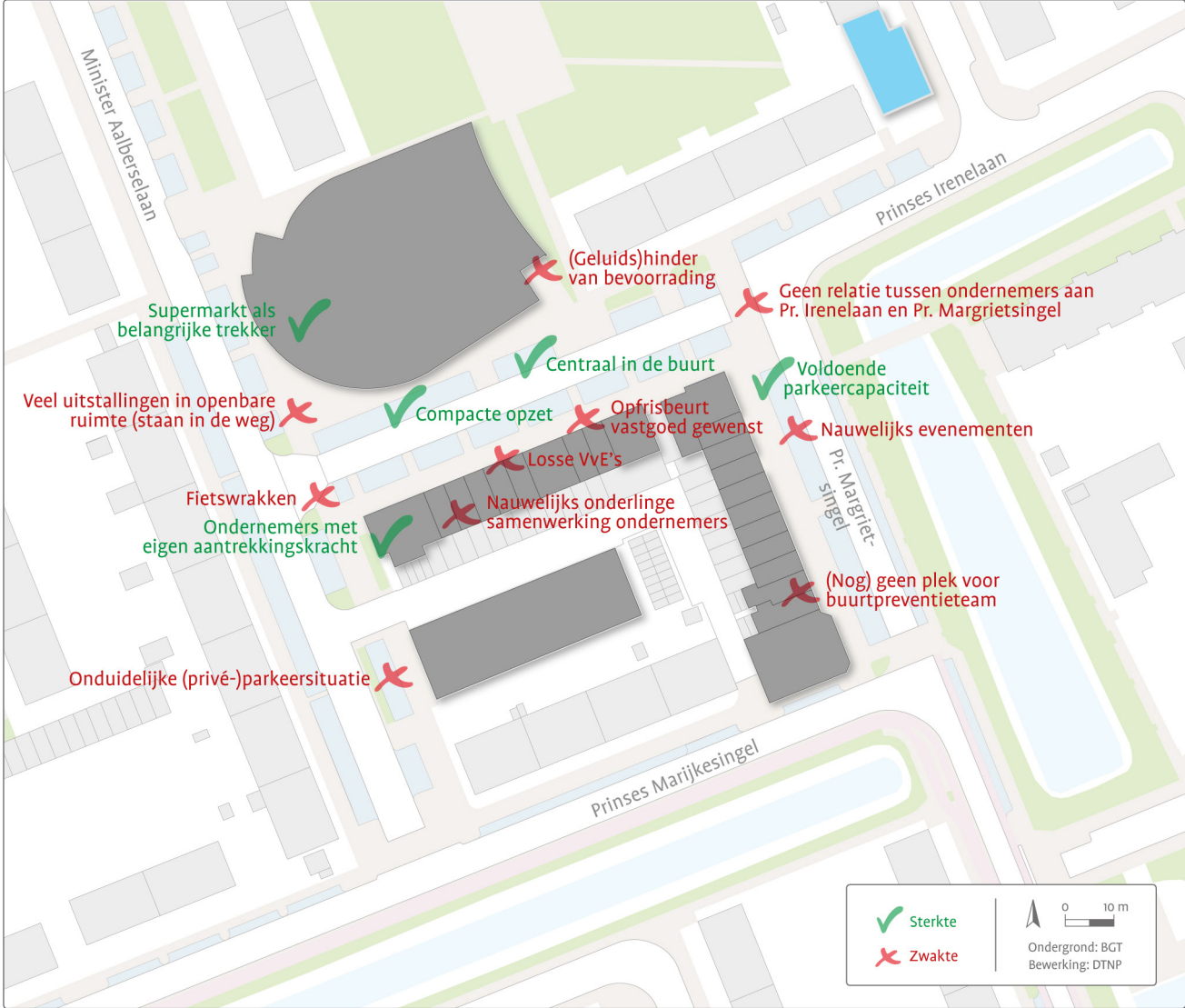


Sterke en zwakte punten centrumgebied Prinses Irenelaan/Prinses Margrietsingel

Prinses Irenelaan en die aan de Prinses Margrietsingel. Ondernemingen aan de Prinses Margrietsingel liggen gevoelsmatig 'om de hoek' en profiteren minder van de supermarktbezoekers. De uitstraling van het vastgoed in beide plinten is voor verbetering vatbaar.

Het centrum is goed bereikbaar, zowel te voet als per fiets en auto. Er zijn voldoende stallingsmogelijkheden en parkeerplaatsen. Wel zijn er de nodige fietswrakken, die slechts zelden worden verwijderd. Hoewel de stoep in feite overal breed genoeg is, staan de vele uitstallingen in de weg voor bijvoorbeeld rolstoelgangers. Ook zijn er veel verschillende VVE's, wat de noodzakelijke opfrisbeurt van het vastgoed bemoeilijkt.

Met de vernieuwing en versterking van het nabijgelegen Bogaard Stadscentrum breekt een uitdagende tijd aan voor dit centrum. Doel is het basisvoorzieningenaanbod op peil te houden. Een verkleuring met meer maatschappelijke functies als zorg, het buurtpreventieteam of (kleinschalige) sport is op termijn passend bij de behoefte vanuit de buurt. Een (verdere) toename van woningen op de begane grond binnen het publieksgerichte circuit (zie kaart p. 48) is niet gewenst.



Acties voor dit centrum

Om de zwakke punten van dit centrum aan te pakken verdienen de volgende acties prioriteit:

- Samenwerking tussen ondernemers onderling en met eigenaren aanhalen om het centrum meer tot één geheel te maken, evenementen te organiseren en de gewenste opfrisbeurt van het vastgoed van de grond te krijgen.
- Kritisch kijken naar de frequentie en het tijdstip van de bevoorrading van de supermarkt.
- Het tijdig opruimen van fietswrakken om de aanwezige stallingen beschikbaar te houden (handhaving).



Plinten voorbehouden aan publieksgerichte functies

Afbakening centrum en acties centrumgebied Prinses Irenelaan/Margrietsingel



4.6 Henri Dunantlaan

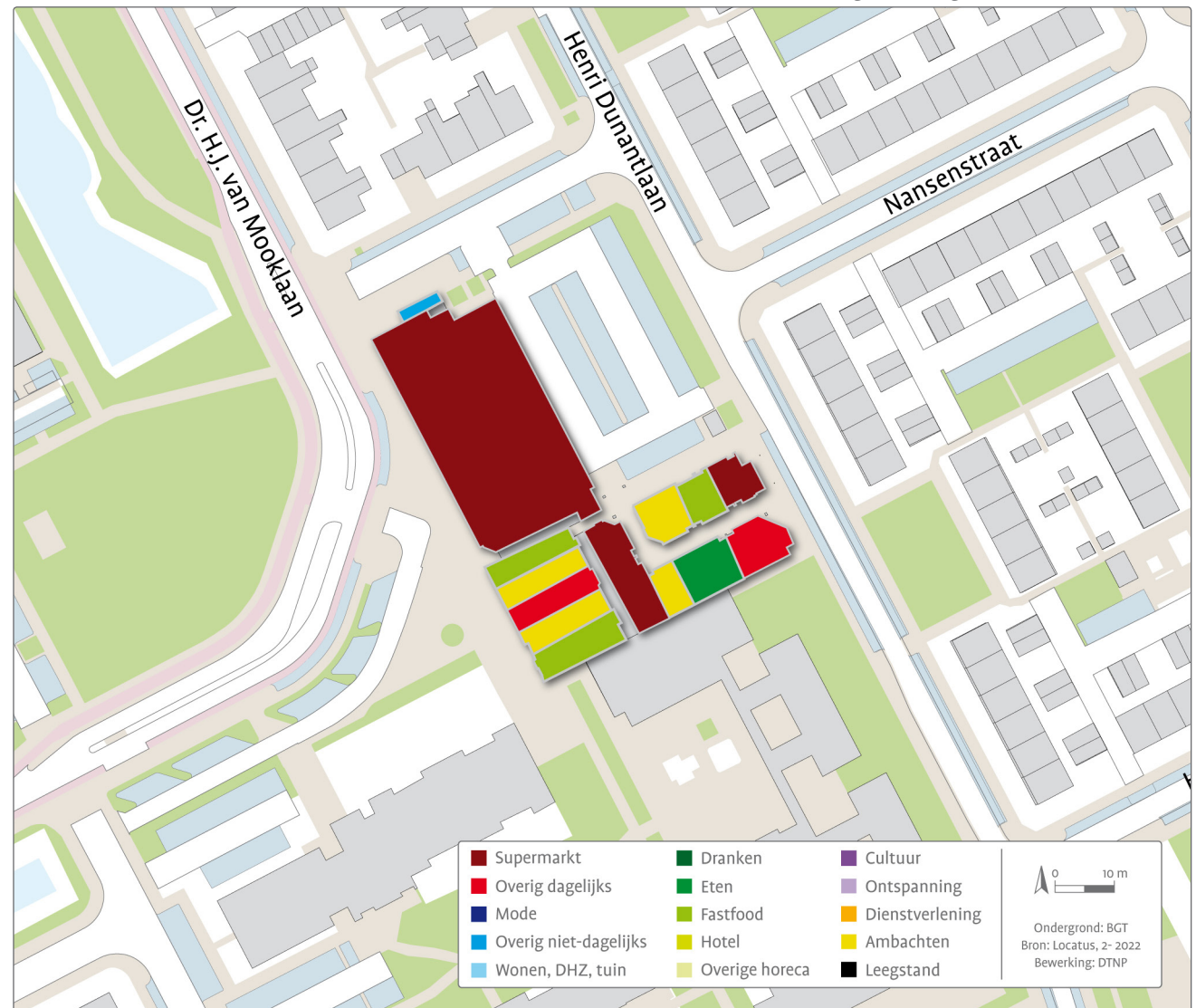
Het centrum Henri Dunantlaan is gelegen in de wijk Steenvoorde. Dit centrum vervult een cruciale buurtfunctie voor de relatief kwetsbare buurt waarin het ligt.

Functioneel-ruimtelijke analyse

De relatief afzijdige ligging binnen de gemeente biedt het centrum een ruim natuurlijk verzorgingsgebied. Het winkelgebied kent een opmerkelijke structuur, gesitueerd onder een portiekflat. Supermarkt Lidl is hier als publiekstrekker essentieel voor het voortbestaan van de overige functies, maar is relatief klein van omvang (ca. 700 m² vvo). De overige functies zijn voor het grootste deel te bereiken via een nauwe, donkere doorsteek onder het flatgebouw. Dit bemoeilijkt spontaan combinatiebezoek vanuit de supermarkt; bezoekers moeten in dit centrum echt de weg kennen.

Aan de andere kant, de oostzijde van het centrum, is de gevoelsmatige hoofdentree en de voornaamste parkeerlocatie gesitueerd. Aan deze zijde vindt men onder meer een doelgroepsupermarkt, snackbar, tabakshop en een Italiaans restaurant.

Branchering centrumgebied Henri Dunantlaan



Sterke en zwakte punten van dit centrum

Het centrum vervult een belangrijke rol als voorzieningshart en ontmoetingsplek binnen een kwetsbare wijk. De aanwezigheid van de basisschool versterkt deze functie. Voor het toekomstperspectief van het voorzieningencluster aan de Henri Dunantlaan is het behoud van een toekomstbestendige supermarkt als publiekstreker echter wel van doorslaggevend belang.

De sociale problematiek in de wijk uit zich helaas ook bij dit centrum. Voor zowel bezoekers, ondernemers als omwonenden is er flinke overlast van hangjongeren, die zich graag verschansen in de donkere doorgangen onder de flat. Diverse maatregelen vanuit gemeente en ondernemers boden tot dusver geen soelaas.

Voor bezoekers is het centrum via de Dr. H.J. van Mooklaan goed bereikbaar. Het parkeerterrein aan de Henri Dunantlaan wordt echter niet door alle bezoekers goed gevonden, waardoor de parkeerplekken aan de Dr. H.J. van Mooklaan vaak vol staan. Bezoekers te fiets treffen nog te vaak stallingen die bezet worden door fietswrakken aan, waardoor fietsen slordig neergezet worden. Dit komt de toegankelijkheid van het centrum niet ten goede.

De ondernemers in het centrum zijn lokaal betrokken en kennen elkaar goed. Het vastgoed is echter verdeeld over verschillende VVE's, wat er mede voor zorgt dat een collectieve aanpak van het verouderde vastgoed achterwege blijft. Onduidelijkheid over de



precieze eigendomssituatie van de grond en het vastgoed vormt een extra barrière voor investeringen.

Acties voor dit centrum

Om de zwakke punten van dit centrum aan te pakken verdienen de volgende acties prioriteit:

- Aanpakken sociale onveiligheid. Betere verlichting, cameratoezicht en strengere handhaving kan mogelijk toch uitkomst bieden in deze problematiek.
- Voor de toekomstbestendigheid van dit centrum is uitbreiding van de supermarkt als publiekstrekker naar 1.000 à 1.300 m² wvo gewenst. Een zorgvuldige studie naar de ruimtelijke mogelijkheden hiervoor is noodzakelijk.
- Collectieve opknapbeurt van het vastgoed. Ondernemers en vastgoedeigenaren zullen samen om tafel moeten om dit te kunnen realiseren. De gemeente heeft hierbij nadrukkelijk een ondersteunende rol, onder andere in het verschaffen van duidelijkheid over de eigendomssituatie (perceelsgrenzen publiek en privaat).
- De buurtfunctie van het centrum kan verder worden versterkt met de komst van een 'buurthuiskamer' voor ouderen, bijvoorbeeld in een leegstaand winkelpand of woonruimte.
- Plaatsen van een duidelijk verwijzingsbord naar het parkeerterrein aan de Henri Dunantlaan, zodat ook de parkeerplekken aan de Dr. H.J. van Mooklaan voldoende beschikbaar blijven.
- Beschikbaar houden van fietsenstallingen door fietswrakken frequenter te verwijderen (handhaving).



Beleidskader en uitvoering



5.1 Ruimtelijk beleid

Met de ruimtelijke visie geeft de gemeente duidelijkheid aan marktpartijen. Voor de gemeente biedt de visie op de horeca- en detailhandelsstructuur een toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen.

Dynamiek door beleid

Het voeren van een duidelijk, consequent ruimtelijk detailhandelsbeleid zorgt voor investeringen en dynamiek waar die wenselijk zijn en daarmee voor een duurzame en vitale detailhandelsstructuur voor inwoners en bezoekers. Mocht een initiatief passen in de structuurvisie dan wordt de ruimtelijke inpasbaarheid op de locatie getoetst (o.a. fysieke ruimte, parkeren).

Vertaling naar omgevingsplan en omgevingsvisie

Om succesvol ruimtelijk detailhandelsbeleid te kunnen voeren, is het van belang dat de visie wordt vertaald naar de bestemmings-/omgevingsplannen. Dit gebeurt in principe bij de eerstvolgende herziening van een bestemmingsplan of bij het opstellen van het nieuwe omgevingsplan^a.

^a We schrijven in het vervolg alleen nog omgevingsplan. Daar kan ook bestemmingsplan gelezen worden.

Het omgevingsplan is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. In het omgevingsplan wordt bepaald waar wel en waar geen detailhandel en horeca is toegestaan. De gemeente kan hierin bepalen welk type horeca en detailhandel mag plaatsvinden in de verschillende gebieden en in welke gebieden geen (uitbreiding van) detailhandel of horeca is toegestaan.

Dit jaar gaat de gemeente Rijswijk van start met het opstellen van haar Omgevingsvisie. Dit beleid voor horeca en detailhandel is zo integraal mogelijk opgesteld, zodat inpassing in de nieuwe omgevingsvisie zo soepel mogelijk verloopt. Het beleid kan als onderdeel van de hoofdvisie of als een apart programma 'horeca en retail' worden ingepast.

Voor de uitvoeringspraktijk wordt voorliggende visie uitgewerkt naar definities en concrete regels voor detailhandel en horeca in de gemeente Rijswijk.

De basisregel

Winkels en horeca horen thuis in centrumgebieden. Daarom worden er geen winkel- en horecaontwikkelingen (nieuw of uitbreiding) toegestaan buiten de

kansrijke locaties (hoofdstuk 3.3), omdat een te grote verspreiding en/of vergroting van het detailhandels- en horeca-aanbod buiten deze gebieden niet bijdraagt aan het behalen van de gemeentelijke ambities. Omwille van specifieke ruimtelijk-relevante redenen zijn een aantal uitzonderingen mogelijk. Die worden verderop in deze paragraaf behandeld. Eerst de basis:

Winkels en horeca in centra

Winkels horen thuis in de reguliere winkelgebieden die zijn aangewezen in paragraaf 3.3. Daarbinnen geldt de huidige contour van de centrum- danwel detailhandelsbestemming, tenzij anders aangegeven in het toekomstperspectief per centrum (zie hoofdstuk 4). In sommige gevallen kan gemotiveerd afgeweken worden van dit principe (zie verderop), maar bij elke vergunningaanvraag is dit het vertrekpunt.

In de basis hoort ook horeca thuis in de aangewezen centrumgebieden, en wordt er buiten deze locaties niet meegewerkt aan nieuwvestiging of uitbreiding van horeca-zaken. In deze visie zijn er echter aan de voorkant een drietal uitzonderingslocaties aangewezen, waar wel aan een beperkt aantal nieuwe horecazaken gedacht kan worden. Het gaat om het Wilhelminapark, de landgoederenzone en Kessler Park/ stationsgebied.

Wat is detailhandel?

Wat wel of niet detailhandel is, is niet voor iedereen altijd direct duidelijk. Voor de planologische vertaling naar omgevingsplannen zijn de ruimtelijke effecten (op beoogde winkelstructuur, aantrekkelijke werking consumentenverkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling, reclame) relevant. De betaling ter plaatse is, met de mogelijkheden voor online/digitale betaling, niet meer relevant voor ruimtelijk beleid. Van een detailhandelsactiviteit is in ieder geval sprake wanneer er een ruimte is die gericht is op/en of toegankelijk is voor consumenten (winkelruimte, showroom, afhaalpunt).

Ook fenomenen als pop-up stores, flitsverkoop en afhaalbedrijven van maaltijden niet voor consumptie ter plaatse vallen daarmee onder de definitie van detailhandel (en horen dus plaats te vinden binnen reguliere winkelgebieden). Met het inrichten van een ruimte voor consumenten is het aannemelijk dat detailhandel een wezenlijk onderdeel is van de bedrijfsvoering. Daarnaast is zichtbaarheid van een verkoopfunctie vanaf de openbare weg een duidelijk kenmerk van detailhandel.



Detailhandel



Detailhandel met ondersteunende horeca

Wat is horeca?

Net als voor detailhandel is het niet altijd direct duidelijk wanneer planologisch sprake is van horeca. Opnieuw zijn voor de planologische vertaling naar omgevingsplannen de ruimtelijke effecten (op beoogde horecastructuur, aantrekkelijke werking consumentenverkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling, reclame) relevant. Van horeca is sprake wanneer er eten en/of drinken wordt aangeboden voor directe consumptie ter plaatse en/of wanneer logies verstrekt wordt. Het al dan niet schenken van alcohol bepaalt dus niet of er sprake is van horeca. 'Horeca' die alleen gericht is op maaltijden afhalen en bezorgen is dus juridisch gezien géén horeca, maar detailhandel, ondanks dat het in de praktijk wel (afhaal-/bezorg)horeca wordt genoemd.



Horeca

5.2 Beleidsregels

In deze paragraaf volgen beleidsregels voor de uitvoeringspraktijk. Achteraan de paragraaf worden de beleidsregels samengevat in twee stroomschema's. Die schema kunnen door uitvoerders van dit beleid worden gevolgd om nieuwe initiatieven op het gebied van detailhandel en horeca te toetsen, wanneer het bestemmingsplan het betreffende initiatief momenteel nog niet toelaat.



Horeca: vertaling naar categorieën

In Rijswijk worden drie horecacategorieën gehanteerd, oplopend in de mate van mogelijke hinder voor omwonenden of centrumbezoekers. Hinder kan worden veroorzaakt door bijvoorbeeld geluid of aantal verkeersbewegingen. In het kader hiernaast is de specificering opgenomen, voortbouwend op categorisering die nu reeds in gebruik is^a. Deze categorieën worden voor bestaande en toekomstige bestemmingsplannen/het omgevingsplan goed toepasbaar geacht.

Bestemmingsplannen die nog niet in lijn zijn met deze categorisering worden bij de eerste herziening aanpast.

In deze nieuwe categorisering is bezorghoreca als aparte subcategorie opgenomen, zodat dit type horeca

^a Zie bijvoorbeeld bestemmingsplan Sterpassage 2021, bijlage 1 Staat van Horeca-activiteiten.

Horecacategorieën

Categorie 1 'lichte horeca'

Categorie 1a: minimale overlast

Onder deze categorie valt horeca met slechts een minimale overlast op de omgeving, zoals:

- automatiek;
- broodjeszaak;
- croissanterie;
- koffiebar;
- lunchroom;
- ijssalon;
- snackbar;
- tearoom;
- traiteur.

Categorie 1b: overige lichte horeca

- bistro;
- restaurant
- hotel

Categorie 1c: bezorghoreca

Onder deze categorie vallen eetgelegenheden waarvan de bezorgfunctie het primaire verdienmodel is van het bedrijf. Dit zorgt voor aanzienlijke verkeersbewegingen en ruimtebeslag van bezorgvoertuigen (fietsen, scooters, auto's) ter plaatse.

Categorie 2 'middelzware horeca'

Onder deze categorie vallen horecabedrijven met enige overlast op de omgeving, zoals:

- bar;
- bierhuis;
- biljartcentrum;
- café;
- proeflokaal;
- shoarma/ grillroom.

Categorie 3 'zware horeca'

Onder deze categorie valt horeca met een aanzienlijke overlast op de omgeving (geluid, veiligheid, geur, verkeer) zoals:

- shisha-lounge*
- dancing;
- discotheek;
- nachtclub;
- partycentrum (regulier gebruik ten behoeve van feesten en muziek-/dansevenementen).

In het geval een horecabedrijf in meerdere categorieën valt, dan is de hoogste/zwaardere categorie leidend.

* Het roken van waterpijpen is niet zonder brandgevaar en het levert ook de nodige (stank) overlast voor de omgeving op. 'Shisha lounges' en soortgelijke inrichtingen die het roken van waterpijp aanbieden, stralen daarnaast een bepaalde aantrekkingskracht uit op jongeren. In dit soort horecabedrijven wordt naast de waterpijpproductie ook vaak gedeeld of illegaal gegokt en is vaak sprake van vernielingen, geluids- en parkeeroverlast, bedreiging en mishandeling. Tot slot kunnen er ook banden zijn met criminele organisaties of netwerken. Gelet op de genoemde gevaren en risico's voor de omgeving van een dergelijk horecabedrijf, die direct ingrijpen in de openbare orde en veiligheid, vallen dit soort horecabedrijven altijd onder het vergunningstelsel en worden ze onder de categorie 'zware horeca' geschaard.

met veel verkeersbewegingen eenvoudiger uit specifieke gebieden te weren is (bijvoorbeeld voetgangersgebied). Maximale oppervlaktebepalingen en specifieke sturing op afhaalhoreca is niet meer opgenomen, omdat de ruimtelijke relevantie hiervoor ontbreekt.

Welke horeca-categorie op welke locatie?

In de gemeente Rijswijk is nieuwvestiging of toevoeging van horeca op de aangewezen locaties volgens deze visie gewenst, met daarbij de volgende categorisering:

- Havenkwartier: categorie 1a en 1b.
- Alle overige centrumgebieden uit de hoofdstructuur: categorie 1 en 2. In voetgangersgebieden, zoals het hart van Oud Rijswijk of Bogaard stadscentrum, is horeca-categorie 1c niet passend.
- Kessler Park: categorie 1 en 2.
- Wilhelminapark: categorie 1a.
- Landgoederenzone: vraagt om een eigen specifieke horecabestemming.

Ondergeschikte nevenactiviteiten en branchevervaging

Van oudsher vindt detailhandel plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten. De afgelopen jaren is deze branchevervaging ook sterk aanwezig tussen horeca en andere bedrijfsactiviteiten: vaak met detailhandel, maar ook steeds meer met bijvoorbeeld dienstverlening en ambachten. Dit wordt ook wel blurring genoemd.

Branchevervaging in centra meestal niet problematisch

In centrumgebieden leidt branchevervaging in beginsel niet tot problemen, doordat daar meestal de afzonderlijke activiteiten ook mogelijk zijn volgens het bestemmingsplan.^a Branchevervaging is daar voor ondernemers een goede mogelijkheid om onderscheidende concepten neer te zetten en in te spelen op veranderende consumentenvoorkeuren.

Op locaties buiten centrumgebieden of daar waar niet alle afzonderlijke activiteiten zijn toegestaan, kan branchevervaging tot ongewenste activiteiten leiden.

^a Indien horeca onderdeel uitmaakt van het concept is relevant of er sprake is van horeca als ondergeschikte nevenactiviteit of dat horeca een substantieel onderdeel uitmaakt van de bedrijfsactiviteit. Bedrijven waar horeca een substantieel onderdeel van de bedrijfsvoering uitmaakt, dienen zich te houden aan alle regels die gelden voor horeca.

Regulering van branchevervaging

De vraag die zich bij dit soort branchevervaging voordoet, is in hoeverre de detailhandels- of horeca-activiteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit. Voor de planologische vertaling



Reguleren horeca als ondergeschikte nevenactiviteit

in omgevingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten en verschijningsvorm relevant.

De volgende vormen van ondergeschikte nevenactiviteiten worden toegestaan:

- **Detailhandel bij non-food-productiebedrijf** | Bij een productiebedrijf wordt in beperkte mate detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit toegestaan ('productiegebonden detailhandel'). Belangrijk is dat deze detailhandel de verkoop betreft van door het bedrijf/op het perceel zelf geproduceerde of bewerkte producten. Een voorbeeld hiervan is het laten maken van een kentekenplaat bij een autogarage. Er is geen uitstraling als winkel of vergelijkbare verkeersaantrekkende functie.
- **Horeca als nevenactiviteit** | Horeca kan een belangrijke toegevoegde waarde hebben als ondersteunende functie bij (recreatieve) nevenactiviteiten. Het kan bijvoorbeeld gaan om een koffiehok bij een boekhandel, kapper of kringloopbedrijf, of een broodjeszaak bij een kantoor. Horeca als ondergeschikte nevenactiviteit dient uiterlijk om 20.00 uur gesloten te zijn (of eerder indien de hoofdactiviteit al eerder sluit).

- **Detailhandel en horeca op trafficlocaties** | Op trafficlocaties (bijvoorbeeld een tankstation, treinstation) is ondergeschikte detailhandel en horeca mogelijk, indien het assortiment gericht is op de directe behoefte van de reiziger, bijvoorbeeld motorolie, een flesje drinken of een belegd broodje, en dus geen pasta of pakken melk.

Om het ondergeschikte karakter van de bovenstaande vormen van detailhandel en horeca te waarborgen, wordt een maximum oppervlakte van de activiteit gehanteerd. Dit is goed meetbaar en transparant voor iedereen. Voor alle vormen van detailhandel en horeca als ondergeschikte nevenactiviteit wordt een maximale oppervlakte gehanteerd van 100 m² wvo voor de afzonderlijke activiteit, tot maximaal 10% van het bedrijfsvloeroppervlak^a.

Alleen voor horeca in het middengebied van de Plaspoelpolder en Hoornwijk/Broekpolder geldt een ruimere oppervlaktebeperving, omdat daar zeer grote aantallen werkenden zijn die tijdens of vlak na werktijd behoefte hebben aan (zakelijk) horecabezoek.

^a Voor detailhandel en horeca op trafficlocaties geldt alleen de grens van 100 m² wvo en niet de grens van 10% van het bedrijfsvloeroppervlak.



Horeca op bedrijventerreinen

Op de bedrijventerreinen Plaspoelpolder (middengebied) en Hoornwijk/Broekpolder wordt uitsluitend horeca als ondersteunende of paracommerciële activiteit toegestaan (bijvoorbeeld een bedrijfskantine). Daarmee wordt voorkomen dat er horeca ontstaat met zelfstandige aantrekkingskracht die het perspectief voor horecaclusters elders (waaronder Havenkwartier en Kessler Park/stationsgebied) onnodig onder druk zet. Tegelijkertijd blijft er volop ruimte voor de hier gevestigde bedrijven om voor personeel en gasten, al dan niet via een externe exploitant, een publiek-toegankelijke (maar niet op publiek van buitenaf gerichte) horecazaak te hebben. Hetzelfde geldt voor bestaande op consumenten gerichte bedrijven: zij hebben de mogelijkheid om als ondergeschikte nevenactiviteit horeca aan te bieden en daarmee de hoofdactiviteit enigszins te verruimen. Er wordt hierbij geen verder onderscheid gemaakt tussen locaties in het middengebied van Plaspoelpolder en Hoornwijk/Broekpolder. Concreet betekent dit dat er als onderdeel van een andere bedrijfsactiviteit tijdens bijvoorbeeld kantooruren sprake kan zijn van horeca-activiteiten op bedrijventerreinen. Vanwege de grote aantallen aanwezige werkenden geldt hier een ruimer een maximum oppervlakte dan voor ondergeschikte horeca elders in de gemeente: 10% van het bedrijfsvloeroppervlak tot maximaal 250 m² (i.p.v. de 100 m² die elders in de gemeente geldt).

Ondergeschikte horeca is hier toegestaan tot maximaal 250 m² vwo i.p.v. 100 m² vwo (de grens van 10% blijft gehandhaafd).

Internetverkoop en flitsbezorgdiensten

Naast de traditionele winkel met verkoop ter plaatse zijn er allerlei nieuwe vormen waar consumenten producten kunnen zien, afhalen en/of laten bezorgen. Wanneer de consument ter plaatse komt, is er in beginsel sprake van een ruimtelijke detailhandels-/winkelactiviteit, die planologisch als zodanig wordt beoordeeld (incl. showroom en afhaaloket). Afhaalpunten van internetwinkels zijn derhalve net als elke andere detailhandelsactiviteit toegestaan in de reguliere winkelcentra. Deze activiteiten passen tenslotte goed binnen de wenselijke winkelstructuur. De gebieden binnen die structuur zijn bovendien al ingericht op consumenten(verkeer) en zorgen voor een fijnmazige spreiding over de gemeente. De andere functies in de winkelcentra hebben er bovendien baat bij dat hier regelmatig consumenten komen. De vestiging van afhaalpunten draagt in de winkelgebieden daarmee bij aan een economisch vitale winkelstructuur.

Internetwinkels die geen aan de winkelactiviteitgerelateerde ruimtelijke kenmerken hebben, zoals een hub van een flitsbezorgdienst waar geen substantiële consumentenfunctie aanwezig is, zijn niet relevant voor het ruimtelijk detailhandelsbeleid en moeten voldoen aan de bestemming van de betreffende locatie (wonen, bedrijf, kantoor, agrarisch, etc.). Zo is een distributiecentrum van een internetwinkel net als ieder ander logistiek bedrijf op een locatie met de bestemming bedrijf toegestaan, zolang hier geen consumenten ter plaatse komen.

Horeca bij maatschappelijke functies

De horeca-activiteit bij een paracommerciële instelling, zoals een sportvereniging, een dorps huis of een museum, hoort ondergeschikt te zijn en gericht op de hoofdactiviteit. Het tijdens of na afloop van de activiteit een drankje nuttigen is onderdeel van het samen bezig zijn en heeft op dat moment sociaal-maatschappelijke relevantie. Als dergelijke horeca-activiteiten echter externe commerciële trekkracht krijgen, ontstaat er oneerlijke concurrentie met de reguliere horeca. Dit wordt en blijft niet toegestaan.



Komt de consument ter plaatse?



Afstemmen standplaatsen op permanente winkels

De huidige regels voor paracommerciële horeca zijn in Rijswijk vastgelegd in de Verordening paracommercie Rijswijk. In algemene zin werken die regels goed, echter worden de huidige beperkingen aan schenkingstijden als te beperkend ervaren. Zo kunnen maatschappelijke activiteiten die niet direct voortvloeien uit de (statutaire) doelstellingen van de paracommerciële activiteiten, en niet commercieel haalbaar zijn, niet altijd plaatsvinden, terwijl dat omwille van de leefbaarheid in de Rijswijkse buurten wel gewenst is. De schenkingstijden worden daarom verruimd naar 12.00 uur tot 24.00 uur.

Aan banden leggen ongezonde horeca/fastfood

Het gemeentelijk bestuur hecht veel waarde aan het verbeteren van de gezondheid van de inwoners in de gemeente^a en stimuleert inwoners gezonder te eten en drinken. Ook aan detailhandels- en horecabedrijven wordt gevraagd hun bijdrage te leveren aan een gezondere levensstijl. Hiervoor zal de gemeente in overleg treden met de lokale detailhandel en horeca.

Het is echter niet mogelijk om middels het bestemmingsplan/omgevingsplan ongezonde horeca te

weren, aangezien dit niet ruimtelijk relevant is. Wél kan de gemeente op ‘zachtere’ manieren gezondere voeding stimuleren:

- Gezonde voeding kan als selectiecriteria gehanteerd worden voor potentiële ambulante handelaren op de warenmarkt of op losse standplaatsen (zie verderop in dit hoofdstuk).
- Wanneer de gemeente eigenaar is van maatschappelijk vastgoed, kan bij verhuurovereenkomsten met bijvoorbeeld sportclubs afgesproken worden dat er alleen gezond eten en drinken aangeboden wordt in de kantine.

Ambulante handel

Naast ‘permanente’ detailhandel is er in de gemeente Rijswijk ook ruimte voor ambulante handelaren op de twee warenmarkten en op losse standplaatsen daarbuiten. Om te voldoen aan de voorwaarden vanuit de Europese Dienstenrichtlijn (EDR), worden toekomstige vergunningen voor ambulante handel alleen nog voor bepaalde tijd worden verleend, op een transparante wijze verdeeld en met voldoende mededingsruimte voor potentiële nieuwe toetreders. Het beleid voor ambulante handel dient aan deze voorwaarden vanuit de EDR te worden aangepast. SEO publiceerde

onlangs een rapport over de geschikte vergunningduur voor ambulante handel op basis van de terugverdientijd voor investeringen.^b Deze motivering kan als basis dienen voor de gekozen vergunningduur voor standplaatsen op de warenmarkten en daarbuiten in de gemeente Rijswijk.

Warenmarkt Oud Rijswijk

De warenmarkt in Oud Rijswijk is een echte publiekstrekker voor het centrum. De weekmarkt is populair onder bezoekers en levert de ‘permanente’ voorzieningen extra bezoekers op. Een zo sterk mogelijke weekmarkt is van meerwaarde voor het hele centrum.

Recent is bij de Oude Kerk een nieuwe opstelling van de warenmarkt ingevoerd. Deze opstelling rondom de kerk kan op breed draagvlak rekenen en past binnen de functioneel-ruimtelijke visie op de structuur van Oud Rijswijk (hoofdstuk 4). Er wordt gewerkt aan een nieuwe marktverordening waarin deze nieuwe opstelling wordt verankerd, en waarbij rekening wordt gehouden met alle noodzakelijke maatvoeringen (bijvoorbeeld voor de toegankelijkheid van nooddiensten en mensen met een beperking).

^a Gezondheid en Sport in Rijswijk. Uitvoeringsagenda 2020-2022

^b SEO, 2021. Schaarre vergunningen en terugverdientijd in de ambulante handel.

Een sterke weekmarkt is een weekmarkt met een zo divers mogelijk aanbod aan marktkramen. Wanneer nieuwe standplaatsvergunningen voor de warenmarkt worden vergeven kan de nieuwe marktverordening op deze diversiteit sturen. Dit gebeurt via een puntensysteem waarbij verschillende gegadigden op basis van criteria worden gewogen^a. Geschikte criteria voor het puntensysteem bij afweging tussen potentiële markt-ondernemers zijn:

- Aanvullendheid van het gevoerde assortiment ten opzichte van het op de warenmarkt reeds aanwezige aanbod;
- Netheid, onderhoudsniveau en uitstraling van de kraam;
- Aantoonbare ervaring van de ondernemer in de ambulante handel (eerdere standplaatsvergunning en/of diploma's/certificaten van opleidingen);
- Maatschappelijke betrokkenheid (bijv. fair trade producten, afvalscheiding, recycling, erkend leerbedrijf, ondersteuning goede doelen).
- De verkoop van streekproducten die vervaardigd zijn in Rijswijk of directe omgeving;
- De verkoop van gezonde producten (alleen van toepassing bij voedingsmiddelen).

De geïnteresseerde marktondernemer motiveert zelf bij de vergunningaanvraag in tekst en beeld in welke mate hij/zij voldoet aan de genoemde criteria. Het is vervolgens aan de selectiecommissie om per criterium punten toe te kennen en een ondernemer te selecteren.

Warenmarkt Bogaard stadscentrum

Op de warenmarkt bij Bogaard stadscentrum staan op donderdag alleen nog enkele foodkramen. Een aanpassing van het aanbod of het aantal kramen is hier niet noodzakelijk of gewenst. Een geactualiseerd Inrichtingsplan voor de huidige opstelling van deze weekmarkt is wél noodzakelijk.

Standplaatsenbeleid

Het gemeentelijke standplaatsenbeleid dateert uit 2012. Vanuit vergunningverlening is er behoefte aan een duidelijk overzicht van de precieze standplaatslocaties. Dit moet in overeenstemming worden gebracht met het bestemmingsplan/omgevingsplan.

Er is dan ook behoefte aan nieuw standplaatsenbeleid voor de gemeente. Gezien vanuit dit detailhandels- en horecabeleid is het wenselijk dat standplaatsen zo veel mogelijk in centrumgebieden gesitueerd worden die in de beoogde detailhandels- en horecastructuur worden

versterkt. Hier is het combinatiebezoek met andere publieksgerichte functies het grootst. Aanvullend kan een enkele standplaats worden toegestaan op de bedrijventerreinen vanwege de grote aantallen werknemers ter plaatse, mits er sprake is van een (verkeers-) veilige locatie, en bij het Waldhoornplein. Dit sluit aan bij het voorgaande beleid uit 2012. Voor ieder centrumgebied en bedrijventerrein geldt een maximum van 1 standplaatslocatie, en standplaatslocaties mogen niet ingenomen worden op marktdagen (indien van toepassing in het betreffende centrum).

Wanneer er meerdere ondernemers geïnteresseerd zijn in dezelfde standplaatsvergunning kunnen gegadigden evenals bij de warenmarkt worden getoetst aan bepaalde selectiecriteria zoals:

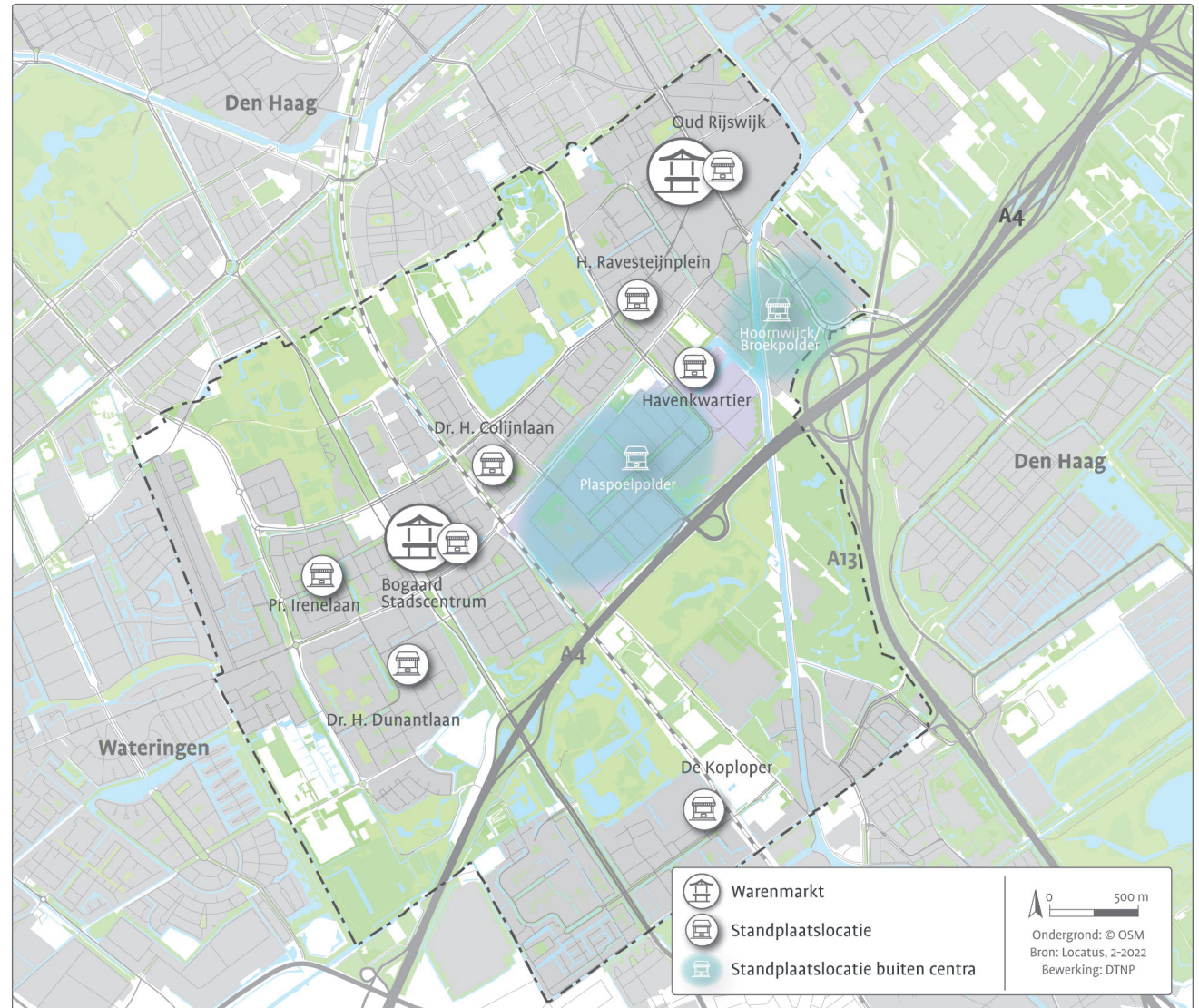
- Aanvullendheid van het gevoerde assortiment ten opzichte van het reeds aangeboden assortiment op de standplaats door andere ondernemers op een ander moment in de week;
- Netheid, onderhoudsniveau en uitstraling van de kraam;
- Aantoonbare ervaring van de ondernemer in de ambulante handel (eerdere standplaatsvergunning en/of diploma's/certificaten van opleidingen);

^a Model Marktverordening VNG, 2022

- Maatschappelijke betrokkenheid (bijv. fair trade producten, afvalscheiding, recycling, erkend leerbedrijf, ondersteuning goede doelen).
- De verkoop van streekproducten die vervaardigd zijn in Rijswijk of directe omgeving;
- De verkoop van gezonde producten (alleen van toepassing bij voedingsmiddelen).

Ook voor losse standplaatsen motiveert de geïnteresseerde ambulante ondernemer zelf bij de vergunningaanvraag in tekst en beeld in welke mate hij/zij voldoet aan de genoemde criteria. Het is vervolgens aan de selectiecommissie om per criterium punten toe te kennen en een ondernemer te selecteren.

Overzichtskaart locaties voor ambulante handel





Actualiseren terrassen- en uitstallingenbeleid

In 2012 is gemeentelijk Terrassenbeleid en Uitstallingenbeleid vastgesteld. Op hoofdlijnen voldoet dit beleid nog steeds, maar het is verouderd en verdient daarom een actualisatie.

Voor uitstallingen zijn de gemeentelijke regels uit 2012 als volgt:

- De uitstalling mag buiten de winkel enkel direct grenzend aan de gevel worden geplaatst in een strook van maximaal 100 cm diep;
- Een uitstalling mag niet zodanig zijn geplaatst of uitgevoerd dat er een verkeersonveilige situatie ontstaat;
- De opstelling mag geen belemmering vormen voor de doorgang van hulpdiensten;
- Boven of naast de winkel gelegen woningen/panden moet te allen tijde bereikbaar blijven.

In de Herenstraat in Oud Rijswijk gelden voor terrassen specifieke regels^a. Zo dienen terrassen:

- Alleen binnen de gele en grijze zone van de bestrating te worden geplaatst.
- Voor wat betreft voor- en zijschotten in hoogte beperkt te zijn (maximaal 1,60 - 1,80 m hoog);

a Bestemmingsplan Oud Rijswijk, 2013

- Een transparante, eenduidige en tijdloze uitstraling te hebben (voorbeeld van smeedijzer met glas);
- Meer samenhang in meubilair te krijgen;
- In de zomer verwijderd te worden wanneer buiten gebruik.

Specifiek in Oud Rijswijk vergen de regels voor terrassen en uitstallingen een nadere uitwerking wat betreft samenhang en materialisatie. Uitgangspunt hierbij is dat terrassen en uitstallingen dienen te passen binnen het historische karakter van Oud Rijswijk en niet te veel afleiding van het mooie gevelbeeld dienen te veroorzaken.

Het nieuwe terrassenbeleid voor het Huygenskwartier in Leidschendam-Voorburg kan hiervoor als geslaagd voorbeeld dienen.^b Dit beleid zet in op terrassen van natuurlijke materialen of smeedijzer in rustige kleuren (zwart, bruin, grijs, gebroken wit), en dus geen synthetische materialen of schreeuwerige kleuren (rood, geel, oranje). Terrassen zouden idealiter een voldoende open en transparant karakter moeten hebben.

b Beleidsregels terrassen Leidschendam-Voorburg, 2023



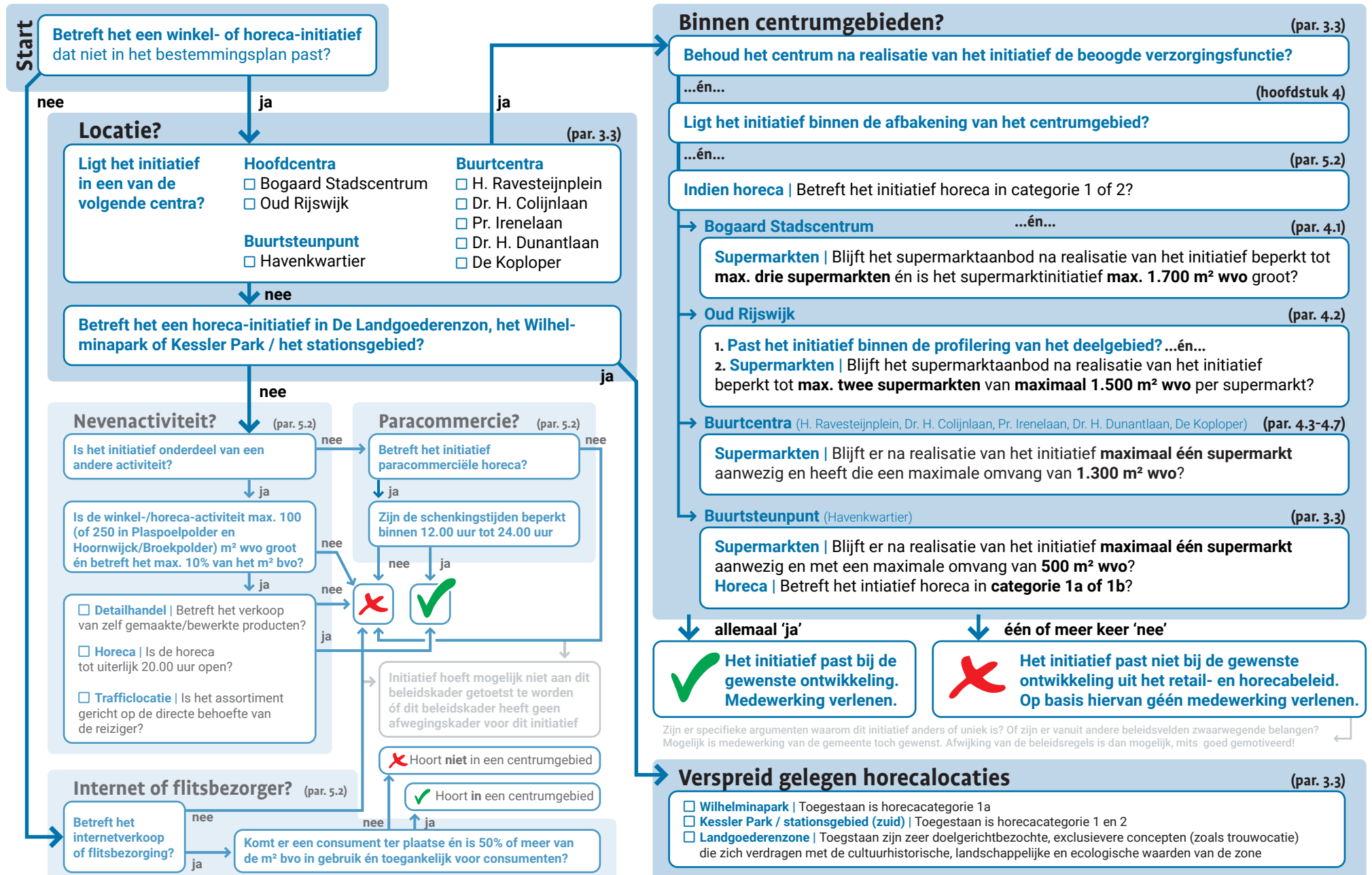
Actualiseren Beeldkwaliteitsplan Oud Rijswijk

Naast beleid voor terrassen en uitstallingen is er in 2005 voor Oud Rijswijk een algeheel Beeldkwaliteitsplan (BKP) opgesteld. Hierin staan bijvoorbeeld ook regels met betrekking tot de uitstraling van gevels en reclame-uitingen daaraan. Dit BKP is inmiddels echter verouderd, en verdient een actualisatie. Deze actualisatie zou in samenhang met het aangescherpte beleid voor uitstallingen en terrassen moeten worden opgesteld.

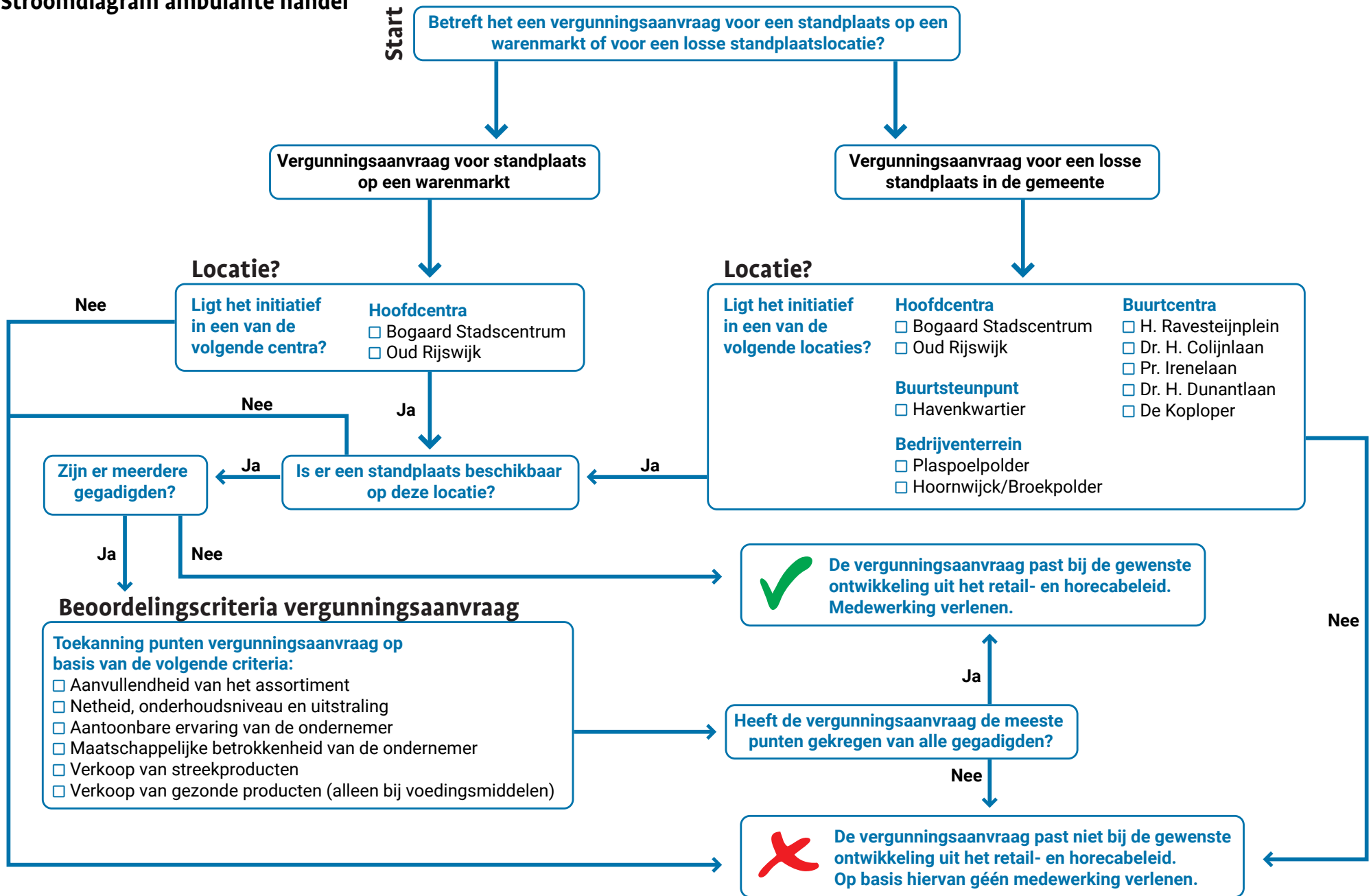
Stalling winkelwagens

De stalling van winkelwagentjes wordt in beginsel op eigen grond van de winkel waartoe ze behoren opgelost. Indien daar ter plaatse geen of onvoldoende ruimte voor is, dan kan de winkel in overleg met de gemeente kijken of een geschikte plek in de openbare ruimte gevonden kan worden. Indien een voor beide partijen geschikte plek in de openbare ruimte aanwezig is, worden nadere afspraken gemaakt over het gebruik, de inrichting en eventuele precario.

Stroomdiagram beoordeling initiatief permanente detailhandel of horeca



Stroomdiagram ambulante handel



Bijlage



BIJLAGE

Bijlage 1 | Waldhoornplein

Het Waldhoornplein heeft in de beoogde structuur geen rol meer als te versterken locatie voor winkels en horeca.

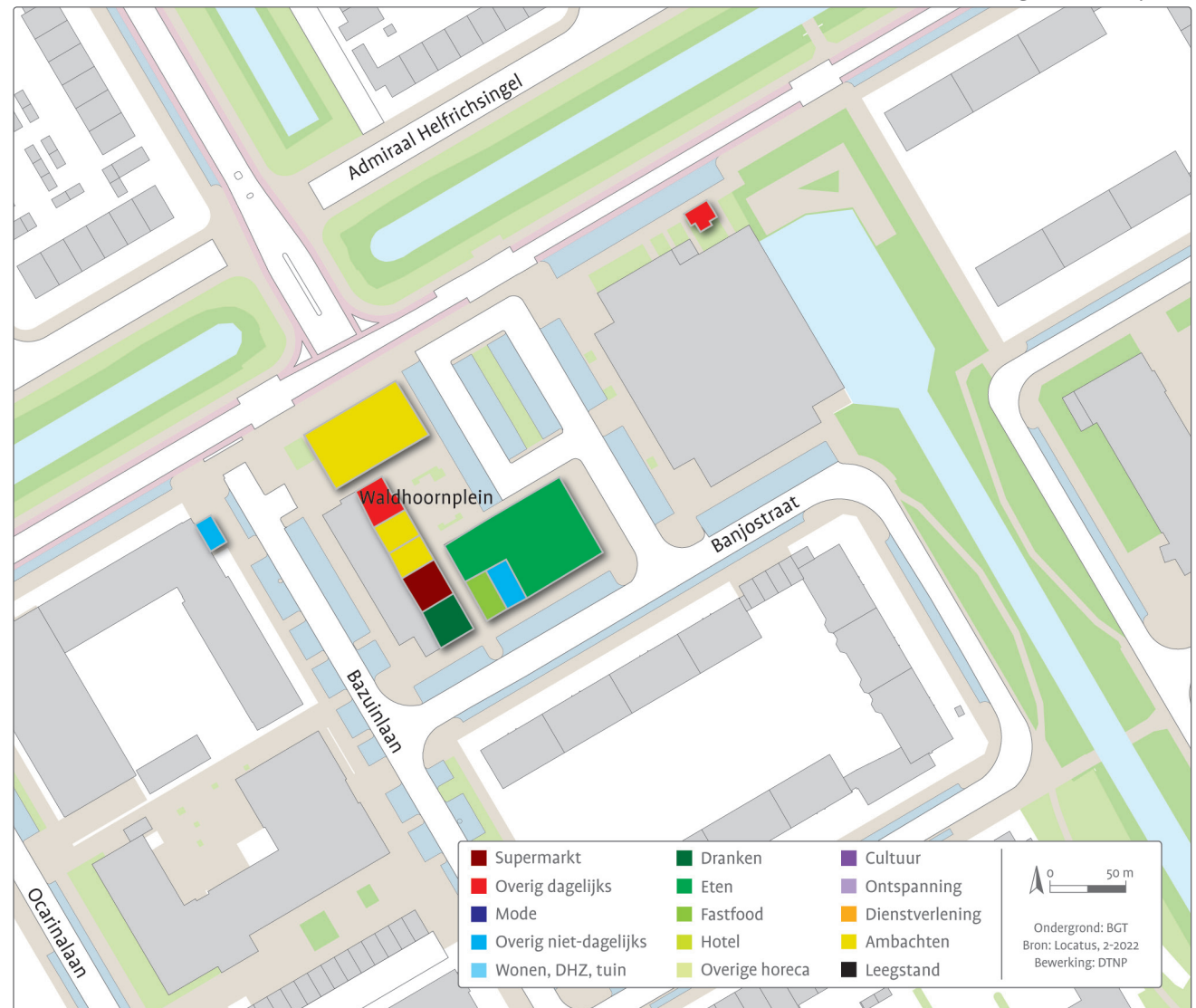
Functioneel-ruimtelijke analyse

De keuze om het Waldhoornplein in de toekomstige retail- en horecastructuur geen positie meer te geven, komt voort uit de ligging vlakbij Bogaard Stadscentrum (5 minuten lopen), het nu ontbreken van een moderne supermarkt als sterke publiekstrekker en de beperkte marktruimte voor supermarktaanbod in Rijswijk. Doordat het Waldhoornplein enkel de Muziekbuit als eigen verzorgingsgebied heeft, is er op termijn te weinig draagkracht is voor een volwaardig buurtcentrum met supermarkt. Het toevoegen van een nieuwe supermarkt hier is dus ook niet gewenst.

Dit neemt niet weg dat het Waldhoornplein een belangrijke rol vervult voor de buurt. Buurtbewoners komen elkaar regelmatig tegen bij bijvoorbeeld de bloemist, het Chinese restaurant, de tabakszaak of voorheen de Marimbahal.

Insteek is dan ook deze ontmoetingsfunctie van het Waldhoornplein voor de buurt te behouden en verder te versterken. Wanneer er panden beschikbaar komen, kan

Branchering Waldhoornplein



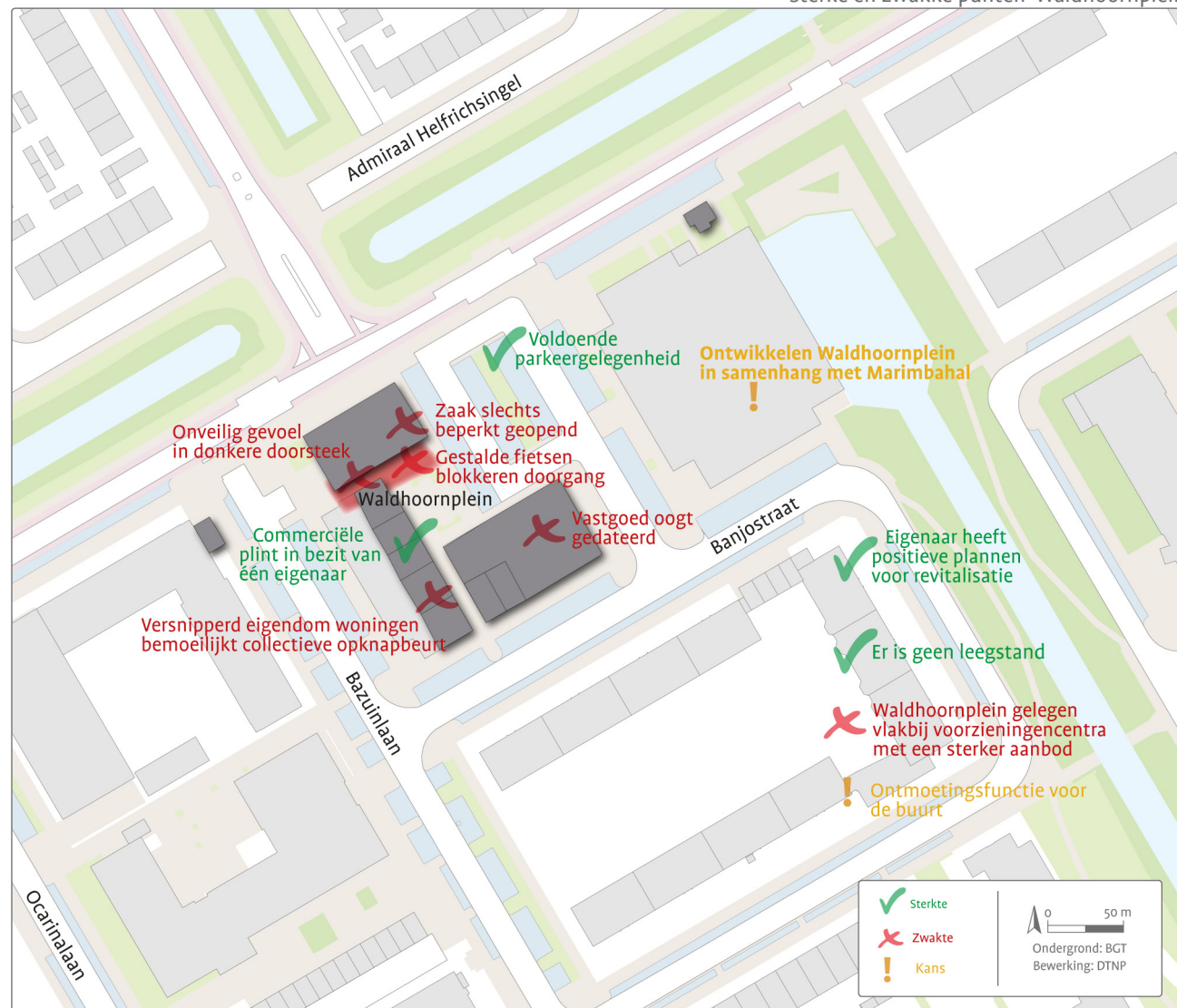
ruimte worden geboden aan bijvoorbeeld eerstelijnszorg, een buurthuis, kinderdagverblijf of sportruimte.

Acties voor dit centrum

Om het centrum toekomstbestendig te maken als ontmoetingsplek voor de buurt zijn diverse acties noodzakelijk.

- Allereerst is het vastgoed toe aan een fikse opknapbeurt. De plint is inmiddels in het bezit van één eigenaar, maar de woningen daarboven zijn dat niet. Dit vraagt daarom om een zorgvuldig en collectief proces;
- De publieke ruimte nodigt niet uit tot verblijven, terwijl dit voor de ontmoetingsfunctie wel gewenst is. Momenteel zijn er op het Waldhoornplein bijvoorbeeld geen zitgelegenheden en is de auto erg dominant aanwezig;
- Het is een belangrijke kans om de ontwikkeling van de Marimbahal-locatie in samenhang met het Waldhoornplein te bekijken. Momenteel wordt gewerkt aan een scenario voor de Marimbahal waarin in een kleine gebiedsontwikkeling de sport(hal)functie wordt behouden, maatschappelijke voorzieningen worden toegevoegd en de leefomgeving verbetert, mogelijk in combinatie met woningbouw.

Sterke en zwakte punten Waldhoornplein



Bijlage 2 | Begrippenlijst

Afhaalpunt

Een voor het publiek vrij toegankelijke locatie ten behoeve van de bedrijfsmatige levering van goederen aan particulieren, zonder het tonen van goederen.

Ambulante handel

Het te koop aanbieden of venten van goederen via deur-aan-deur-verkoop, vanuit een marktkraam of verkoopwagen op een warenmarkt, een solitaire standplaats of jaarmarkt/braderie.

Anciënniteitsbeginsel in de markthandel

Het aantal jaren dat een marktkoopman ingeschreven staat is bepalend bij de toewijzing van marktplaatsen en uitbreiding van marktplaatsen.

Artikelgroep

Een groep van artikelen die qua aard en omvang een grote samenhang vertonen (bijvoorbeeld fitnessapparaten).

Braderie

Een incidentele feestelijke activiteit waarbij de straatverkoop van een grote variëteit aan producten wordt gecombineerd met attracties voor vermaak of vertoon van kunsten.

Branche

Een groep van bedrijven die zich richt op de verkoop van één (dominante) artikelgroep (bijvoorbeeld schoenen) of op de verkoop van een veel voorkomende combinatie van artikelgroepen (bijvoorbeeld sport).

Bouwmarkt

Een winkel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m² waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten aan zowel vakman als particulier wordt aangeboden op basis van zelfbediening.

Bronpunt

Verzamelpplaats van consumenten van waaruit zij het bezoek aan een winkelconcentratiegebied beginnen (bijv. parkeergarage, busstation).

Brutovloeroppervlak (bvo)

De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Dagelijkse artikelen

Artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur) en persoonlijke verzorging.

Dagmarkt

Een warenmarkt die minimaal vier dagen per week op eenzelfde locatie wordt gehouden.

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor

gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

Doe-het-zelf

Een winkel in de doe-het-zelfbranche voert een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan en om het huis. We onderscheiden bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwarenwinkels en verf-/behangspecialisten.

Dienstverlening (publieksgericht commercieel)

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/financiële dienstverlening (bijv. assurantiëkantoor, bank etc.), publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

Filiaalbedrijf/grootwinkelbedrijf

Detailhandelsonderneming met 7 of meer eigen winkels.

Franchising

Contractuele samenwerking tussen formule-eigenaar (franchisegever) en de huurder van de formule (franchisenemer), waarbij de franchisenemer de winkel formule van de franchisegever voert voor eigen rekening en risico, tegen vergoeding en volgens voorwaarden van de franchisegever.

Frichtielegstand

De leegstand tussen twee verhuurperioden die maximaal één jaar belooft.

Groothandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan wederverkopers, bedrijven, instellingen of personen ter aanwending in een andere bedrijfsactiviteit.

Grootschalige detailhandel

Een winkel met een omvang van minimaal 1.000 m² winkelvloer-oppervlak.

Horecabedrijf

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

Internetwinkel

Detailhandel die producten en diensten via internet aanbiedt.

Koopkrachtbinding

Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

Koopkrachttoevloeiing

Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

Leegstand

Leegstaand commercieel vastgoed (te koop/te huur) waar detailhandel mag vestigen.

Leisure

Commerciële en niet-commerciële vrijetijdsvoorzieningen (bijv. museum, ijsbaan, bioscoop, theater etc.)

Maatschappelijke voorzieningen

Educatieve, sociaal-medische, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen, voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

Marktaandeel

Aandeel van de betreffende onderneming(en) in de consumptieve bestedingen aan artikelen/artikelgroepen, uitgedrukt in procenten.

Marktsegment

Op basis van samenstelling van het assortiment en prijsstelling van de artikelen kunnen commerciële bedrijven ingedeeld worden in verschillende marktsegmenten (discount, exclusief etc.)

Marktverordening

In een marktverordening zijn de publiekrechtelijke regels opgenomen betreffende het houden van een reguliere warenmarkt. De marktverordening wordt ingesteld door gemeenten.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaak en persoonlijke verzorging.

Perifere detailhandel

Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een bedrijventerrein).

Primair verzorgingsgebied

Het aaneengesloten gebied rond een voorzieningencluster dat zorgt voor circa 50% van de omzet in het voorzieningencluster

Secundair verzorgingsgebied

Het aaneengesloten gebied rond het primaire verzorgingsgebied van het voorzieningencluster dat de omzet in het voorzieningencluster aanvult met 30%.

Standplaats

Voor het publiek toegankelijke en in de openbare ruimte gelegen plaatsen (buiten de markt) waar met een mobiele verkoopinrichting (zoals verkoopwagens, kraam, tafel)

bedrijfsmatig goederen te koop worden aangeboden, goederen worden verstrekt of diensten worden verleend.

Themacentrum

Concentratie van detailhandelsvestigingen waar goederen worden verkocht die naar aard en samenhang betrekking hebben op een bepaald thema (bijv. woonboulevard, factory outlet centre, kunst/antiek).

Themamarkt

Een warenmarkt die zich van andere markten onderscheidt door een specialisatie op bepaalde producten en/of doelgroepen (bijv. groenten- en fruitmarkt, antiekmarkt, boekenmarkt etc.).

Trafficlocatie

Een locatie met een groot aantal passanten zoals een treinstation, tankstation, onderwijsinstelling, ziekenhuis, kantoorlocatie etc.

Tuinentrum

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede materialen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen.

Verkooppunt (vkp)

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

Verkoopvloeroppervlak (vvo)

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo).

Vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

Volumineuze detailhandel

Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten en detailhandel in woninginrichting waaronder meubels. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

Warenhuis

Een winkel waarin ten minste zes van de volgende artikelgroepen worden aangeboden: voedings- en genotmiddelen, kleding/textiel, meubelen/woninginrichting, verlichting, huishoudelijke artikelen, consumentenelektronica, doe-het-zelfartikelen, educatie- en vrijetijdsartikelen. De artikelgroep kleding/textiel is altijd aanwezig. De afzonderlijke artikelgroepen nemen tussen de 5% en 50% van het winkelvloeroppervlak in beslag.

Warenmarkt

Een verzameling van minimaal 7 kramen, verkoopwagens of grondplaatsen van waaruit de toegelaten kooplieden detailhandel bedrijven. Een warenmarkt wordt met vaste regelmaat gehouden op een bepaald tijdstip en op een bepaalde dag en is ingesteld krachtens een gemeenteraadsbesluit.

Weekmarkt

Een warenmarkt die één tot drie dagen per week op eenzelfde locatie wordt gehouden.

Winkel

Een voor het publiek vrij toegankelijk pand ten behoeve van de bedrijfsmatige verkoop van goederen aan particulieren, met in ieder geval het tonen van goederen.

Winkelgebied

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

Winkelondersteunende horeca

Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan, en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

Winkelvloeroppervlak (wvo)

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Woninginrichting

De woninginrichtingsbranche wordt gevormd door winkels met een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor de inrichting van het huis. In de woninginrichtingsbranche onderscheiden we meubelspecialzaken, slaapkamerspecialzaken, woningtextielzaken, verlichtingszaken, gemengde zaken, tegelhandel, keukenspecialzaken, kurk- en parketzaken, badkamer- en sanitairzaken en zonweringzaken.



In opdracht van de gemeente Rijswijk



Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl

