

Gemeente Zoetermeer



Holland Outlet Mall

Brede effectanalyse

Omdat we ons verplaatsen



gemeente
Zoetermeer

adviseurs
mobiliteit
**Goudappel
Coffeng**

Gemeente Zoetermeer

Holland Outlet Mall

Brede effectanalyse

Datum	24 oktober 2016
Kenmerk	ZTM107/Sdg/1215.02
Eerste versie	19 oktober 2016

Documentatiepagina

Opdrachtgever(s)	Gemeente Zoetermeer
Titel rapport	Holland Outlet Mall Brede effectanalyse
Kenmerk	ZTM107/Sdg/1215.02
Datum publicatie	24 oktober 2016
Projectteam opdrachtgever(s)	Jeroen van de Kamp, Evelien Loeters
Projectteam Goudappel Coffeng	Tim van Huffelen, Guido Scheerder
Projectomschrijving	Onderzoek naar de synergie en effecten van de Holland Outlet Mall voor Zoetermeer en regio.
Trefwoorden	Holland Outlet Mall, Zoetermeer, synergie, effecten

	Inhoud	Pagina
	Managementsamenvatting	I
1	Inleiding	1
2	Kenmerken en uitgangspunten HOM	3
3	Combinatiebezoek en synergie	4
3.1	Factoren die combinatiebezoek bepalen	4
3.2	Effecten combinatiebezoek HOM	7
3.2.1	Effecten bovenregionaal combinatiebezoek	8
3.2.2	Effecten regionaal combinatiebezoek	9
3.3	Per saldo effecten combinatiebezoek	11
4	Betekenis voor toeristisch recreatief product	13
4.1	De kracht van de HOM	13
4.2	Voorbeelden bestaande FOC's	13
4.2.1	Batavia Stad - Lelystad	13
4.2.2	DOC Roermond	14
4.2.3	Rosada Roosendaal	14
4.3	Conclusies toeristisch-recreatief product	14
5	Effect op OV-gebruik	16
5.1	OV-gebruik bij FOC's	16
5.2	Huidig OV-gebruik Zoetermeer	16
5.3	Potentie OV-gebruik HOM	16
6	Effect op werkgelegenheid	17
6.1	Extra structurele werkgelegenheid	17
6.2	Minder afvloeiing naar FOC's buiten regio	18
6.3	Minder banen Woonhart	18
6.4	Tijdelijke werkgelegenheid bij bouw HOM	18
7	Effect woonbranche	19
7.1	Huidige positie Woonhart	19
7.2	Toekomst winkels Woonhart	20
7.3	Gevolgen voor de consument	20
8	Effect sociale veiligheid	21
8.1	Sociale veiligheid bestaande FOC's	21
8.2	Sociale veiligheid HOM	21
	Bijlagen	
1	Centra en voorzieningen Zoetermeer en regio	
2	Effecten combinatiebezoek	
3	Werkgelegenheidseffecten	

Management-samenvatting

Provast en de eigenaren van het Woonhart hebben plannen voor de ontwikkeling van de Holland Outlet Mall (HOM) in het centrum van Zoetermeer. In deze plannen wordt uitgegaan van een herontwikkeling van het huidige Woonhart.

De gemeente Zoetermeer wil een gedegen afweging en beoordeling van de plannen voor de HOM en wil een goed onderbouwde besluitvorming. Daarvoor laat de gemeente diverse onderzoeken uitvoeren, waaronder deze brede effectanalyse. De brede effecten zijn net als de andere onderzoeken geanalyseerd voor een situatie waarin de HOM is volgroeid (31.000 m² bvo), als maximaal scenario.

In deze brede effectenanalyse wordt antwoord gegeven op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de kenmerken van de Holland Outlet Mall?
- Hoe groot is de synergie (spin-off, combinatiebezoek) voor Zoetermeer en regio?
- Welke invloed heeft de HOM op het toeristisch-recreatieve product en imago van Zoetermeer en regio?
- Welke invloed heeft de HOM op het OV-gebruik?
- Wat zijn de werkgelegenheidseffecten van de HOM?
- Wat betekent het terugdringen van het aantal vierkante meters woonboulevard voor de regionale detailhandelsstructuur?
- Wat is het effect van een Factory Outlet Center op de sociale veiligheid?

Vragen over de regionale behoefte en effecten op de winkelstructuur komen in deze brede effectanalyse niet aan bod. Deze zijn onderzocht en uitgewerkt in de rapportage: 'Regionale behoefte en effecten, Holland Outlet Mall (DTNP, oktober 2016)'.

De beantwoording van de onderzoeksvragen voor deze brede effectanalyse is tot stand gekomen na een samenspraaktraject met onder meer klankbordgroepen, samenspraakavonden en regionaal overleg. In deze managementsamenvatting leest u de bondige antwoorden op de hiervoor weergegeven vragen.

1. *Wat is het concept van de HOM?*

Een Factory Outlet Center met hoogwaardige merken met een totale omvang van 31.000 m² bvo, die gefaseerd ontwikkeld wordt. De invulling bestaat uit oudere collecties in het (midden-)hoge segment in de branches mode en sport, conform het aanbod in de bestaande Factory Outlet Centers. De locatie betreft het Woonhart in Zoetermeer met een loopafstand van 200 meter naar het Stadshart.

2. *Hoe groot is de synergie (spin-off, combinatiebezoek) voor Zoetermeer en regio?*

De spin-off en combinatiebezoek heeft effecten voor Zoetermeer en de regio. Beide zijn hier kort aangegeven.

Zoetermeer

Het Stadshart in Zoetermeer krijgt een forse impuls door het combinatiebezoek van de bezoekers van de HOM van buiten en van binnen de regio (totaal 20-30 miljoen euro). Dit betekent indicatief een omzetimpuls door het combinatiebezoek van 5 à 10% voor het Stadshart. Het combinatiebezoek zorgt voor een (bescheiden) positief effect voor de Dorpsstraat (0,6-1 miljoen euro).

Regio

Het combinatiebezoek van de *bovenregionale* bezoekers van de HOM (bezoekers van verder dan 30 autominuten) levert de regio als geheel nieuwe omzet op (14-28 miljoen euro). Het combinatiebezoek van de bezoekers van de HOM, van *binnen* de regio zorgt voor verschuivingen binnen de regio, die vooral ten goede komen aan het Stadshart van Zoetermeer.

De bestedingen tijdens het combinatiebezoek (regionaal en bovenregionaal) leveren per saldo een klein positief effect voor de binnensteden van Den Haag, Leiden, Delft, Rotterdam en Gouda (< 1%). Voor de overige winkelgebieden in de regio is per saldo sprake van een klein negatief effect (< 1%). Voor de leisurevoorzieningen en toeristische attracties in de regio is sprake van een klein positief effect (<1%).

Voor de zorgvuldigheid merken we op dat het bij de beantwoording van deze vraag sec, de effecten van het combinatiebezoek zijn beschreven. Voor de overige effecten van de HOM op de winkelstructuur verwijzen wij naar de rapportage 'Regionale behoefte en effecten, Holland Outlet Mall (DTNP, oktober 2016)'. De effecten van het combinatiebezoek, dienen in samenhang gezien te worden met de effecten, zoals die in het rapport van DTNP zijn beschreven.

3. *Welke invloed heeft de HOM op het toeristisch-recreatieve product en imago van Zoetermeer en regio?*

De HOM is een consumententrekker tijdens alle seizoenen en weertypes en zorgt voor 1 tot 2 miljoen nieuwe bezoekers voor de regio. De HOM zorgt voor een regionale aantrekkingskracht buiten het toeristische seizoen en een alternatieve bestemming binnen het toeristisch seizoen. Bestaande FOC's (Roermond, Lelystad en Roosendaal) zorgen voor een grote aantrekkingskracht op bezoekers, voorzieningen in de omgeving en het imago van de stad.

4. *Welke invloed heeft de HOM op het OV-gebruik?*

Een realistische inschatting is dat circa 5% van de bezoekers met het OV zal komen, dit is meer dan bij bestaande FOC's. Dit betekent circa 250.000-350.000 extra OV-bezoekers. Deze bezoekers reizen vooral in de weekenden. Bij gericht flankerend beleid is het mogelijk het OV-gebruik te verhogen.

5. *Wat zijn de werkgelegenheidseffecten van de HOM?*

Per saldo ontstaat extra werkgelegenheid van 350-700 fte door bezoekers van buiten de regio. Binnen de regio kunnen verschuivingen plaatsvinden. Dit is afhankelijk van de verwachte omzeteffecten en branche en segment van de winkels. Het positieve effect van 350-700 fte op de regionale werkgelegenheid is kortom het gevolg van bestedingen die bezoekers van de HOM van buiten de regio (> 30 autominuten) in de HOM doen en bestedingen tijdens combinatiebezoek in de regio.

Naast dit effect kunnen er nog een aantal andere effecten op de werkgelegenheid optreden. Zo zal de sluiting van het Woonhart voor een banenverlies zorgen, indien winkels niet terugkeren (indicatief 40 fte). Daar tegenover staat dat extra werkgelegenheid ontstaat doordat minder koopkrachtafvloeiing naar FOC's buiten de regio plaatsvindt (indicatief 100 fte).

Tot slot zorgt de realisatie van het HOM voor tijdelijke werkgelegenheid van circa 500 arbeidsjaren.

6. *Wat betekent het terugdringen van het aantal vierkante meters woonboulevard voor de regionale detailhandelsstructuur?*

Uit diverse onderzoeken blijkt dat het huidige functioneren van het Woonhart aanleiding is om de locatie ingrijpend te vernieuwen. De realisatie van een FOC betekent voor de huidige aanbieders een aantal opties: Verplaatsen naar andere woonboulevards in de regio, verplaatsing naar het Stadshart, verplaatsing naar Dorpsstraat of bedrijventerrein Zoetermeer of bedrijfsbeëindiging. Ondanks een afname van de winkelcapaciteit in de woonbranche behoudt de consument voldoende keuzemogelijkheden in de regio.

7. *Wat is het effect van een Factory Outlet op de sociale veiligheid*

FOC's zijn sociaal-veilig doordat één management hier zelf verantwoordelijk voor is en FOC's sterk inzetten op schoon, netjes en veilig. Ook voor de HOM geldt dat met één management goed gezorgd kan worden voor een sociaal-veilige Factory Outlet Center en omgeving.

1

Inleiding

Provast en de eigenaren van het Woonhart hebben plannen voor de ontwikkeling van de Holland Outlet Mall (HOM) in het centrum van Zoetermeer. In deze plannen wordt uitgegaan van een herontwikkeling van het huidige Woonhart.

De gemeente Zoetermeer wil een gedegen afweging en beoordeling van de plannen voor de HOM en wil een goed onderbouwde besluitvorming. Daarvoor laat de gemeente diverse onderzoeken uitvoeren, waaronder deze brede effectanalyse. Deze effecten zijn onderzocht voor een situatie waarin de HOM is volgroeid (31.000 m² bvo), als maximaal scenario. De brede effectanalyse is tot stand gekomen na een samenspraaktraject met onder meer klankbord-groepen, samenspraakavonden en regionaal overleg.

In deze brede effectanalyse wordt antwoord gegeven op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de kenmerken van de HOM?
- Hoe groot is de synergie (spin-off, combinatiebezoek) voor Zoetermeer en regio?
- Welke invloed heeft de HOM op het toeristisch-recreatieve product en imago van Zoetermeer en regio?
- Welke invloed heeft de HOM op het OV-gebruik?
- Wat zijn de werkgelegenheidseffecten van de HOM?
- Wat betekent het terugdringen van het aantal vierkante meters woonboulevard voor de regionale detailhandelsstructuur?
- Wat is het effect van een Factory Outlet Center op de sociale veiligheid?

De laatste vraag over de effecten op de sociale veiligheid is toegevoegd naar aanleiding van de samenspraakbijeenkomst op 20 april 2016, waarin de onderzoeksopzet werd gepresenteerd.

Vragen over de regionale behoefte en effecten op de winkelstructuur komen in deze brede effectanalyse niet aan bod. Deze zijn onderzocht en uitgewerkt in de rapportage: 'Regionale behoefte en effecten, Holland Outlet Mall (DTNP, oktober 2016)'.

In het vervolg van dit rapport leest u de antwoorden op de genoemde vragen, waarbij elke vraag is uitgewerkt in een afzonderlijk hoofdstuk. In deze uitwerking zijn de opmerkingen verwerkt op de tussenresultaten, zoals die uit de klankbordbijeenkomst en samenspraakavond op 30 en 31 augustus 2016 en uit regionaal overleg op 1 september 2016 naar voren zijn gekomen.

2

Kenmerken en uitgangspunten HOM

De belangrijkste karakteristieken van de Holland Outlet Mall zijn:

- *Concept:* In de plannen wordt uitgegaan van een Factory Outlet Center dat qua aanbod en kwaliteit vergelijkbaar is met Batavia Stad in Lelystad en het Designer Outlet Center in Roermond. De invulling bestaat uit oudere collecties in het (midden-)hoge segment in de branches mode & sport, conform het aanbod in de bestaande Factory Outlet Centers.
- *Omvang:* Wat betreft de omvang wordt gedacht aan 31.000 m² bvo, in een gefaseerde ontwikkeling.
- *Locatie:* Het gaat om een herontwikkeling van het Woonhart met een uitbreiding over de tunnelbak van de Europaweg. De afstand tussen de Holland Outlet Mall en het Stadshart van Zoetermeer is hiermee gering en bedraagt circa 200 meter.



Figuur 2.1: Artist impression HOM

3

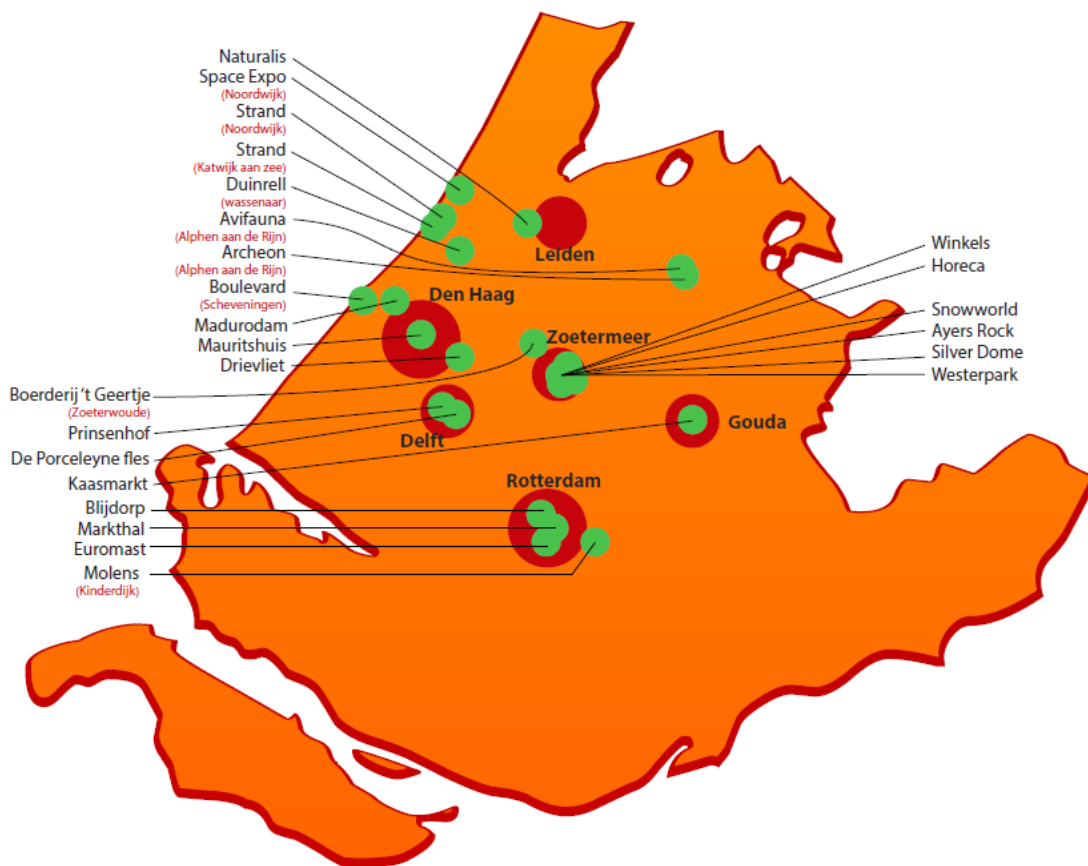
Combinatiebezoek en synergie

3.1 Factoren die combinatiebezoek bepalen

In dit hoofdstuk worden het combinatiebezoek en de mogelijkheden voor synergie tussen de HOM en de bestaande voorzieningen in Zoetermeer en omliggende regio in beeld gebracht. Bij een combinatiebezoek tussen de HOM en deze voorzieningen kan gedacht worden aan onder meer:

- *Zoetermeer*: variërend van winkels en horeca Stadshart en Dorpsstraat tot leisurevoorzieningen als SnowWorld, Ayers Rock, Silver Dome en leisure Westerpark.
- *Regio*: winkels en horeca in de (grotere) binnensteden van Den Haag, Rotterdam, Gouda, Delft en Leiden en leisurevoorzieningen als Madurodam, Naturalis, Avifauna, Archeon, Duinrell, Mauritshuis, Drievliet, Space Expo Noordwijk, Boerderij het Geertje, Prinsenhof en de Porceleyn. Daarnaast ook kustplaatsen, zoals Scheveningen, Noordwijk en Katwijk.

Figuur 3.1 toont de mogelijke locaties. Een meer uitgebreide lijst van voorzieningen in Zoetermeer en regio, waarmee combinatiebezoek mogelijk is, vindt u in bijlage 1.



Figuur 3.1: Voorbeelden van potentiële combinatiebestemmingen

Genoemde voorbeelden laten zien dat de mogelijkheden breed en divers zijn. De omvang van het combinatiebezoek is afhankelijk van de volgende factoren:

- Het aantal en de herkomst van de bezoekers van de HOM.
- Het aandeel van de bezoekers van de HOM, dat een bezoek aan de HOM combineert met een bezoek aan andere een voorziening in Zoetermeer en regio.
- De uitgaven tijdens het combinatiebezoek.

Deze factoren lichten we hierna kort toe, waarbij de cijfers op jaarbasis zijn.

Aantal en herkomst bezoekers HOM

In de brede effectanalyse gaan wij, net als in de andere onderzoeken naar de effecten van de HOM (verkeer, stedenbouw, juridisch en regionale behoefte), uit van een HOM met de uiteindelijke 31.000 m² in een volwassen situatie.

Het aantal en de herkomst van de bezoekers van de HOM zijn uitgewerkt in het rapport: Herkomst bezoekers Holland Outlet Mall (DTNP, 2015). Mede op basis van dit rapport schatten wij de bezoekers van de HOM van buiten de regio (> 30 autominuten) in op 1 tot

2 miljoen. Dit zijn de bezoekers die specifiek naar de HOM gaan en nieuw zijn voor de regio.

In hoeverre de bezoekersaantallen van buiten de regio dichterbij de 1 of bij de 2 miljoen zullen liggen, hangt onder meer af van de ontwikkelingen bij de bestaande Factory Outlet Centers in Lelystad en Roosendaal, maar ook van het al dan niet doorgaan van Sugar City in Halfweg. In de analyses en resultaten is bij de onderkant van de bandbreedte rekening gehouden met een versterking van de bestaande FOC's en de ontwikkeling van Sugar City.

Mate van combinatiebezoek

De mate waarin combinatiebezoek plaatsvindt met voorzieningen in Zoetermeer en regio hangt af van de volgende factoren:

- de aantrekkelijkheid van de centra en voorzieningen waarmee synergie mogelijk is;
- de reistijd tussen de HOM en deze centra en voorzieningen.

Het hoeft geen betoog dat vanwege de onderlinge afstand het combinatiebezoek tussen de HOM en het Stadshart van Zoetermeer groter zal zijn dan tussen de HOM en bijvoorbeeld het centrum van Alphen aan den Rijn. Daarnaast speelt ook de aantrekkingskracht van een centrumgebied een rol. Zo hebben de binnensteden van Den Haag en Rotterdam meer te bieden, dan de centra van kleinere plaatsen die dichterbij de HOM liggen. Naast de afstand en de aantrekkingskracht van het aanbod, speelt ook het bezoekmotief een rol. Het ligt bijvoorbeeld meer voor de hand dat een bezoeker van de HOM aanvullend verder winkelt of wat gaat eten of drinken, dan aanvullend gaat golfen.

Bij de bepaling van de mate van combinatiebezoek is tevens gekeken naar de ervaringen bij de bestaande Factory Outlet Centers in Nederland. Met name naar Roermond, waar de ligging van het FOC in combinatie met het centrum het meest vergelijkbaar is met Zoetermeer. In Roermond zijn metingen van het combinatiebezoek tussen het FOC en het centrum van Roermond die variëren tussen de 25 en 45% en is tevens combinatiebezoek gemeten met andere winkelgebieden en voorzieningen in de omgeving (circa 20%)¹. Daarnaast blijkt dat bovenregionale bezoekers in Roermond ook onderweg combinatiebezoeken doen met andere winkelgebieden (zoals tuincentra) en leisure- en horecavoorzieningen in de regio. In Lelystad en Roosendaal ligt het combinatiebezoek tussen het FOC en het centrum vanwege de onderling afstand lager (circa 10 en 20%), maar zien we tegelijkertijd ook combinatiebezoek met voorzieningen in de regio optreden.

De locatie in Zoetermeer is het meest vergelijkbaar met Roermond gezien de ligging van het HOM tegen het stadscentrum aan. Enerzijds kent de binnenstad van Roermond enkele sterke punten: historische binnenstad, relatief veel horeca, wat groter winkel-

¹ Bron: onder andere: 'Bezoekers- en consumentenonderzoek Roermond (BRO 2011)' met circa 45% combinatiebezoek FOC centrum Roermond en 20% combinatiebezoek FOC andere winkelgebieden en voorzieningen Roermond en omgeving en 'Belevingsonderzoek verbinding DOC en binnenstad Roermond' (Eyckveld 2015) met 25% combinatiebezoek FOC en centrum Roermond. De percentages wijken af in verband met verschillende onderzoeksmethodieken. Uit de onderzoeken blijkt verder dat bovenregionale bezoekers eerder een combinatiebezoek doen.

aanbod (51.000 m² winkelvloeroppervlak in Roermond ten opzichte van 42.000 m² in Zoetermeer). Anderzijds kent Zoetermeer ook voordelen, waardoor het combinatiebezoek bevorderd kan worden. Dit gaat onder meer om de nog kortere loopafstand (200 meter in plaats van 450 meter), de aanwezigheid van krachtige trekkers (zoals Primark). Uitgangspunt is dat de verbinding tussen het Stadshart en de HOM een aantrekkelijke verbinding wordt. Dit bevordert het combinatiebezoek en is een gemeentelijke randvoorwaarde.

Bestedingen combinatiebezoek

Gemiddeld geeft een bezoeker van een FOC die aansluitend naar een centrumgebied gaat € 25 uit, waarvan € 20 bij de winkels en € 5 bij de horeca in het betreffende centrum². In het gemiddelde bedrag zit verschil tussen de bezoekers die van buiten en die van binnen de regio komen. Over het algemeen geven bezoekers vanbuiten de regio meer uit dan van binnen de regio. Zij hebben er een reisje voor over.

De uitgaven bij de leisurevoorzieningen in Zoetermeer en regio bedragen eveneens € 25 per bezoek³. In dit bedrag zijn de gemiddelde entreprijzen bij een leisurevoorziening verdisconteerd, evenals de versnaperingen en de bestedingen bij de giftshops in attractieparken en leisurevoorzieningen.

3.2 Effecten combinatiebezoek HOM

In de analyse van het combinatiebezoek wordt onderscheid gemaakt tussen de bezoekers die van buiten de regio komen (> 30 autominuten) en die van binnen de regio (< 30 autominuten) komen. Achterliggende gedachte is dat de uitgaven van de bezoekers van de HOM van buiten de regio, nieuw zijn voor de regio.

Bij de bezoekers van binnen de regio gaan we er grofweg van uit dat de bestedingen tijdens het combinatiebezoek anders ook in de regio terecht waren gekomen. Bijvoorbeeld een inwoner van Den Haag, die na een bezoek aan de HOM naar het Stadshart in Zoetermeer gaat en dan geen bezoek brengt aan de eigen binnenstad. Dit betekent dat de bestedingen tijdens het combinatiebezoek van deze bezoekers niet tot extra bestedingen in de regio leiden, maar tot verschuivingen binnen de regio.

Daarnaast wordt in de analyses onderscheid gemaakt tussen bezoekers van buiten en van binnen de regio, omdat bij bezoekers van buiten de regio het combinatiebezoek en de uitgaven per bezoek groter zijn, dan bij de bezoekers die van dichterbij komen. Bezoekers die een grotere reisafstand afleggen komen immers eerder voor een dagje uit dan bezoekers binnen de regio, die vaker kiezen voor een winkelbezoek tijdens een dagdeel.

² Bron: Monitorreeks bezoekersonderzoek Stadshart Lelystad (2001-2016) en database bestedingen centrumgebieden.

³ Bron: analyse entreprijzen, CVTO 2009 en Effectanalyse FOC Bleizo, BRO 2011.

3.2.1 Effecten bovenregionaal combinatiebezoek

De hiernavolgende tabel geeft het combinatiebezoek van de bezoekers van de HOM afkomstig van buiten de regio weer. Dit combinatiebezoek is ingeschat op basis van de reistijd tussen de HOM en het desbetreffende centra en de specifieke aantrekkingskracht van deze centra en op basis van ervaringen bij de bestaande Nederlandse FOC's. Uit verschillende onderzoeken blijken bezoekers in Roermond tussen de 25-45% combinatiebezoeken te doen.

Wij richten ons hier specifiek op de *bovenregionale* bezoekers en gaan uit van een percentage van 30% combinatiebezoek met het Stadshart. Bezoekers van buiten de regio combineren in de regel meer dan bezoekers van binnen de regio. Zij hebben er een reisje voor over. Rekening houdend met de afstand tussen de HOM en de Dorpsstraat, het voorzieningenaanbod aan de Dorpsstraat en ervaringen elders (onder andere winkelcentra en voorzieningen Lelystad), zal het combinatiebezoek met de Dorpsstraat een stuk kleiner zijn dan met het Stadshart en wordt uitgegaan van 1%.

Voor bezoekers van *binnen* de regio wordt uitgegaan van een combinatiebezoek van 20% (zie paragraaf 3.2.2). Indien het combinatiebezoek van de bovenregionale en regionale bezoekers bij elkaar wordt genomen ligt het combinatiebezoek van alle bezoekers van de HOM met het Stadshart, rond de 22%. Dit is lager dan het totale combinatiebezoek tussen het DOC en het centrum van Roermond dat tussen de 25 en 45% ligt.

In de hiernavolgende tabel 3.1 gaat het specifiek om het combinatiebezoek van de *bovenregionale* bezoekers. Zij zorgen voor nieuwe omzet in de regio. Zoals aangegeven gaan wij later in paragraaf 3.2.2. specifiek in op het regionale combinatiebezoek. Dan gaat het niet om nieuwe omzet voor de regio, maar om verschuivingen binnen de regio

gebied/voorzieningen	% combinatiebezoek bovenregionale bezoekers
Stadshart Zoetermeer	30%
Dorpsstraat Zoetermeer	1%
Binnenstad Den Haag	5%
Binnenstad Leiden	4%
Binnenstad Rotterdam	3%
Binnenstad Delft	2%
Binnenstad Gouda	2%
overige centra en winkelgebieden regio	3%
overige leisurevoorzieningen regio	5%

* Aantrekkelijkheid voorzieningen: gebaseerd op Locatus en Vitaliteitsbenchmark Goudappel Coffeng.

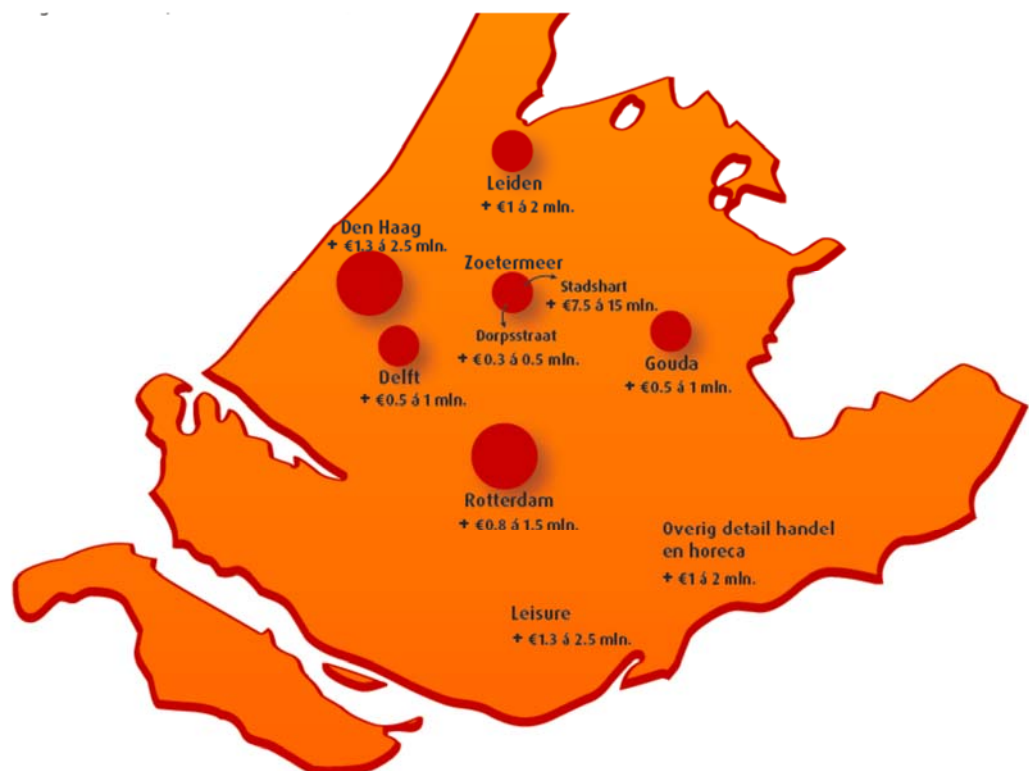
** Bron reistijd: Nationale Bereikbaarheidskaart.

*** Onder meer gebaseerd op Bezoekers- en consumentenonderzoek Roermond (BRO 2011), belevingsonderzoek verbinding DOC en binnenstad Roermond (Eyckveld 2015).

Tabel 3.1: Combinatiebezoek bovenregionale bezoekers HOM

De omvang van de bestedingen van de bezoekers van de HOM tijdens het combinatiebezoek bij de bestaande voorzieningen in Zoetermeer en regio zijn weergegeven in figuur 3.2 en uitgewerkt in bijlage 2. Figuur 3.2 laat zien dat het *bovenregionale* combinatiebezoek de winkel-, horeca- en leisurevoorzieningen in Zoetermeer en regio circa 14 tot 28 miljoen euro nieuwe omzet per jaar oplevert. Het grootste deel komt ten goede aan het Stadshart van Zoetermeer (circa 7,5 tot 15 miljoen euro). Het bovenregionale combinatiebezoek levert de Dorpsstraat circa 0,3 tot 0,5 miljoen euro op. Deze uitgaven zullen vanwege het sterke aanbod aan horeca in de Dorpsstraat, in deze straat met name aan de horecavoorzieningen ten goede komen. Daarnaast biedt het een kans voor de speciaalzaken die hier relatief goed zijn vertegenwoordigd.

Buiten Zoetermeer zijn het vooral de (grotere) binnensteden van Den Haag, Leiden, Rotterdam, Delft en Gouda die profiteren van de bestedingen tijdens het combinatiebezoek.



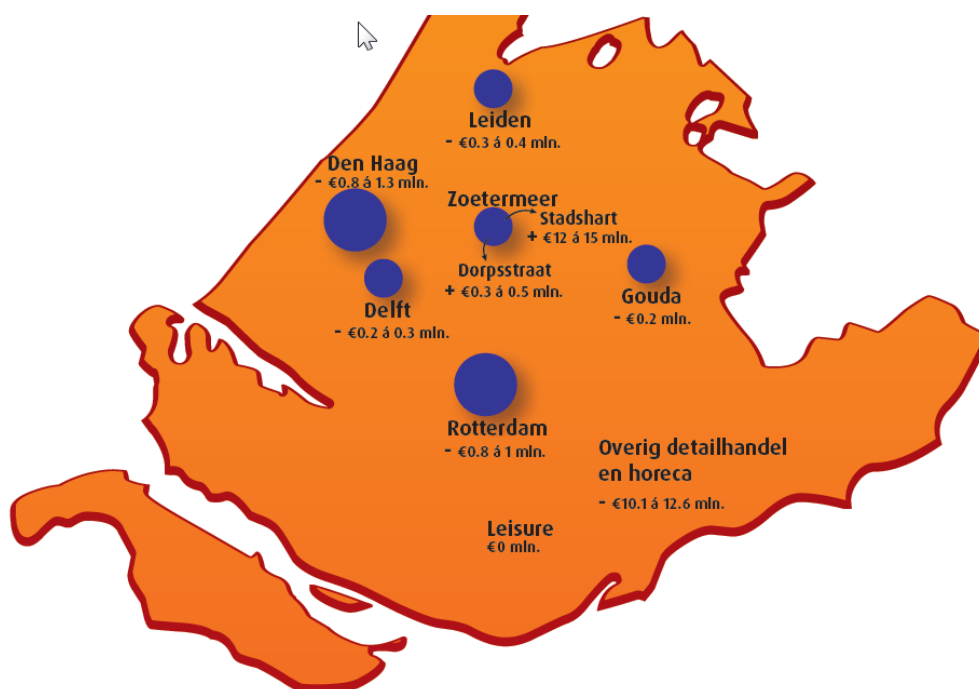
Figuur 3.2: Effecten bovenregionaal combinatiebezoek

3.2.2 Effecten regionaal combinatiebezoek

Bij de effecten van het combinatiebezoek van de bezoekers van de HOM van *binnen* de regio (< 30 autominuten) is er zoals aangegeven van uitgegaan dat de bestedingen tijdens het combinatiebezoek geen nieuwe omzet voor de regio opleveren, maar omzetverschuivingen binnen de regio betreffen. Bijvoorbeeld een bezoeker van de HOM uit

Den Haag die aansluitend naar het Stadshart in Zoetermeer gaat en daar de euro's uitgeeft in plaats van in het eigen centrum.

De hiernavolgende figuur 3.3 laat zien dat het combinatiebezoek van de regionale bezoekers van de HOM, het Stadshart 12 tot 15 miljoen euro oplevert. In bijlage 2 is de onderliggende berekening uitgewerkt. Figuur 3.3. laat tevens zien dat deze (substantiële) winst voor het Stadshart, leidt tot (kleine) verliezen bij de andere centra in de regio.



Figuur 3.3: Effecten regionaal combinatiebezoek

Terugwinnen regionale afvloeiing naar FOC's buiten regio

Behalve dat er meer bezoekers van buiten de regio naar de HOM komen, kan ook geredeneerd worden dat met de ontwikkeling van de HOM de inwoners in de regio minder zullen uitwijken naar FOC's in bijvoorbeeld Lelystad en Roosendaal en er ook minder combinatiebezoek buiten de eigen regio plaats zal vinden. De afvloeiing vanuit de regio naar FOC's en winkelgebieden buiten de eigen regio, zal met de HOM afnemen.

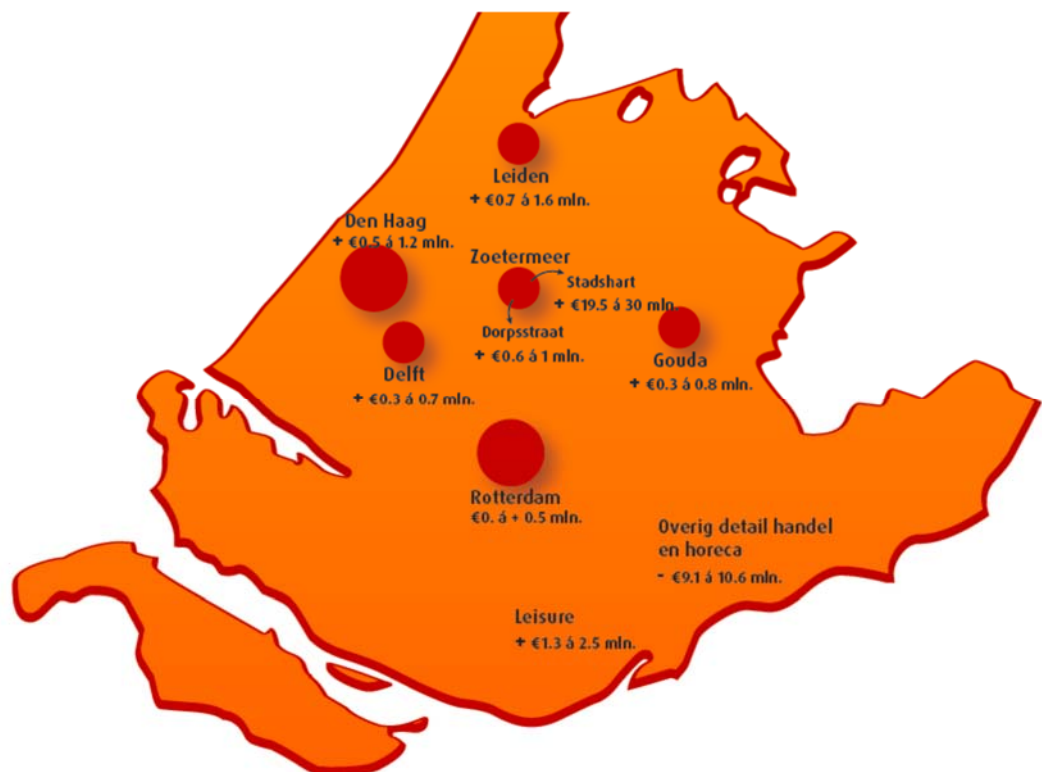
De 'winst' voor de regio van het terugwinnen van deze afvloeiing laat zich moeilijk precies becijferen. Heel indicatief zou gedacht kunnen worden aan circa 1 tot 2 miljoen euro aan uitgaven tijdens combinatiebezoek, dat met de HOM niet uit de regio verdwijnt⁴. Vanwege het indicatieve karakter is deze mogelijke winst niet in de analyses en figuren opgenomen.

⁴ Voor uitwerking indicatie, zie bijlage 2.

3.3 Per saldo effecten combinatiebezoek

In de vorige analyses is duidelijk geworden dat de uitgaven tijdens het combinatiebezoek van de bezoekers van de HOM van buiten de regio (> 30 minuten) nieuw zijn voor de regio en dat de bestedingen van bezoekers van binnen de regio (< 30 minuten) zorgen voor verschuivingen binnen de regio.

Figuur 3.4 laat het per saldo effect van het bovenregionale en regionale combinatiebezoek voor Zoetermeer en de regio zien.



Figuur 3.4: Per saldo effecten bovenregionaal en regionaal combinatiebezoek

Op basis van de analyses van de effecten van het combinatiebezoek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Het combinatiebezoek van de *bovenregionale* bezoekers van de HOM (> 30 auto-minuten) levert Zoetermeer en de regio nieuwe omzet op (14-28 miljoen euro).
- Het Stadshart in Zoetermeer krijgt een forse impuls door het combinatiebezoek van de *bovenregionale* bezoekers van de HOM, maar ook van de *regionale* bezoekers die naar de HOM komen. Voor het Stadshart gaat het om een omzetimpuls van in totaal 20 tot 30 miljoen euro. Dit betekent indicatief een omzetimpuls door het combinatiebezoek van 5 à 10% voor het Stadshart⁵.

⁵ Omzetimpuls combinatiebezoek afgezet tegen omzet detailhandel Stadshart (Koopstromenonderzoek Randstad 2011) en inschatting horeca omzet Stadshart op basis van kengetallen.

- Het *bovenregionale en regionale* combinatiebezoek zorgt per saldo voor een positief effect voor de Dorpsstraat (0,6-1 miljoen euro) en een per saldo klein positief effect voor de binnensteden van Den Haag, Leiden, Delft, Rotterdam en Gouda. Het positief effect voor deze binnensteden varieert in het maximale scenario van 0,7 miljoen euro (Delft) tot 1,6 miljoen euro (Leiden). Het gaat hier om een relatief klein effect op de totale omzet van deze binnensteden (< 1%). Voor de overige winkelgebieden in de regio is per saldo sprake van een klein negatief effect (< 1%). Het totale negatieve effect (10,6 miljoen euro) wordt verdeeld over veel gemeenten en winkelcentra.

4

Betekenis voor toeristisch recreatief product

4.1 De kracht van de HOM

De HOM trekt 1 tot 2 miljoen nieuwe bezoekers op jaarbasis van buiten de regio. Daarbij is de HOM een all weather consumentenvoorziening en versterkt hiermee het toeristisch recreatief product van Zoetermeer en de regio.

De ervaring leert dat in een regio al aanwezige verblijfstoeristen en dagtoeristen, graag een bezoek brengen aan een FOC. Voor verblijfstoeristen geldt dit vooral wanneer de weersomstandigheden minder zijn. Voor bijvoorbeeld de verblijfsrecreanten aan de kust, vormt de HOM een aantrekkelijk bezoekdoel wanneer het geen strandweer is.

Bijkomend voordeel voor het toeristisch product is dat een FOC ook zorgt voor bezoekers en activiteiten buiten het hoogseizoen. De spreiding wordt hierdoor bevorderd.

4.2 Voorbeelden bestaande FOC's

Naast het simpelweg aantrekken van zowel dag- als verblijfstoeristen gaan de effecten van de HOM verder. Het totale toeristisch-recreatieve product van Zoetermeer en omgeving krijgt een impuls. Hierna schetsen wij enkele voorbeelden van mogelijke impulsen bij bestaande FOC's.

4.2.1 Batavia Stad - Lelystad

De opening van Batavia Stad heeft Lelystad meer bekendheid gebracht en positief op de kaart gezet. De ontwikkeling van Batavia Stad heeft daarnaast als katalysator van de ontwikkeling van het kustgebied van Lelystad gediend en onder meer de aangrenzende Bataviawerf een impuls gegeven. Maar de effecten gaan verder en zijn breed en divers. Enkele voorbeelden van deze 'brede' effecten:

- De havens in Lelystad en aan het IJsselmeer kennen een negatieve ontwikkeling in het aantal aanmerende boten. Uitzondering hierop vormt Batavia Haven (nabij Batavia Stad) waar nog een groei plaatsvindt.

- In de nieuwe woonwijk Warande, nabij Batavia Stad, geven inwoners in een imago-onderzoek aan de aanwezigheid van Batavia Stad aantrekkelijk te vinden en als positief punt van Lelystad te ervaren.

4.2.2 DOC Roermond

DOC Roermond staat aangemerkt als één van de meest succesvolle outlet centra in Europa. Op jaarbasis komen hier al ruim 5 miljoen bezoekers, terwijl de laatste uitbreidingsfase nog niets is afgerond. Uit onderzoek⁶ blijkt dat de consument over het algemeen het DOC niet voor een specifiek product bezoekt, maar komt om recreatief te winkelen, een dagje uit dus.

Het gros van de bezoekers komt uit Duitsland (50%) en Nederland (33%). Daarnaast komt 6% van de bezoekers uit België en circa 11% uit overige landen. De laatste jaren is het bezoekers- en omzetaandeel uit landen van buiten de Europese Unie (met name China) fors toegenomen. Het bezoekersaandeel van deze groep bedroeg in 2013 9%, terwijl het omzetaandeel 13,5% bedroeg. Dit internationale bezoekersaandeel wijkt fors af van de Nederlandse winkel(centrum)gebieden.

4.2.3 Rosada Roosendaal

Provast gaat uit van een Factory Outlet Center dat qua aanbod en kwaliteit vergelijkbaar is met Batavia Stad in Lelystad en het Designer Outlet Center in Roermond en heeft weinig raakvlakken met Rosada in Roosendaal. Ondanks dat Rosada qua aanbod, aantrekkingskracht en bezoekersaantallen achter blijft bij Batavia Stad en het DOC in Roermond, is ook Rosada in trek bij toeristen. Van alle bezoekers, komt ruim 65% uit het buitenland⁷. Ook in de toeristische beleidsnota van de gemeente Roosendaal worden de mogelijkheden van Rosada herkend⁸:

- De ruim één miljoen bezoekers van Rosada bieden volop potentieel voor andere (toerisme)voorzieningen in Roosendaal. De bezoekduur en het bezoekmotief bieden goede aanknopingspunten om dit potentieel te benutten. Gezamenlijke marketing is daarbij een sleutelfactor.
- Funshoppen is één van de belangrijkste activiteiten voor verblijfstoeristen in West-Brabant en Roosendaal. Uitbreiding van de mogelijkheden in tijd, diversiteit en beleving betekent een grote impuls voor toerisme met een navenant economisch effect.

4.3 Conclusies toeristisch-recreatief product

- De Holland Outlet Mall is een consumententrekker tijdens alle seizoenen en weertypes en zorgt voor 1 tot 2 miljoen nieuwe bezoekers voor de regio.

⁶ Onder andere Economische Effecten DOC fase 4. Een verkenning van te verwachten effecten op de bestaande detailhandel. Definitief rapport: Jazz City Leisure BV, Jazz City BV en MGE-RB Roermond Phase 4 BV, april 2013.

⁷ Bron: BN De Stem 24 juli 2015 - Rosada Fashion Outlet Roosendaal is attractief uitje voor toeristen.

⁸ Bron: Toerisme in de gemeente Roosendaal, Grontmij 2012.

- De HOM zorgt voor een regionale aantrekkingskracht buiten het toeristische seizoen en een alternatieve bestemming binnen het toeristisch seizoen.
- Bestaande FOC's (Lelystad, Roermond en Roosendaal) zorgen voor een grote aantrekkingskracht op bezoekers, voorzieningen in de omgeving en het imago van de stad.

5

Effect op OV-gebruik

5.1 OV-gebruik bij FOC's

Het OV-gebruik bij de drie huidige FOC's in Nederland is extreem laag en bedraagt nog geen 2% van het bezoekersaandeel. Enerzijds zijn de FOC's relatief slecht bereikbaar met het OV, zeker per trein. Alleen DOC Roermond is op loopafstand van het treinstation gelegen. Anderzijds blijken FOC-bezoekers zeer autogericht. Dit hangt ook in sterke mate samen met de goede autobereikbaarheid van deze winkelgebieden.

5.2 Huidig OV-gebruik Zoetermeer

Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 blijkt dat 6% van de winkelbezoekers het Stadshart Zoetermeer per OV bezoekt. Het winkelcentrum is goed bereikbaar via de Randstadrail met een hoge frequentie en meerdere haltes.

5.3 Potentie OV-gebruik HOM

Voor de HOM geldt dat de OV-potentie groter is dan voor de bestaande FOC's. Desondanks blijven bezoekers van een FOC in sterke mate gericht op de auto. Een realistische inschatting is dat circa 5% van de bezoekers met het OV zal komen. Dit betekent circa 250.000-350.000 extra OV-bezoekers. Deze bezoekers reizen vooral buiten de spitsperiode. Het gaat dan in sterke mate om de weekenden waar dit extra bezoekerspotentieel gebruik van maakt.

Bij de inschatting van het OV-gebruik van 5% dient bedacht te worden dat in deze inschatting geen rekening is gehouden met mogelijke maatregelen om het OV-gebruik te stimuleren. Op het moment dat hier vol op wordt ingezet, kan het OV-gebruik toenemen.

6

Effect op werkgelegenheid

De realisatie van de HOM heeft op vier niveaus effect op de wijziging in het aantal banen:

1. Extra werkgelegenheid door bezoekers van buiten de regio.
2. Minder banen door sluiting winkels Woonhart.
3. Extra werkgelegenheid door terugwinnen koopkrachtafvloeiing naar FOC's buiten de regio.
4. Tijdelijke werkgelegenheid bij bouw HOM.

6.1 Extra structurele werkgelegenheid

De bezoekers van de HOM van buiten de regio zorgen voor circa 350-700 fte extra directe en indirecte nieuwe werkgelegenheid. Deze groei is gebaseerd op de bovenregionale omzet in de HOM zelf en de omzetimpuls door bovenregionaal combinatiebezoek (zie bijlage 3).

De winst in werkgelegenheid bij de HOM als gevolg van de bestedingen van de bezoekers van binnen de regio kan daarentegen elders in de regio leiden tot verlies van werkgelegenheid. De bestedingen van bezoekers van binnen de regio leiden tot verschuivingen in omzet en werkgelegenheid. De mate waarin en waar dat gebeurt, is afhankelijk van de omzetverschuivingen zoals die in het regionale behoefteonderzoek⁹ in kaart zijn gebracht en de effecten van het combinatiebezoek. Voor het Stadshart geldt dat de regionale verschuivingen (omzetverschuivingen regionale behoefteonderzoek en combinatiebezoek) per saldo leiden tot een positief effect op de omzet en werkgelegenheid. Voor het voorzieningenaanbod in de Dorpsstraat geldt dit in beperkte mate en dan met name voor de horeca. Voor de gemeenten in de regio zullen de verschuivingen zoals beschreven in het regionale behoefteonderzoek¹⁰ in sterkere mate van invloed zijn op de werkgelegenheid dan de effecten van het combinatiebezoek.

⁹ Regionale behoefte en effecten Holland Outlet Mall Zoetermeer, DTNP 2016.

¹⁰ Regionale behoefte en effecten Holland Outlet Mall Zoetermeer, DTNP 2016.

Daarbij dient bedacht te worden dat de omzetverschuivingen niet één-op-één zijn door te vertalen naar verschuivingen in de werkgelegenheid. De reactie van het aantal banen als gevolg van omzetontwikkelingen is onder meer afhankelijk van personeelssamenstelling en kostenstructuur van een bedrijf. Indien werkgelegenheidseffecten optreden in de regio is de kans groter dat dit plaatsvindt in branches (mode en sport) en marktsegmenten (midden/hoog), die in het HOM worden aangeboden.

In zijn totaliteit bezien zorgen kortom de bestedingen van bezoekers van de HOM van binnen de regio tot verschuivingen van omzet en werkgelegenheid binnen de regio en leveren de bezoekers van buiten de regio nieuwe omzet en werkgelegenheid op. De 350-700 extra fte voor de regio zijn het gevolg van de bestedingen van de bezoekers van buiten de regio in en rond de HOM die nieuw zijn voor de regio.

6.2 Minder afvloeiing naar FOC's buiten regio

Met de ontwikkeling van de Holland Outlet Mall zal de afvloeiing van de inwoners van Zoetermeer en regio naar andere FOC's als Batavia Stad en Rosada afnemen. Hierdoor blijft er meer omzet en werkgelegenheid in de regio. Het effect op de omzet en werkgelegenheid laat zich moeilijk voorspellen en kwantificeren (zie ook paragraaf 3.2). Ook hier kan er wel indicatief iets gezegd worden. In bijlage 3 is indicatief het effect van verminderen van omzetafvloeiing naar FOC's buiten de regio en het aanvullende combinatiebezoek berekend op circa 100 fte aan directe en indirecte werkgelegenheid.

6.3 Minder banen Woonhart

Het is op dit moment niet te voorspellen hoeveel winkels in het Woonhart niet meer terugkeren in Zoetermeer of de regio (zie hoofdstuk 7). Wel kan er indicatief iets gezegd worden over het verlies aan werkgelegenheid. Wanneer bijvoorbeeld de helft van de winkels sluit in het Woonhart en binnen de regio niet meer terugkomt, bedraagt het banenverlies circa 40 fte. In bijlage 3 staat de achterliggende berekening vermeld.

6.4 Tijdelijke werkgelegenheid bij bouw HOM

De realisatie van een groot project als een FOC levert tijdelijk en eenmalig extra directe en indirecte werkgelegenheid op bij de bouw van het HOM. Op basis van informatie bij bestaande FOC's gaat dit bij een grove indicatie om in totaal circa 500 arbeidsjaren directe en indirecte werkgelegenheid. Zie ook bijlage 3 voor de achterliggende berekeningen.

Effect woonbranche

7.1 Huidige positie Woonhart

De positie van woonboulevards in Nederland staat al jarenlang onder druk. Nederland telt 130 woonboulevards waarvan meer dan de helft onvoldoende functioneert. Dit is terug te zien in achterblijvende bezoekersaantallen en omzetten, toenemende leegstand en transformatie naar andere functies.

InRetail geeft aan dat woonboulevards een verouderd concept zijn. In Nederland is op termijn plaats voor 30 tot 40 woonboulevards. Slechts de grootste (minimaal 50.000 m²) en meest complete woonboulevards (alles voor in en om het huis) zijn toekomstbestendig.

Het Woonhart in Zoetermeer herbergt 20 winkelvestigingen met een omvang van 19.950 m² wvo. Hiervan staan drie panden leeg (circa 3.000 m² wvo¹¹) en ook in het Woonhart is sprake van transformatie naar andere functies dan woonartikelen. Dit betekent dat de indicatoren voor een toekomstbestendig functioneren van het Woonhart negatief zijn.

Dit wordt bevestigd in de Visie binnenstad Zoetermeer 2030: Het Woonhart is relatief klein en herbergt geen volledig aanbod. In de visie staat nadrukkelijk dat transformatie noodzakelijk is om onderscheidend te blijven.

Ook deden InRetail en Ecorys¹² onderzoek naar het Woonhart en concludeerden dat een forse verandering noodzakelijk is om toekomstbestendig te blijven. Zij concluderen dat de realisatie van een FOC een serieuze optie is om te onderzoeken.

¹¹ Bron: Locatus, gegevens gemeente Zoetermeer.

¹² Bron: Ecorys/InRetail. Woonhart Zoetermeer, Naar een toekomstbestendige positionering, in opdracht van beleggingsmaatschap Woonhart, 22 augustus 2014.

7.2 Toekomst winkels Woonhart

Voor de bestaande winkels in het Woonhart zijn bij een transformatie naar de HOM simpel geredeneerd, de volgende opties mogelijk:

- verplaatsen naar andere woonboulevards in de regio;
- verplaatsing naar het Stadshart (afhankelijk van oppervlakte leegstaande winkels en huurprijs);
- verplaatsing naar Dorpsstraat of bedrijventerrein Zoetermeer;
- bedrijfsbeëindiging.

De sluiting van het Woonhart biedt met deze opties potentie voor onder andere het Stadshart en bestaande woonconcentraties in de regio om bedrijfsverplaatsingen op te vangen. Voor de ondernemers in het Woonhart is het van belang om in goed overleg met de eigenaren, beleggers en gemeente afspraken te maken.

7.3 Gevolgen voor de consument

Voor de consument betekent de transformatie van het Woonhart mogelijk een afname van het aanbod aan woninginrichting in Zoetermeer. Desondanks blijft voor de consument ruime keus in de regio beschikbaar. Onder meer de Rijneke Boulevard Zoeterwoude, WOON en de Baanderij Leiderdorp zijn woonconcentraties binnen afzienbare afstand.

8

Effect sociale veiligheid

8.1 Sociale veiligheid bestaande FOC's

Factory Outlet Centers kennen één management, dat garant staat voor een belangrijk speerpunt van een FOC: schoon, netjes en veilig. De FOC's investeren fors in dit speerpunt. Dit in tegenstelling tot veel centrumgebieden, waar diverse eigenaren betrokken zijn en het lastig is middelen vrij te maken en strak toezicht te houden

De FOC's hebben sociale veiligheid hoog in het vaandel. Zo heeft DOC Roermond bijvoorbeeld een eigen beveiligingsdienst en 24/7 cameratoezicht. Ook in het 'Belevingsonderzoek verbinding DOC - binnenstad Roermond (Eyckveld 2015) wordt geconstateerd dat de sociale veiligheid op en rond het DOC hoog is.

Batavia Stad (Lelystad) kent eveneens haar eigen beveiligingsdienst en cameratoezicht. Uit recent onderzoek (juli 2016) onder inwoners van Lelystad worden voor Batavia Stad (sociale) veiligheidsaspecten geen enkele keer als zwak punt genoemd in tegenstelling tot overige winkelgebieden. Tevens zijn geen meldingen bekend van onveiligheid of hangjongeren.

8.2 Sociale veiligheid HOM

Ook voor de HOM geldt dat met één management goed gezorgd kan worden voor een sociaal-veilig Factory Outlet Center en omgeving. Hierdoor is het mogelijk een aanzienlijke verbetering te bereiken ten opzichte van de huidige situatie bij het Woonhart. Bij woonboulevards is de sociale veiligheid landelijk gezien minder dan bij FOC's.

Bijlage 1

Centra en voorzieningen Zoetermeer en regio

In deze bijlage zijn de centra en voorzieningen in Zoetermeer en omgeving weer-gegeven. In de eerste tabel vindt u een overzicht van de belangrijkste centrumgebieden in de regio en in de tweede tabel van de leisurevoorzieningen.

centrumgebied	winkels	leisure	totaal
S-Gravenhage	368	551	919
Rotterdam	377	513	890
Leiden	195	370	565
Delft	117	244	361
Dordrecht	158	195	353
Gouda	107	140	247
Vlaardingen	76	88	164
Gorinchem	72	86	158
Schiedam	64	92	156
Alphen aan den Rijn	80	68	148
Spijkensisse	79	54	133
Noordwijk Zuid-Holland	58	67	125
Katwijk Zuid-Holland	68	43	111
Naaldwijk	69	40	109
Lisse	61	45	106
Oud-Beijerland	63	40	103
Zoetermeer Stadshart	80	44	124
Zoetermeer Dorpsstraat	36	46	82

Tabel B1.1: Centra Zoetermeer en regio

naam	plaats	gemeente	soort
Kinderdijk	Kinderdijk	Alblasserwaard	Maalnetwerk aan Kinderdijk - Elshout
Vogelpark Avifauna	Alphen aan den Rijn	Alphen aan den Rijn	Dierenpark (vogels)
Ikea	Barendrecht	Barendrecht	Woonwarenhuis
Ikea	Delft	Delft	Woonwarenhuis
Binnenhof	Den Haag	Den Haag	Nederlandse politiek
Familiepark Drievliet	Den Haag	Den Haag	Attractiepark
Madurodam	Den Haag	Den Haag	Nederlandse miniatuurstad
Mauritshuis	Den Haag	Den Haag	Museum Koninklijk Kabinet
Vredespaleis	Den Haag	Den Haag	Internationaal gerechtshof
AFAS Circustheater	Scheveningen	Den Haag	Stage entertainment theater
Holland Casino	Scheveningen	Den Haag	Casino
Kurhaus	Scheveningen	Den Haag	Grand Hotel
Strand Kijkduin/Scheveningen	Scheveningen/Kijkduin	Den Haag	Strand
Naturalis	Leiden	Leiden	Natuurhistorisch museum
Rijksmuseum van Oudheden	Leiden	Leiden	Nationaal archeologiemuseum
Keukenhof	Lisse	Lisse	Bloemenpark
Ahoy	Rotterdam	Rotterdam	Concert, muziek
Alexandrium	Rotterdam	Rotterdam	Groot winkelcentrum
Diergaarde Blijdorp	Rotterdam	Rotterdam	Dierentuin
Euromast	Rotterdam	Rotterdam	Hoogste toren van Nederland
Markthal	Rotterdam	Rotterdam	Woon- en winkelgebouw
Tweede Maasvlakte (Futureland)	Rotterdam	Rotterdam	Uitbreidingsproject Haven Rotterdam
Zuidplein	Rotterdam	Rotterdam	Groot winkelcentrum
Duinrell	Wassenaar	Wassenaar	Attractiepark en kamperen
Boerderij het Geertje	Zoeterwoude	Zoeterwoude	Biologische Boerderij met winkel en restaurant. Educatie en spelen
Snowworld	Zoetermeer	Zoetermeer	Skihal
SilverDome	Zoetermeer	Zoetermeer	Schaatshal
Ayers Rock	Zoetermeer	Zoetermeer	Klimtoren
Westerpark	Zoetermeer	Zoetermeer	Onder andere bowling, speeltuin

Tabel B1.2: Leisurevoorzieningen Zoetermeer en regio

Bijlage 2

Effecten combinatiebezoek

Effecten bovenregionaal combinatiebezoek

In tabel B2.1 zijn de effecten van het combinatiebezoek van de bezoekers van de HOM van buiten de regio, voor de winkel-, horeca- en leisurevoorzieningen in de regio weer-gegeven.

	HOM 31.000 m ²
aantal bezoekers van binnen regio (>30 minuten)	1-2 miljoen
% combinatiebezoek Zoetermeer en regio*	55%
aantal combinatiebezoeken	550.000-1,1 miljoen
bestedingen per combinatiebezoek	€ 25
totaal bestedingen combinatiebezoek	14-28 miljoen euro

* Zoetermeer: Stadshart 30%, Dorpsstraat 1%, Centra regio: Den Haag 5%, Leiden 4%, Rotterdam 3%, Delft 2%, Gouda2%, overig 3%, leisurevoorzieningen 5%

Tabel B2.1: Nieuwe omzet regio door combinatiebezoek bezoekers HOM van buiten de regio

Effecten regionaal combinatiebezoek

In tabel B2.2 zijn de effecten van het combinatiebezoek van de regio voor het Stadshart weergegeven

HOM 31.000 m ²	
aantal bezoekers HOM van binnen regio (< 30 minuten)*	4-5 miljoen
% combinatiebezoek met Stadshart Zoetermeer**	0%
aantal combinatiebezoeken	800.000-1 miljoen
bestedingen per combinatiebezoek**	€ 15
totaal bestedingen Stadshart***	12-15 miljoen euro
* Op basis van rapport: Herkomst bezoekers Holland Outlet Mall (DTNP, 2015), bedraagt het aantal bezoekers van de HOM binnen de regio 5 miljoen. Afhankelijk van het al dan niet doorgaan van Sugar City houden wij een bandbreedte aan van 4 á 5 miljoen bezoekers aan	
** Combinatiebezoek bezoekers regio is lager dan bezoekers van buiten regio (gebaseerd op bezoekgedrag bestaande FOC's en winkelgebieden). Hetzelfde geldt voor bestedingen tijdens combinatiebezoek.	
*** Winst Stadshart betreft verschuiving vanuit andere gemeenten binnen regio. Bij mate van verschuiving is uitgegaan van inwoneraantal betreffende gemeente en huidige kooporiëntatie (Koopstromenonderzoek Randstad 2011). Verschuivingen zijn weergegeven in figuur 3.3 paragraaf 3.2.2 hoofdrapport.	

Tabel B2.2: Omzetverschuiving naar Stadshart Zoetermeer door combinatiebezoek van bezoekers van binnen de regio

Effect terugwinnen afvloeiing combinatiebezoek bij FOC's buiten regio

In tabel B2.3 is een grove indicatie gegeven van het mogelijke effect van het terugwinnen van de afvloeiing door combinatiebezoek bij FOC's buiten de regio, door de ontwikkeling van de HOM

	HOM 31.000 m²
aantal combinatiebezoeken buiten regio zonder HOM*	45.850-91.700
bestedingen per combinatiebezoek	€ 25
indicatie potentieel terugwinnen uitgaven combinatiebezoek buiten regio	1,1-2,3 miljoen euro

* Op basis van rapport: Herkomst bezoekers Holland Outlet Mall (DTNP, 2015), uitgaan van 3.275.000 inwoners binnen 30 minuten HOM, die zonder HOM 0,14 x per jaar naar FOC buiten regio gaan (Batavia Stad, Rosada) en 10% tot 20% combinatiebezoek doen

Tabel B2.3: Indicatie mogelijk effect terugwinnen afvloeiing combinatiebezoek

Bijlage 3

Werkgelegenheids- effecten

Extra structurele werkgelegenheid

	1 miljoen bezoekers > 30 minuten	2 miljoen bezoekers > 30 minuten
direct outlet horeca en detailhandel*	204	408
multiplier 0,28 indirect outlet**	57	114
<i>subtotaal outlet</i>	<i>261</i>	<i>522</i>
+ combi detailhandel en horeca***	79	158
+ combi leisure****	13	25
<i>subtotaal outlet en combinatiebezoek</i>	<i>353</i>	<i>705</i>

* Directe werkgelegenheid wordt als voorbeeld berekend bij 1 miljoen bovenregionale bezoekers:

Detailhandel: 1 miljoen bezoekers x € 30,- per bezoek = 30 miljoen omzet. 30 miljoen omzet gedeeld door € 180.000,- omzet per fte (bron: Detailhandel.info) = 166 banen.

Horeca: 1 miljoen bezoekers x € 4,- per bezoek = 4 miljoen omzet. 4 miljoen omzet gedeeld door € 104.000,- omzet per fte (bron: Horeca Nederland) = 38 banen.

166+38 banen = 204 banen. Bij 2 miljoen bovenregionale bezoekers is het dezelfde berekening x2.

** De multiplier voor indirecte werkgelegenheid bij een FOC bedraagt 0,28 (204 x 0,28 = 57 extra fte). Bron: detailhandel.info.

*** 1 miljoen bovenregionale bezoekers, waarvan 50% een combinatiebezoek doet en gemiddeld € 20,- uitgeeft in detailhandel in overige winkelgebieden. 1 miljoen x € 20,- x 50% = € 10 miljoen/€ 108.000,- per fte = 55 extra fte.
Voor horeca 1 miljoen x € 5,- x 50% = 2,5 miljoen/€ 104.000,- per fte = 24 extra fte.
55 + 24 = 79 fte.

**** Leisure: extra omzet = 1,3-2,5 miljoen (zie hoofdstuk 3)/€ 100.000,- per fte (bron: Horeca Nederland) = 13-25 extra fte.

Tabel B3.1: Structurele werkgelegenheidseffecten HOM

Indicatie effect behoud koopkracht door aanwezigheid FOC in regio

Mede op basis van rapport: Herkomst bezoekers Holland Outlet Mall (DTNP, 2015), gaan wij uit van 3.275.000 inwoners binnen 30 minuten HOM, die zonder HOM 0,14 x per jaar naar FOC's buiten regio gaan (Batavia Stad, Rosada) en gemiddeld € 30,- - € 35,- per bezoek uitgeven. Op basis van deze aannames vloeit er circa 15 miljoen euro af naar outlets buiten de regio. Inclusief de uitgaven tijdens het aanvullende combinatiebezoek buiten de regio van 1 à 2 miljoen¹³, zou indicatief 16 à 17 miljoen met de HOM terug gewonnen kunnen worden en hiermee circa 100 fte aan directe en indirecte werkgelegenheid.

Verdwijnen banen van Woonhart

Momenteel herbergt het Woonhart circa 19.500 m² wvo. Ervan uitgaande dat circa de helft van de meters niet terugkomt in de regio betekent dit een afname van 9.750 m² wvo. De gemiddelde omzet per m² bedraagt € 946,- per m²¹⁴. Dit betekent een fictief omzeteffect van 9.750 m² wvo x € 946 = € 9,2 miljoen euro. De omzet per fte bedraagt € 222.000 per fte (bron:Detailhandel.info). Dit betekent circa 40 fte werkgelegenheid.

Tijdelijke werkgelegenheid realisatie HOM

De bouw van de HOM levert tijdelijke werkgelegenheid op. Uitgaande van de realisatie van een FOC van uiteindelijk 31.000 m² bedraagt deze tijdelijke werkgelegenheid door de gefaseerde bouw van de HOM op basis van algemene en grove kengetallen¹⁵ circa 500 arbeidsjaren. Afhankelijk van het ambitie- en investeringsniveau kunnen de 500 arbeidsjaren hoger of lager uitvallen.

¹³ Zie paragraaf 3.2 en bijlage 2.

¹⁴ Bron: Detailhandel.info.

¹⁵ Uitgaande van € 1.450 investering per m², gemiddelde netto-omzet per fte hoofd- en onderaannemers van € 184.000 en verhouding directe en indirecte werkgelegenheid van 1:1 zie ook Bijlagenrapport FOC Oost - Groningen, DTNP 2012).

Vestiging Den Haag
Casuariestraat 9a
2511 VB Den Haag
T (070) 305 30 53

www.goudappel.nl
goudappel@goudappel.nl

adviseurs
mobiliteit
Goudappel
Coffeng