

Zoetermeer, 24 augustus 2017

Geachte leden van de bestuurscommissie,

Eind september bespreekt u het MRDH-advies over de Holland Outlet Mall in Zoetermeer. Graag geven wij u een aantal overwegingen mee.

Ondernemersverenigingen, gemeenten en andere partijen in Zuid-Holland werken hard aan het overeind houden van een voldoende en gevarieerd winkelbestand en de leefbaarheid van de centra van steden en dorpen. De plannen voor de ontwikkeling van een factory outlet center in Zoetermeer, de Holland Outlet Mall (HOM), zullen al die inspanningen teniet doen. Als deze plannen doorgaan, zal uiteindelijk 31.000 m² nieuwe detailhandel worden toegevoegd, terwijl juist op provinciaal niveau is afgesproken dat het aantal vierkante winkelmeters omlaag moet. Zoetermeer wil met de HOM ruim 6,5 miljoen bezoekers per jaar trekken (DTNP, 2015). Ter vergelijking: de Efteling haalt er 4,7 miljoen.

Regio wordt hard getroffen door de HOM

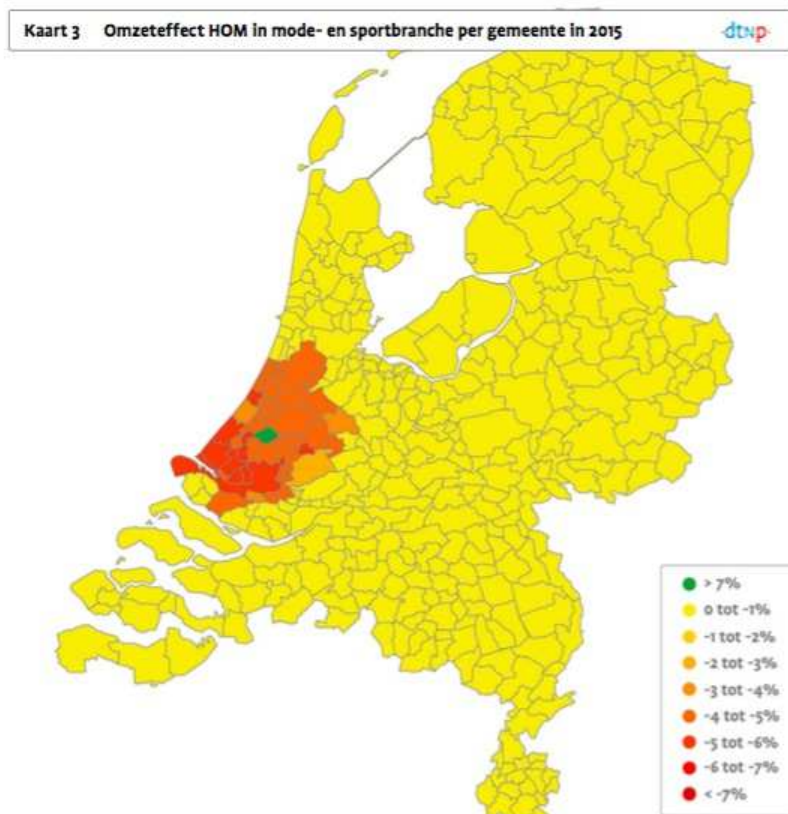
De afgelopen maanden hebben bewonerorganisaties, ondernemers- en winkeliersverenigingen, vastgoedbedrijven, brancheorganisaties, oppositiepartijen en regiogemeenten op verschillende wijze hun zorgen geuit over de HOM. De gevolgen zijn immers groot: bij succes van de HOM worden bestaande mode-, sport- en schoenenwinkels in Zoetermeer en de regio hard getroffen door deze grote concurrent. Bezoekers die hun euro's uitgeven in de HOM, doen dat niet meer in winkels in de regio. Bij falen ontstaat volgens hen nieuwe winkelleegstand in zowel het bestaande 'Stadshart' van Zoetermeer als in het outlet center zelf.

Alle MRDH-gemeenten lijden omzetverlies door de HOM

Onderzoeksbureau DTNP heeft in opdracht van ProVast uitgerekend wat de omzetteffekten zijn van de komst van de HOM voor alle gemeenten in Zuid-Holland. Onderstaande kaart bevat de conclusies van DTNP: alle MRDH-gemeenten krijgen te maken met een aanzienlijke omzetderving. Rotterdam bijvoorbeeld zo'n 5 procent.

- *'De gemeente Zoetermeer is de enige gemeente met een positief omzetteffect als gevolg van de HOM (de groene stip op de kaart).'*

- *'De kaart laat duidelijk zien dat de grootste effecten zijn te verwachten in het gebied direct rondom de HOM. Gemiddeld ligt het mode- en sportomzetteffect hier tussen de -4% en -6%'.*



HOM past niet in Agenda Detailhandel MRDH 2016-2021

De Agenda Detailhandel MRDH 2016-2021 stelt als voorwaarde aan een FOC:

“Het is van essentieel belang dat in het FOC sprake is van een specifiek, hoogwaardig aanbod dat de consument niet in die vorm en omvang in de bestaande detailhandelsstructuur kan vinden. Het wordt hiermee een vernieuwend, thematisch centrum. Er dient een juridisch afdwingbare regeling met de exploitant te zijn opgesteld, waarmee wordt geborgd dat in het FOC geen reguliere detailhandel komt die niet in het beoogde hoogwaardige concept past (pagina 18).”

Aanvullend aanbod in het hoogwaardig segment in plaats van concurrerend mode-, sport- en schoenenwinkels in dit outlet center zijn echter onmogelijk in de praktijk. De producten die in de HOM aangeboden zullen worden zijn vrijwel dezelfde, terwijl prijzen in factory outlet centra onder de marktprijzen liggen. Dit betekent competitie in plaats van complementariteit, zeker gegeven het feit dat meer dan de helft van de potentiële huurders (fabriekswinkels/merken) van de HOM producten zal aanbieden die nu al in het Stadshart en in de regio om Zoetermeer zijn te vinden.

Daarnaast wordt in outlet centers uitsluitend met omzethuren gewerkt, wat betekent dat hoe hoger de omzet van een winkel is, hoe hoger de huur die ze moeten betalen. De verhuurder heeft er dus baat bij mensen zo lang mogelijk in het outlet center te houden en te voorkómen dat ze ook nog elders in Zoetermeer of in de regio gaan winkelen. Niet alleen voor de MRDH-gemeenten, maar ook voor Zoetermeer zelf betekent de HOM dus een aderlating.

Maar, niet enkel vanwege het feit dat de huurders en verhuurder van de HOM de bezoekers enkel in hun gebied wil houden vanwege de omzethuren, maar ook door de grote fysieke afstand van de HOM naar het bestaande Stadshart gaat dit niet op. De afstand van het Stadshart (winkelcentrum van Zoetermeer) naar de HOM en terug is anderhalve kilometer. Dit is voor consumenten een te grote loopafstand. Bovendien vormt de Europaweg een significante fysieke barrière tussen het huidige Woonhart. Een voorwaarde is dat Het Stadshart en de HOM direct met elkaar als winkelgebied zijn verbonden. Dit betekent dat er nog zo'n 50 tot 60 winkels bij zouden moeten komen om een verwinkelde verbinding te kunnen realiseren. Voor de duidelijkheid, een 'binnenstedelijke ontwikkeling' ontbreekt nu nog, die moet nog worden ontwikkeld. Er is geen aansluiting op bestaande winkelgebieden. Een voorwaarde die zowel de Retailagenda als de provincie zelf stelt aan nieuwe ontwikkelingen.

FOC 'Categorie Apart' in MRDH-beleid

Factory Outlet Centers vallen in de Agenda Detailhandel van de MRDH onder de 'Categorie apart'. De richtlijn is dat als er een FOC komt (daarvoor moet het toetsingskader worden doorlopen), dit zich moet vestigen binnen of grenzend aan de bestaande detailhandelsstructuur. Het toetsingskader moet dus worden doorlopen. Daarin moet worden aangetoond dat er:

- geen sprake is van structuurverstoringen op bestaande perspectiefrijke winkelgebieden;
- geen sprake is van opschaling verzorgingsfunctie binnen structuur (lokaal, regionaal, bovenregionaal);
- sprake is van behoud gezond perspectief stadsdeel-, wijk- en buurtcentra.

Er treden echter wel degelijk structuurverstoringen op binnen bestaande winkelgebieden, en de verzorgingsfunctie schaal op naar 'bovenregionaal'.

Overige eisen aan detailhandelontwikkeling uit de MRDH-agenda:

1. *'Een regionaal detailhandelsbeleid moet leiden tot een optimale verzorging voor de consument en de bezoekers in de regio. Belangrijk uitgangspunt hierbij is het versterken van de bestaande identiteit en de positionering van de winkelgebieden ten opzichte van elkaar. Dit betekent de juiste functie op de juiste plek voor de consument, waarbij wordt gestreefd naar onderscheid en complementariteit van winkelgebieden om zo de (boven)regionale aantrekkingskracht te versterken.'*

De HOM zorgt juist voor een verzwakking van de positionering van bestaande winkelgebieden ten opzichte van elkaar. Zoals blijkt uit de kaart op blz 1 heeft de komst van de HOM negatieve omzetteffecten op de gehele MRDH-regio.

2. *Optimalisering/uitbreiding van een winkelgebied mag bij andere winkelgebieden niet leiden tot een andere verzorgingsfunctie/schaalsprong binnen de winkelstructuur (regionaal, bovenregionaal);*

De komst van de HOM is een schaa sprong: Zoetermeer gaat er mee van regionaal naar bovenregionaal. Dit is niet toegestaan volgens de MRDH agenda: De plannen voor de HOM geven immers een verzorgingsgebied aan van 30-60 autominuten, waarmee heel Zuid-Holland en een deel van de provincies Utrecht en Noord-Holland eveneens wordt bestreken.

3. *Specifieke aandacht voor de bovenlokale detailhandelontwikkelingen en de consequenties en wisselwerking die dit op lokaal niveau heeft voor kernwinkelgebieden in de dorpen en steden. Dit betekent dat het aanpakken van (chronische) leegstand en de gevolgen daarvan, in de kleinere, middelgrote en de grote steden een verantwoordelijkheid is die gezamenlijk gevoeld en uitgedragen moet worden en moet bijdragen aan een toekomstbestendige detailhandelstructuur;*

De consequenties van de komst van de HOM zijn zeer negatief voor mode-, schoenen- en sportwinkels in de wijde regio om de HOM, met gemiddeld omzetverliezen tussen de 4-6%, met uitschieters naar boven (DTNP, 2016). De regio's Midden Holland, Zuid-Holland Zuid en Holland Rijnland hebben zich alle drie zeer kritisch uitgelaten over de gevolgen van de komst van de HOM, juist omdat een toekomstbestendige detailhandelstructuur hiermee in gevaar komt.

De HOM in een bredere context: retailsector in zwaar weer

- Landelijk staat de retail onder druk. De afgelopen jaren hebben we veel winkels en zelfs complete ketens zien verdwijnen. De druk in Zuid-Holland wordt mede gevoeld door de hoge winkeldichtheid, naast de dalende trend in retailomzet doordat steeds meer bestedingen via internet lopen.
- De ontwikkeling van een factory outlet center in Zuid-Holland past ook niet binnen de visie op toekomstbestendige winkelstructuren van minister Kamp, MKB Nederland en Detailhandel Nederland
- In diverse convenanten op lokaal, provinciaal en landelijk niveau is afgesproken het aantal winkelmeters met 20% te reduceren. De Retaildeal van minister Kamp hiertoe werd door alle twaalf provincies ondertekend.
- De omzetten in de detailhandel in Nederland zijn de afgelopen tien jaar met maar liefst 13% gedaald. Het aantal vierkante winkelmeters is echter met 30% gestegen in diezelfde periode (Ministerie van EZ, Kamerbrief 17 maart 2015).

- Bureau McKinsey overhandigde in november 2016 het onderzoeksrapport 'Werk aan de winkel' aan premier Mark Rutte waarin werd geconcludeerd dat 20 tot 30% van het retailaanbod gesaneerd moet worden, maar dat dit veel te langzaam gaat.

Nieuwe leegstand in MRDH-gemeenten dreigt

- Uit recente koopstroomcijfers blijkt dat het herstel in winkelcentra binnen de MRDH-regio broos is. Bestedingen in de 'niet-dagelijkse sector' zijn in vijf jaar tijd met 8,5% afgenomen. Bij herontwikkelingen moet worden voorkomen dat er 'kooplekken' ontstaan in gebieden die al onder druk staan.
- Winkelkernen binnen de MRDH staan onder druk, en krabbelen slechts moeizaam op na de economische crisis.
- Het aanbod en de segmentering van de HOM zal onvoldoende onderscheidend en afwijkend zijn van wat al in de regio wordt aangeboden en zal dus tot ongewenste verdringingseffecten leiden (met leegstand tot gevolg).
- De onderzoeken die in opdracht van de gemeente zijn uitgevoerd constateren dit pijnlijke punt zelf: voor een kern als die in Pijnacker-Nootdorp becijferde onderzoeksbureau DTNP een omzetzijging van 5-6% als gevolg van de komst van de HOM. Wat DTNP hierbij nog onvermeld liet, is dat stadscentra in het hart van hun centrumwinkelgebieden nog veel harder geraakt zullen worden, doordat er geen rekening is gehouden met cumulatie van effecten door ontwikkelingen in de regio en met concentratie van aanbod in centrumgebieden op het gebied van mode, schoenen en sport. Voor bijvoorbeeld Pijnacker-Nootdorp betekent dit een omzetzijging die daardoor potentieel vier keer zo hoog zal zijn als de berekende 5-6% (Bureau Stedelijke Planning, 2016: 'Kritische Beschouwing Holland Outlet Mall'). Ook voor andere omliggende gemeenten kunnen de klappen groot zijn.
- De HOM richt zich met name op bezoekers binnen een straal van 30 autominuten, waardoor tientallen gemeenten en daarmee winkeliers in de regio hard getroffen zullen worden. Dit geldt zelfs voor een grotere gemeente als Rotterdam, zoals uit het kaartje op blz 1 blijkt.
- Het bestaande winkelhart van Zoetermeer komt door de HOM ook onder druk, mede dankzij gebrek aan complementariteit en combinatiebezoek. Ook bij een succesvol outlet als dat in Roermond is te zien dat de binnenstad niet profiteert: bezoekersaantallen en bestedingen in het centrum van Roermond zijn de afgelopen 12 jaar met maar liefst 10% zijn gedaald (Bron: historische tijdreeksen Locatus).

Houdbaarheid concept FOC twijfelachtig

De houdbaarheid van het concept Factory Outlet Center (FOC) is sowieso twijfelachtig. In de oorspronkelijke opzet was bij FOC's sprake van verkoop van overjarige producten door fabrikanten met weeffouten. In de huidige praktijk wordt specifiek voor FOC's geproduceerd en worden retailwinkels in centra in de buurt van FOC's weg geconcurrerd. Het concept blijkt niet te controleren of te handhaven.

Nederland kent momenteel drie outlet centra. Daar komen op korte termijn nog twee centra bij: in Halfweg en in Zevenaar, waar al sprake is van een goedgekeurd bestemmingsplan. Daarnaast spelen er nog andere binnenstedelijke ontwikkelingen in de regio, waaronder Mall of the Netherlands in Leidschendam-Voorburg. Deze projecten richten zich grotendeels op hetzelfde aanbod en segment op het vlak van mode, sport en schoenen. De consument kan zijn euro echter maar één keer

uitgeven. Zeker met de komst van Sugar City in Halfweg valt het verwachte noordelijke bovenregionale bezoekersaanbod voor een HOM in Zoetermeer vrijwel volledig weg. Zoals gezegd: bij succes slijbt de stad dicht met verkeer en worden ondernemers in Zoetermeer en de regio weggeconcurrerd, bij tegenvallende resultaten ontstaat nieuwe leegstand. Beide scenario's zijn onwenselijk.

Niet-realistische verwachtingen

Daarnaast verwacht de HOM een bezoekersaantal van tot 7,3 miljoen per jaar in de eindfase. Dit komt neer op ruim 40% van de Nederlandse bevolking. De Efteling trekt minder bezoekers. En belangrijker: andere, lang bestaande succesvolle outlet centers (zoals Roermond) in Nederland én de rest van Europa trekken eveneens minder bezoekers.

De eisen van de gemeente Zoetermeer

De gemeente Zoetermeer stelde zelf zes eisen aan de komst van een outlet center. De eerste vijf zijn van belang voor Zoetermeer zelf, de zesde voor de regio. Deze luidt: 'Er moet een economische impuls voor Zoetermeer en de regio zijn.' In de regio is echter massaal verzet tegen de komst van de HOM, als gevolg van de 4-6% verwachte omzetzakking. Veel gemeenten zijn boos over het gebrek aan onderlinge afstemming en samenspraak. De drie andere regio's in Zuid-Holland, te weten Zuid-Holland Zuid, Midden Holland en Holland Rijnland, hebben hun zorgen al uitgesproken in diverse brieven en gremia. Ook is het zeer twijfelachtig of er per saldo extra werkgelegenheid bij komt door de HOM: de gemeente Zoetermeer rekent op 1500 nieuwe banen, wat in vergelijking met andere outlet centers een veelvoud is van het werkelijke aantal banen dat daar wordt gerealiseerd. Tevens wordt hierbij geen rekening gehouden met banenverlies in de regio door omzetverlies en bijbehorende faillissementen als gevolg van de komst van de HOM.

Vrijwel niemand is voor de HOM

Het afgelopen jaar is de weerstand tegen de HOM onder bewoners, ondernemers, winkeliers, vastgoedbedrijven, regiogemeenten, brancheorganisaties en oppositiepartijen naarmate er meer feiten op tafel kwamen over de HOM steeds verder toegenomen. Dit culmineerde in juni bij een avond over de HOM die door de provincie Zuid-Holland was georganiseerd. Voor- en tegenstanders zouden hier de kans krijgen met elkaar in debat te gaan. Het beeld was ontluisterend: er waren 130 aanwezigen vanuit eerdergenoemde organisaties/bewonergroeperingen. Op vier mensen na sprak iedereen in de zaal zich uit tegen de komst van de HOM: de voorstanders waren de eigenaar van het huidige Woonhart waar de HOM zou moeten komen, en drie raadsleden uit Zoetermeer van de Collegepartijen.

Conclusie

Het is duidelijk dat er geen meerwaarde van een outlet center in Zoetermeer voor de MRDH-regio bestaat. Voor Zoetermeer zou het bij succes een omzet van tientallen miljoenen kunnen betekenen, maar die komt ten gunste van de bedrijven in het outlet center. Dat zijn bedrijven die niet uit Zoetermeer komen, hun omzet slaat niet neer bij Zoetermeerse ondernemers. Ook de projectontwikkelaar (ook niet uit Zoetermeer) zal er baat bij hebben. Bestaande winkeliers in Zoetermeer en in de MRDH-gemeenten zijn echter de dupe van het outlet center. Een outlet center -succesvol of niet- in de stad verzwakt niet alleen de positie van bestaande winkels in de stad, maar ook van winkelcentra in de wijde omgeving, die gemiddeld 4-6% omzetverlies zullen lijden, met uitschieters ver naar boven. Met name de kleinere gemeenten binnen de MRDH zullen harde klappen krijgen.

Daarnaast voldoen de plannen niet aan de gestelde eisen door de gemeente en zijn ze gebaseerd op veel rooskleurige en soms onjuiste en onvolledige aannames. Second opinions van Bureau Stedelijke Planning en Arcadis wijzen uit dat er bijvoorbeeld geen rekening is gehouden met cumulatieve effecten. Zoals bijvoorbeeld andere grootschalige ontwikkelingen die al gepland staan in de regio (oa outlet in Halfweg en de Mall of the Netherlands in Leidschendam) en extra verkeersdruk in de spits die niet is meegenomen in de onderzoeken.

Gezien de verwachte onaanvaardbare leegstand in de bestaande centra die zal ontstaan als gevolg van de komst van de HOM, hechten wij eraan u deelgenoot te maken van zorgen en verzoeken u deze mee te nemen in de afwegingen over het door u uit te brengen REO-advies.

Deze brief is opgesteld namens:

- Ondernemersverenigingen regio Rijnland: Alphen a/d Rijn, Hillegom, Kaag en Braassem, Leiden, Leiderdorp, Lisse, Nieuwkoop, Noordwijk, Noordwijkerhout, Oegstgeest, Teylingen, Voorschoten en Zoeterwoude
- Winkelstraten Nieuwe Binnenweg, Vierambachtstraat, Mathenesserplein, Schiedamseweg, Middellandstraat, Franselaan, Burg Baumannlaan, Abtsweg, Plein 1953, Vereniging Winkelcentrum Hoogvliet, Noorderboulevard, Zwart Jansstraat - Noordmolenstraat, Ondernemersvereniging Overschie, st Vitaal Pendrecht, Stichting Winkelboulevard-Zuid en Eigenaren Platform Boulevard-Zuid in Rotterdam
- Samenwerkende winkeliersverenigingen Krimpenerwaard
- Detailhandel Nederland
- INretail
- Stichting Bestuurlijk Overleg Binnenstad Delft
- Stichting Centrummanagement Delft
- Vereniging Promotie Stadshart Zoetermeer
- Bewonersgroep DoeNietZoMall Zoetermeer
- B.V. Beleggingsmaatschappij Stadscentrum Zoetermeer
- Samenwerkende Ondernemersverenigingen Gouda
- Midden Holland Onderneemt
- Bewonerscomité Hom!Nee Zoetermeer
- Vereniging Ondernemers Alphen VOA
- Groene Hart Onderneemt
- Unibail-Rodamco
- Bakker Ammerlaan
- Altera Vastgoed
- Tiron
- Stichting Winkelcentrabelang Zoetermeer
- Vereniging Dorpsstraat Vastgoed Biz Zoetermeer
- Ondernemersvereniging Dorpsstraat Zoetermeer
- Ruit en Co Lekkerkerk
- Ondernemersvereniging Gouweplein Waddinxveen
- Vereniging Dorpskernwinkels Boskoop
- Ondernemers Platform Waddinxveen
- Gouda Onderneemt

Voor meer informatie kunt u eventueel contact opnemen met Dennie van Herwijnen (info@herwijnenzoetermeer.nl, 06 2490 8782, of Madelon Smit (0621222758, m.smit@dr2.nl).