

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Datum 30 januari 2008

Jones Lang LaSalle BV
Postbus 75208 1070 AE Amsterdam
Strawinskylaan 3103 1077 ZX Amsterdam
tel +31 (0)20-5405405 fax +31 (0)20-6611566

Handelsregister Rotterdam 34288231

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	1
1 Inleiding	2
1.1 Aanleiding en centrale vraag	2
1.2 De uitgangspunten voor het onderzoek	3
1.3 Opbouw rapportage	3
2 Positionering winkelvoorziening in de schil van Gouda	4
2.1 Uitgangspunten van de gemeente Gouda	4
2.2 Trends en ontwikkelingen	4
2.3 Concurrentiepositie	5
2.4 De belevingswerelden in Gouda en regio	10
2.4.1 Het BSR model.....	10
2.4.2 De kleurwerelden in Gouda en regio.....	12
2.5 Aansluiting op huidig winkelaanbod.....	13
2.6 Conclusie positionering.....	15
3 Omvang retailclusters.....	17
3.1 Uitgangspunten dpo-berekening.....	17
4 Effecten voor het huidige winkelgebied.....	22
4.1 De effecten van scenario 1	22
4.2 De effecten van scenario 2	24
4.3 De effecten van scenario 3	26
4.4 De effecten van scenario 4	27
4.5 Conclusies effecten.....	28
5 Het winkelconcept voor het zuidelijk stationsgebied	30
5.1 De functionele kwaliteitsaspecten	30
5.1.1 Themacentrum mode en luxe	30
5.1.2 Themacentrum vrije tijd	31
5.1.3 Gemengde invulling	32
5.2 De fysieke kwaliteitskenmerken van het winkelcentrum.....	33
5.2.1 De lay-out.....	33
5.2.2 De situering van de commerciële functies.....	34
5.3 Commerciële uitgangspunten	35
6 Conclusies en aanbevelingen	36
Bijlagen	40

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en centrale vraag

Op dit moment zijn er fysiek gezien mogelijkheden in het centrum van Gouda voor de ontwikkeling van een winkelconcept aan de Jan Verswollezone en het zuidelijk stationsgebied. In het concept-detailhandelsbeleid van de gemeente Gouda wordt aangegeven dat momenteel in Gouda een uitbreidingsruimte aanwezig is van in totaal circa 8.700 m² winkelvloeroppervlakte (wvo) in de niet-dagelijkse sector. In de toekomst (2020) neemt deze ruimte toe tot minimaal 25.000 m² wvo en maximaal 32.000 m² wvo, waarvan 5.000 tot 6.000 m² wvo wordt gereserveerd voor de sector vergelijkend/fun in het centrumgebied van Gouda. De gemeente heeft echter de strategische keuze gemaakt om zowel de Jan Verswollezone als het zuidelijk stationsgebied te verkennen als toekomstige retaillocatie, waarbij voor iedere locatie 6.000 m² wordt gereserveerd.

Ten oosten van het centrum van Gouda op de Jan Verswollezone staat een woningbouwlocatie gepland. Deze wordt gecombineerd met gebouwde parkeervoorzieningen en mogelijk met winkels. Het totale plangebied is ruim 6 hectare groot en is in bezit van de gemeente Gouda, Timpaan en Bokx Vastgoed Ontwikkeling. In het eerder verschenen rapport 'Winkelproject Jan Verswollezone te Gouda', opgesteld door Jones Lang LaSalle, is aangegeven dat bij de Jan Verswollezone mogelijkheden zijn voor circa 8.000 tot 10.000 m² wvo aan grootschalige detailhandel in de sector mode en luxe. Daarnaast is een supermarkt van ongeveer 1.000 m² wvo mogelijk.

Als onderdeel van de ontwikkelingen rond het stationsgebied in Gouda wordt dit gebied opnieuw ingericht. Allerlei voorzieningen krijgen hierin een plek. Naast het Huis van de Stad, een bioscoop, woningbouw, kantoren, parkeerplaatsen en een busstation is er ook ruimte gereserveerd voor retail. Deze ruimte is onder te verdelen in 2 verschillende zones. Ten eerste komt circa 3.000 m² wvo detailhandel in en rond het station. De invulling hiervan richt zich op stationgerelateerde winkels zoals Bruna, Etos, AH to Go en Kiosk. Daarnaast wordt rekening gehouden met 6.000 m² wvo detailhandel ten noorden van het centrale winkelgebied, in het zuidelijk stationsgebied. Voor dit gebied wordt rekening gehouden met een invulling met grootschalige detailhandel. De oplevering van het noordelijke deel van het stationsgebied staat gepland voor 2010. Het zuidelijke deel wordt in 2012 verwacht.

Momenteel is het de vraag welke mogelijkheden er zijn voor de ontwikkeling van nieuwe winkelgebieden in de schil van Gouda en wat deze ontwikkeling betekent voor de binnenstad. De conceptmogelijkheden voor de Jan Verswollezone zijn al eerder onderzocht, waardoor alleen een uitwerking nodig is van de conceptmogelijkheden voor het zuidelijk stationsgebied.

Tegen de hierboven geschetste achtergrond kan de volgende vraag worden geformuleerd:

Zijn er mogelijkheden voor de ontwikkeling van nieuwe winkelgebieden aansluitend aan de binnenstad van Gouda, uitgaande van een versterking van het bestaande

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

kernwinkelgebied, wat zijn de effecten van een dergelijke ontwikkeling en welk winkelconcept is haalbaar in het zuidelijk stationsgebied?

1.2 De uitgangspunten voor het onderzoek

Bij de beantwoording van de onderzoeksvragen hanteren wij de volgende uitgangspunten:

- Wij richten ons op het ontwikkelen van een winkelstructuur die optimaal aantrekkelijk is voor de consumenten in het verzorgingsgebied.
- Het beleid van de gemeente Gouda dat verwoord staat in verschillende beleidsnotities en het rapport over de retailmogelijkheden van de Jan Verswollezone, worden als basis voor het onderzoek gebruikt.
- De eventuele retailconcepten worden een verlenging van het centrum van Gouda. De concepten krijgen daarmee een overeenkomstige verzorgingsfunctie als het centrum van Gouda. Tot het directe verzorgingsgebied van het centrum van Gouda wordt de gemeente Gouda gerekend en de direct omliggende gemeenten, te weten de gemeenten Waddinxveen, Boskoop, Reeuwijk, Vlist en Moordrecht. Er is geen rekening gehouden met de eventuele ontwikkeling van de Zuidplaspolder. Wel zal de ontwikkeling van woningbouwlocatie Westergouwe worden meegenomen.
- Er is een marktconforme visie geformuleerd. De conceptontwikkeling (hoofdstuk 5) is gericht op het realiseren van optimaal functionerende winkelgebieden die voldoen aan de behoeften van de consument in het directe verzorgingsgebied. Om dit te ontwikkelen is de centrale vraag beantwoord aan de hand van het product De Winkelconsument Centraal (WCC), een lifestylemethode dat Jones Lang LaSalle samen met The SmartAgent Company heeft ontwikkeld.
- Eindverantwoordelijk voor het onderzoek is Jones Lang LaSalle BV. Het onderzoek is in nauwe samenwerking met The SmartAgent Company opgesteld.

1.3 Opbouw rapportage

Na dit inleidende hoofdstuk komt in hoofdstuk 2 de positionering van de winkelvoorzieningen in de schil van Gouda aan de orde. Die positionering is tot stand gebracht op grond van de visie van de gemeente Gouda ten aanzien van nieuwe ontwikkelingen, de retailtrends en -ontwikkelingen, de concurrentiepositie en de consumentengroepen in Gouda. In hoofdstuk 3 is informatie te vinden over de mogelijke omvang van de eventuele toekomstige retailclusters in Gouda. Vervolgens zijn in hoofdstuk 4 de mogelijke effecten van de mogelijke nieuwe ontwikkelingen beschreven voor de huidige winkelvoorzieningen in Gouda. In hoofdstuk 5 is het winkelconcept voor het zuidelijk stationsgebied verder uitgewerkt. Daarbij wordt ingegaan op de functionele, fysieke, commerciële en vastgoedaspecten van het concept. Het rapport wordt afgesloten met de conclusies en aanbevelingen in hoofdstuk 6.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

2 Positionering winkelvoorziening in de schil van Gouda

In dit hoofdstuk is de positionering van de mogelijke toekomstige retaillocaties in het centrum van Gouda uitgewerkt. In paragraaf 2.1 wordt ingegaan op de uitgangspunten voor die locaties zoals deze zijn geformuleerd door de gemeente Gouda. De trends en ontwikkelingen in de retailsector komen aan de orde in paragraaf 2.2. De concurrentiepositie van de toekomstige winkellocaties zijn uitgewerkt in paragraaf 2.3. Daarbij zijn ook de winkelplannen in Gouda en regio meegenomen. In paragraaf 2.4 zijn de belevingswerelden in Gouda en regio uitgewerkt, waarna in paragraaf 2.5 de kleuroriëntatie van het huidige winkelaanbod aan de orde komt. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie over de positionering.

2.1 Uitgangspunten van de gemeente Gouda

Voor de ontwikkeling van eventuele toekomstige winkellocaties bij het centrum van Gouda heeft de gemeente Gouda enkele uitgangspunten geformuleerd, namelijk:

- Toevoeging van grootschalige detailhandel in het kernwinkelgebied zorgt voor meer evenwicht in de detailhandelsstructuur en kan de omzet en het totale detailhandelsaanbod in het kernwinkelgebied versterken met meer winkelpassanten. Fysiek gezien is het niet mogelijk om meer grootschalige detailhandel in de binnenstad te realiseren. Daarvoor is de schil rondom de binnenstad nodig.
- Het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone zijn de gebieden die in aanmerking komen voor de ontwikkeling van detailhandel.
- De ontwikkeling van grootschalige detailhandel in het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone dient als versterking van de binnenstad. Daarbij streeft de gemeente naar uitbreiding, verbreding (meer diversiteit) en vernieuwing van het bestaande detailhandelsaanbod.
- Nieuwe ontwikkelingen moeten een goede bereikbaarheid krijgen en optimaal zichtbaar zijn.

2.2 Trends en ontwikkelingen

De detailhandelssector is voortdurend in beweging. Momenteel spelen er verschillende trends en ontwikkelingen. Een volledig overzicht hiervan is te vinden in bijlage 1. De volgende trends en ontwikkelingen zijn voor de ontwikkeling van de winkelvoorzieningen in het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone vooral belangrijk:

- Wijziging Rijksbeleid.
Door de wijziging van het Rijksbeleid ligt de verantwoording voor de invulling van ontwikkelingen zoals het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone bij de gemeente Gouda. Op basis hiervan kan worden gekomen tot een invulling die lokaal het beste past bij Gouda en omgeving. Ontwikkelingen met een bovenlokale functie moeten echter worden afgestemd met de regiogemeenten. Voor de regio Midden-Holland, waar Gouda toe behoort, geldt de regionale visie detailhandel. Die visie geeft Gouda de mogelijkheid om bovenlokale voorzieningen toe te voegen die de positie van Gouda als regiostad versterken.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Deze visie is ook als zodanig overgenomen in het detailhandelsbeleid van de provincie Zuid-Holland.

- **Schaalvergroting en -verkleining.**
Schaalvergroting doet zich voor op zowel retail warehouselocaties (grootschalige detailhandelslocaties buiten de centrumgebieden) als binnenstedelijke locaties en in wijk- en buurtwinkelcentra. Schaalverkleining doet zich eveneens in alle typen centra voor. Voorbeelden van kleinschalige formules zijn: zeepwinkel Lush, bijouteriewinkel Claire's en Six Shop en Oil & Vinegar. Door de schaalvergrotings- en -verkleiningstendens zijn concepten en formules sterk in beweging. Daardoor is het bij nieuwe ontwikkelingen, zoals het zuidelijk stationsgebied en Jan Verswollezone goed om ook in te steken op flexibele ruimtes. In de toekomst kan dan worden ingespeeld op nieuwe retailtrends en -ontwikkelingen.
- **Parallellisatie en specialisatie.**
Een verdergaande parallellisatie en specialisatie leidt tot nieuwe detailhandelsvormen. In binnensteden verschijnen superspecialzaken, terwijl op goed bereikbare (vaak perifere) locaties winkelvormen ontstaan met zeer brede en diepe assortimenten. In het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone is ruimte beschikbaar voor bredere assortimenten. In de binnenstad van Gouda ontstaat hierdoor ruimte voor (super)specialzaken.
- **Integratie van functies.**
In opkomst is een gevarieerd en geïntegreerd aanbod van voorzieningen, bijvoorbeeld combinaties van detailhandels- of vrije tijdsvoorzieningen, detailhandel en leisure, en kantoren en leisure. Dergelijke combinaties richten zich op het verlengen van de verblijfsduur en het realiseren van meer toegevoegde waarde in de aangeboden voorzieningen. Hier komt een proces van schaalvergroting bij kijken. Met de toevoeging van detailhandel in het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone wordt het winkelgebied in het centrum van Gouda uitgebreid en aantrekkelijker gemaakt. Een combinatie van grootschalige detailhandel met horeca, leisurefuncties en integratie met andere centrumfuncties vergroot de aantrekkelijkheid van nieuwe winkelgebieden en verlengt de verblijfsduur.
- **Vraagzijde steeds complexer.**
Ondanks dat de absolute bestedingen nog steeds toenemen, wordt een steeds groter deel van het inkomen besteed aan vrije tijd en nemen de bestedingen aan detailhandel relatief af. Daarnaast wordt lifestyle een steeds belangrijker koopmotief voor consumenten. Op basis hiervan vormt de Winkelconsument Centraal de insteek van het onderzoek.
- **Non-store retailing (niet-winkelverkoop).**
Non-store retailing neemt op dit moment in de totale detailhandelsomzet een bescheiden plaats in. Dit aandeel zal de komende jaren echter gaan stijgen. Binnen de detailhandel en leisure wordt verwacht dat E-commerce de komende jaren een groter aandeel krijgt in de bestedingen. Echter, de verwachtingen zijn niet overdreven hoog. De invloed op het vastgoed wordt vooralsnog beperkt verondersteld.

2.3 Concurrentiepositie

De concurrentiepositie wordt bepaald door de huidige winkelgebieden in Gouda en omgeving, de winkelpannen en de infrastructurele plannen rond het stationsgebied.

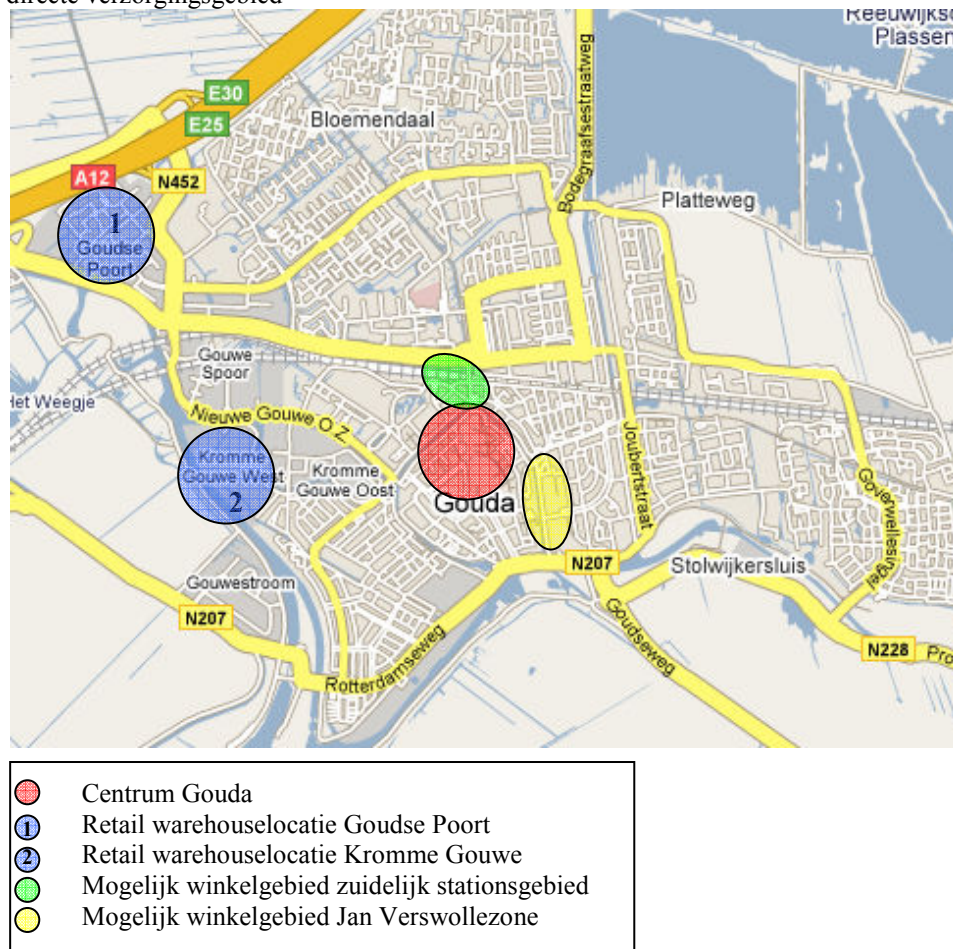
Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

De huidige concurrenten

De belangrijkste huidige concurrenten voor de toekomstige winkelgebieden vormen de grotere winkelgebieden in Gouda en omgeving, te weten het centrum van Gouda en de retail warehouselocaties Goudse Poort en Kromme Gouwe. In onderstaande figuur zijn deze winkelgebieden weergegeven.

Figuur 2.1: De concurrentiepositie van de mogelijke toekomstige winkelgebieden binnen het directe verzorgingsgebied



Hieronder worden de kenmerken van de concurrerende winkelgebieden beschreven.

Kenmerken centrum van Gouda:

- Centraal gelegen in het verzorgingsgebied.
- Omvang: circa 48.000 m² winkelvloeroppervlakte (wvo).
- Focus op modisch aanbod in combinatie met leisure-functies en funelementen. Het centrum wordt dan ook vooral recreatief bezocht.
- Aanwezigheid van voornamelijk kleinschalige winkels; er is een tekort aan ruimte voor grootschalige aanbieders zoals H&M, Zara en Mediamarkt.
- Vrij slechte bereikbaarheid op piekmomenten door een tekort aan parkeerplaatsen. Ook andere faciliterende kwaliteiten zoals bereikbaarheid, toegankelijkheid en properheid kunnen worden verbeterd.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Kenmerken retail warehouselocatie Goudse Poort:

- Goede bereikbaarheid vanuit de regio door de ligging langs de snelwegen A12 en A20. De winkels zijn echter moeilijk vindbaar en liggen verspreid. In het noordelijke deel liggen drie winkels geconcentreerd: Beter Bed, Kwantum en Woonhall.
- Doelgericht bezoekgedrag.
- 12.500 m² wvo aan detailhandel waarvan 9.000 m² wvo in het noorden en 3.500 m² aan de zuidzijde.
- Matige uitstraling.
- Nadruk op woninginrichting. Daarnaast bevindt zich doe-het-zelf (Gamma) op de locatie.
- Plannen om het gebied volledig te herontwikkelen (zie §2.3.2).

Kenmerken retail warehouselocatie Kromme Gouwe:

- Redelijke bereikbaarheid vanuit de regio.
- Doelgericht bezoekgedrag.
- 16.000 m² wvo aan detailhandel, waarvan 10.000 m² wvo in beslag wordt genomen door Babypark.
- Concentratie van voorzieningen.
- Matige, verouderde uitstraling.
- Nadruk op woninginrichting. Daarnaast bevinden zich enkele andere perifere detailhandelsbranches op de locatie.

De toekomstige winkelgebieden gaan ook concurrentie ondervinden van verschillende winkelgebieden buiten het directe verzorgingsgebied (zie onderstaand kaartje). In het koopstromenonderzoek, opgesteld door Goudappel Coffeng in 2004, is een lijst opgesteld met de top-75 sterkste winkelgebieden. Het centrum van Gouda is hierin gepositioneerd op de 13^{de} plaats. De meeste concurrentie voor Gouda komt van het centrum van Rotterdam en Rotterdam Alexandrium. Verder ondervindt Gouda, zij het in mindere mate, concurrentie van Den Haag, Leiden, Utrecht, Leidschendam, Alphen aan de Rijn, Woerden en Zoetermeer.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Figuur 2.2: De concurrentiepositie van de toekomstig winkelgebieden in Gouda buiten het directe verzorgingsgebied



De belangrijkste concurrerende winkelgebieden buiten het directe verzorgingsgebied van de toekomstige winkelgebieden in Gouda hebben de volgende kenmerken:

Kenmerken centrum Rotterdam:

- Bovenregionale functie.
- Totale winkelomvang van 163.000 m² wvo.
- Aanwezigheid van zowel grootschalige als kleinschalige winkels.
- Focus op modisch aanbod, in combinatie met leisure-functies en funelementen. Het centrum wordt dan ook recreatief bezocht.
- Goede OV-bereikbaarheid. Met de auto is het centrum minder goed bereikbaar, omdat het niet in de nabijheid van de snelweg ligt. Bovendien zijn de parkeertarieven hoog. Door de sterke functie van het centrum zijn consumenten in de regio bereid om Rotterdam centrum toch met de auto te bezoeken.

Kenmerken Alexandrium in Rotterdam:

- Opgebouwd uit 3 verschillende delen: de Woonmall (Alexandrium III), de Megastores (Alexandrium II, de GDV-locatie) en de Oosterhof (Alexandrium I, het stadsdeelcentrum).
- Totale winkelomvang van circa 105.000 m² wvo.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

- Alexandrium I heeft voornamelijk een lokale functie. Alexandrium II en III hebben een bovenregionale functie.
- Alexandrium II en III bestaan voornamelijk uit grootschalige winkels.
- Goede bereikbaarheid door de ligging langs snelweg A20 en bij intercity station Rotterdam Alexander.

De hierboven aangegeven winkelgebieden binnen en buiten het directe verzorgingsgebied hebben een verschillende aantrekkingskracht op de consumenten uit Gouda en regio. De binnenstad van Gouda heeft duidelijk een regionale positie. Voor het centrum van Gouda is Rotterdam de grootste concurrent, zowel het stadscentrum als Alexandrium. De retail warehouselocaties in de gemeente Gouda hebben een lokale functie. Deze locaties ondervinden vooral concurrentie van Rotterdam Alexandrium op het gebied van wonen. De doe-het-zelf ondervindt weinig concurrentie, aangezien deze sector voornamelijk doelgericht wordt bezocht.

De verzorgingspositie van de concurrerende gebieden en de kenmerken van de locaties bepalen mede de mogelijkheden voor de toekomstige winkelgebieden bij het centrum van Gouda.

De winkelplannen in Gouda en omgeving

Er zijn enkele retailplannen in Gouda en regio die van invloed zijn op de toekomstige concurrentiepositie van de mogelijke toekomstige winkelgebieden aansluitend aan de binnenstad van Gouda. Het betreft de volgende plannen:

- Ontwikkeling retail warehouselocatie Goudse Poort.
Bedrijventerrein Goudse Poort zal de komende jaren worden geherstructureerd. Naast kantoren en bedrijfsruimte is 50.000 m² bvo detailhandel gepland. De exacte branchering hiervan is nog niet bekend. In ieder geval gaat het voor een deel om grootschalig aanbod. De huidige winkels in de Goudse Poort zijn voornamelijk gericht op wonen en doe-het-zelf. In onderstaande figuur is een impressie te zien van de plannen van de ontwikkelaars TCN en OVG. Het is nog niet duidelijk wanneer het project wordt opgeleverd.

Figuur 2.3: Inrichtingsschets retailgebied Goudse Poort



Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

- Winkelcentrum Waddinxveen.
In Waddinxveen wordt momenteel een nieuw winkelcentrum van circa 10.000 m² wvo ontwikkeld. Dit winkelcentrum is erop gericht één stadshart voor Waddinxveen te realiseren. In de huidige situatie zijn veel kleine wijk- en buurtwinkelcentra, waarbij het huidige centrum een vergelijkbare functie heeft als de wijkwinkelcentra. Om een echt stadshart te realiseren, komen er naast winkels ook woningen en recreatieve voorzieningen. Het stadscentrum in Waddinxveen krijgt vooral een lokale functie. Daarmee wordt dit centrum slechts in beperkte mate een concurrent voor de toekomstige winkelgebieden in Gouda. Verwacht wordt dat in 2008 gestart wordt met de bouw van het centrum. Naar verwachting wordt het gebied in 2010 opgeleverd.

2.4 De belevingswerelden in Gouda en regio

De mogelijkheden voor de toekomstige winkelgebieden bij het centrum van Gouda worden deels bepaald door de wensen, interesses en behoeften van de consumenten in het verwachte verzorgingsgebied van het toekomstige winkelgebied. Een indruk hiervan ontstaat op basis van de methode de Winkelconsument Centraal. De basis van die methode ligt in het Brand Strategy Research (BSR) Model van The SmartAgent Company. Onderstand volgt een korte toelichting op dit model. In bijlage 2 is een uitgebreide beschrijving opgenomen.

2.4.1 *Het BSR model*

In de Winkelconsument Centraal staat de psychografische consumentensegmentatie centraal. Hiermee wordt het onderverdelen van consumenten in segmenten bedoeld op basis van socio-demografische criteria, zoals geslacht, leeftijd, inkomen en opleiding. Daarnaast wordt rekening gehouden met emoties zoals normen, waarden, angsten en motieven. De consument van vandaag reageert immers in de ene situatie rationeel en op een volgend moment impulsief of emotioneel. Psychografische consumentensegmentatie houdt ook hier rekening mee en maakt daarbij gebruik van kennis uit de sociologische, psychologische en gedragswetenschappen.

In het model wordt door middel van twee dimensies onderscheid tussen individuen gemaakt op basis van hun belevingswereld; door de twee dimensies ontstaan vier kwadranten die ook wel 'motivationale' segmenten of belevingswerelden worden genoemd. De horizontale as is de sociologische dimensie en maakt het onderscheid tussen individualisten/ego-oriëntatie en groepsgerichte/sociale oriëntatie. De verticale as kan worden getypeerd als de psychologische dimensie en maakt het onderscheid tussen extravert of openstellend versus introvert of afsluitend.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Figuur 2.4: De vier werelden in het BSR-model



Bron: The SmartAgent Company, 2007

De vier belevingswerelden die hier ontstaan, zijn verbonden met verschillende sleutelbegrippen die de basis vormen voor de normen, waarden, angsten en gedragspatronen, die in die specifieke belevingswereld gelden:

- De groep '**Harmonie**', de gele belevingswereld. Deze groep bestaat uit mensen met een openstellende, coöperatieve houding naar anderen en naar de (gestratificeerde) samenleving. Harmoniezoekers zijn samenwerkingsgericht en zoeken naar een optimale balans tussen gezin, werk, woonsituatie en samenleving. Het motto van deze 'samenlevers' is: "we komen er samen wel uit". De gemeenschappelijke normen en waarden van 'de' samenleving worden als impliciet uitgangspunt gehanteerd.
- De groep '**Zekerheid**', de groene belevingswereld. Consumenten in deze groep zijn eveneens groepsgericht, maar vormen niet de open gestratificeerde samenleving, maar een 'clan'. Aan het behoren tot een 'clan' – bijvoorbeeld de familie, de buurt, et cetera – wordt een gevoel van veiligheid ontleend ("samen sta je sterk"). Tevens worden met de clan samenhangende normen en waarden ('cultuur') onderschreven. Hierdoor kunnen 'botsingen' ontstaan met anderen (of andere clans), omdat zij uitgaan van andere normen en waardepatronen.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

- De groep '**Controle**', de blauwe belevingswereld. Deze consumenten zijn sterk individualistisch van karakter, manifestatief en gericht op grip krijgen, controle krijgen op het leven, de toekomst en bepaalde situaties. Macht zou hier als centrale drijfveer kunnen worden genoemd. Mensen met een dergelijke 'levenshouding' schoppen het over het algemeen ver op de maatschappelijke ladder en op carrièregebied. De eigen individuele normen en waarden worden als uitgangspunt gehanteerd.
- De groep '**Vitaliteit**', de rode belevingswereld. Deze consumenten zijn eveneens sterk individualistisch van aard, maar hebben een meer openstellende houding naar de samenleving. Omdat ook zij de eigen normen en waarden centraal stellen, uit zich dit veelal in een 'progressieve' levenshouding. Hier staat dan ook niet zozeer de eigen carrière centraal, als wel 'jezelf kunnen ontwikkelen en profileren' in een door hen als maakbaar gepercipieerde samenleving.

Voor ieder individu, iedere consument of kiezer geldt uiteraard niet dat men 100% in het ene of het andere kwadrant valt. Iedere consument heeft van alle kwadranten wel enkele kenmerken. Het gaat erom te bepalen met welk kwadrant een persoon de meeste 'affiniteit' heeft. Hierdoor kunnen groepen worden gevormd die een gemeenschappelijke basis hebben binnen een kwadrant. Door in kwalitatief en kwantitatief onderzoek deze groepen in beeld te brengen en te houden, kunnen verschillen in preferenties worden opgespoord. Deze verschillen tussen de segmenten kunnen de basis vormen voor strategische keuzes, productontwikkeling en communicatie.

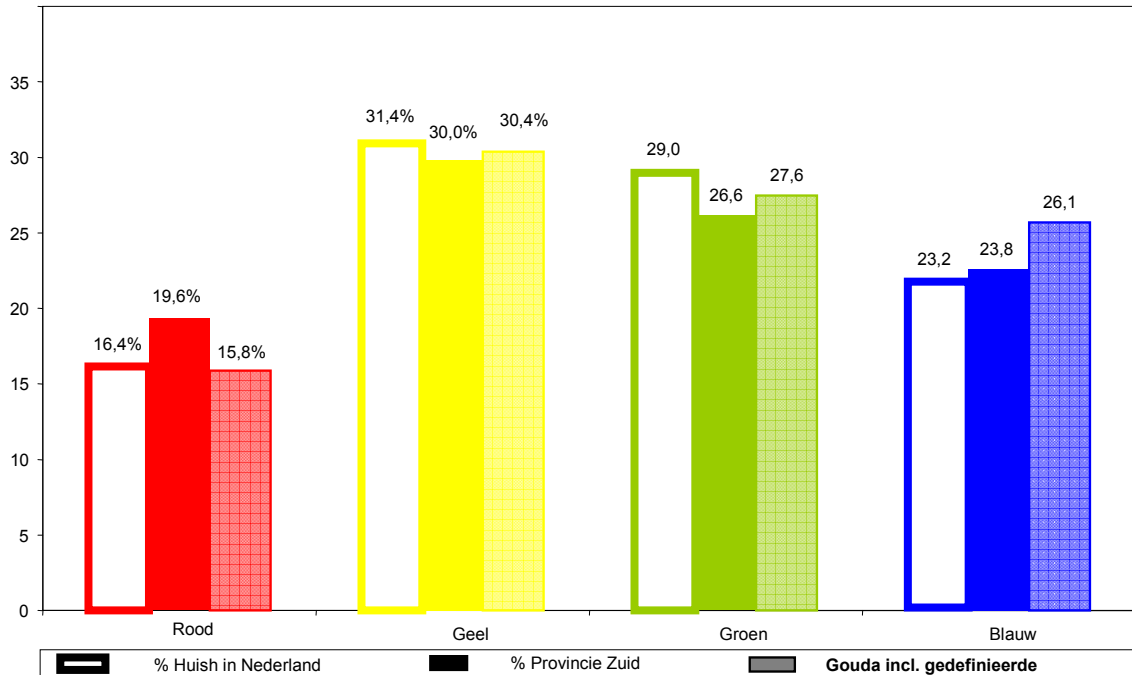
2.4.2 *De kleurwerelden in Gouda en regio*

Op basis van het BSR-model is het aandeel van de verschillende belevingswerelden in Gouda en regio achterhaald. De gele belevingswereld is met 30% het sterkst vertegenwoordigd in Gouda en regio, gevolgd door de groene belevingswereld die een aandeel heeft van 28%. De blauwe wereld heeft een aandeel van 26%, terwijl het aandeel van de rode wereld 16% bedraagt.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding binnenstad Gouda

Figuur 2.5: Het aandeel van de verschillende belevingswerelden in Gouda en regio ten opzichte van Nederland en de provincie Zuid-Holland



Het profiel van het gedefinieerde verzorgingsgebied (Gouda incl. randgemeenten) wijkt niet sterk af van “alle huishoudens in Nederland”. In vergelijking met het landelijke beeld is de blauwe wereld relatief sterk vertegenwoordigd in Gouda en regio. De ondervertegenwoordiging van groen en de oververtegenwoordiging van blauw komt vaker voor in west-Nederland.

Aangezien voorliggende studie zich richt op de toekomstige winkelgebieden in de gemeente Gouda, is ook specifiek naar de verdeling van de kleurgroepen over die gemeente gekeken (zie figuur 1, bijlage 2b). Ten opzichte van de Nederlandse situatie valt daarbij op dat de gele en groene groep ondervertegenwoordigd zijn. De rode en blauwe groep zijn oververtegenwoordigd. De kans voor Gouda ligt dan ook vooral in ontwikkelingen die zich richten op de rode en blauwe belevingswerelden.

De verdeling van de kleurgroepen in de gemeente Gouda verschilt sterk met die in de regiogemeenten (zie figuur 2, bijlage 2b). In vergelijking met de randgemeenten is de rode wereld in Gouda sterk vertegenwoordigd, terwijl de blauwe wereld ondervertegenwoordigd is. Dit beeld is ook landelijk te zien. In het algemeen is de rode groep relatief sterk vertegenwoordigd in stedelijke gebieden en de blauwe groep relatief sterk buiten de steden.

2.5 Aansluiting op huidig winkelaanbod.

In deze paragraaf wordt aangegeven in hoeverre het huidige winkelaanbod van de bestaande winkellocaties in Gouda en regio aansluit op de consumentengroepen in het verzorgingsgebied van de toekomstige winkelgebieden bij het centrum van Gouda.

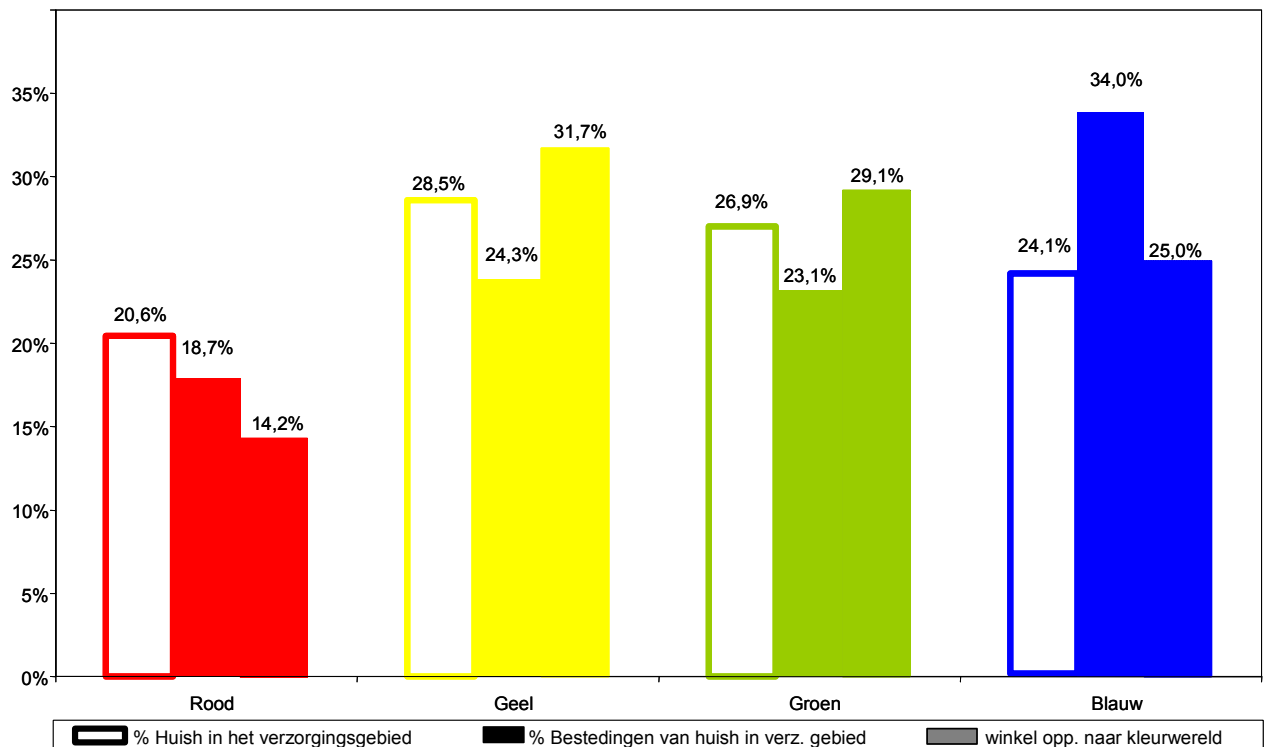
Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

De kleuroriëntatie van de winkelgebieden

Gezien de uitgangspunten van de gemeente is het vooral belangrijk dat de toekomstige winkelgebieden een functie krijgen die aansluit op de functie van het centrum van Gouda. Daarom is van de winkels in het centrum van Gouda de kleuroriëntatie achterhaald. Dit is verkregen op basis van een beoordeling van het gebied, gebaseerd op de indruk die het winkelgebied maakte bij een bezoek en een vergelijking van de kleuroriëntatie van de formulegerichte bedrijven in het winkelgebied op basis van bestaande databestanden van The SmartAgent Company hierover. Dit is vervolgens verdeeld over de m² wvo van de winkels. Naast de kleuroriëntatie van het beschikbare m² wvo in Gouda centrum zijn in onderstaande tabel ook de belevingswerelden in het verzorgingsgebied opgenomen en de bestedingen van de groepen.

Figuur 2.6: De belevingswerelden in het verzorgingsgebied, de bestedingen van deze groepen en de kleuroriëntatie van het beschikbare m² wvo in Gouda centrum



Bron: The SmartAgent Company, 2007

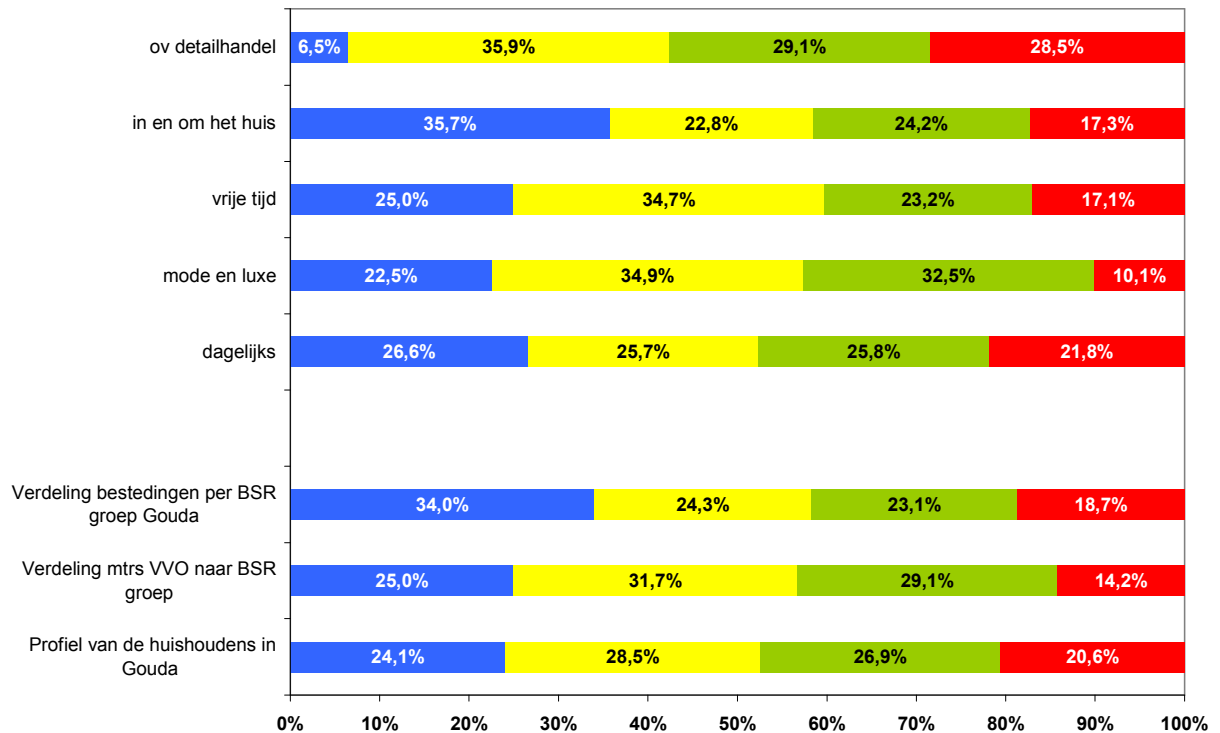
In vergelijking met de verdeling van de huishoudens in het verzorgingsgebied is te zien dat er relatief weinig wvo beschikbaar is voor consumenten uit de rode wereld. Voor de consumenten uit de gele en groene wereld zijn er relatief veel vierkante meters beschikbaar. Om te achterhalen welke belevingswerelden kansrijk zijn voor de toekomstige winkelgebieden is de kleuroriëntatie van het beschikbare m² naast het bestedingsniveau van de verschillende belevingswerelden gelegd. Hieruit blijkt dat er nog ruimte is voor uitbreiding van het aantal m² wvo in de rode en blauwe belevingswereld. Voor de gele en groene belevingswerelden is in principe al voldoende aanbod. De rode en blauwe wereld zijn dus de groepen die kansen bieden voor de toekomstige ontwikkelingen.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding binnenstad Gouda

Binnen de rode en blauwe wereld is vervolgens achterhaald welke branches kansrijk zijn. Deze exercitie is te vinden in figuur 2.7, waarbij een insteek vanuit de m² wvo is gehanteerd.

Figuur 2.7: De marktruimte in Gouda centrum per belevingswereld



Bron: The SmartAgent Company, 2007

Uit bovenstaand figuur kan worden afgelezen dat er in de rode en blauwe wereld nog ruimte is in de sectoren mode en luxe en vrije tijd.

2.6 Conclusie positionering

Op basis van de vorige paragrafen kan worden geconcludeerd dat het belangrijk is om met de ontwikkeling van detailhandel in het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone rekening te houden met de volgende aspecten:

- Ontwikkeling van grootschalige detailhandel (GDV) passend bij de functie van het centrum van Gouda.
In het centrum van Gouda is een groot tekort aan grootschalige units. Binnen de centrumring is geen ruimte om dergelijke units te ontwikkelen. Desondanks is de vraag vanuit de markt om dergelijke units groot. Om de consument aan te spreken, hebben retailers steeds meer ruimte nodig om hun artikelen te presenteren. Daarnaast nemen steeds meer retailers belevingselementen op als onderdeel van hun concept. De Jan Verswollezone, het zuidelijk stationsgebied en de Goudse Poort bieden de kans om aan deze schaalvergrotingstendens tegemoet te komen en het aanbod in Gouda aantrekkelijk te houden.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

- Het realiseren van onderscheidend vermogen voor het realiseren van een optimale retailstructuur in Gouda en voorkomen van negatieve effecten voor bestaande winkelclusters.

Ten behoeve van de retailstructuur in Gouda en het realiseren van winkelgebieden met voldoende toekomstperspectief moeten de geplande ontwikkelingslocaties in Gouda duidelijk van elkaar worden 'gebrand'. In relatie tot de functie van het centrum ligt een invulling met recreatieve branches en branches die de recreatieve functie van het centrum ondersteunen voor de Jan Verswollezone en het zuidelijk stationsgebied voor de hand. De Goudse Poort zal zich ten opzichte van die twee locaties moeten onderscheiden. Wanneer de Jan Verswollezone en het zuidelijk stationsgebied worden aangewezen als de locaties voor centrumondersteunende functies, resteert voor de Goudse Poort een invulling met doelgericht bezochte grootschalige detailhandel; destination retail waar consumenten met de auto naar toe gaan. Om zich ook te onderscheiden van Alexandrium III en andere concurrenten in de regio kan daarbij worden gedacht aan PDV-aanbod, zoals woonwinkels gericht op de regio Gouda, een bouwmarkt, een tuincentrum en doelgericht bezochte GDV-branches.

Ook een invulling met overig doelgericht bezocht vernieuwend aanbod is mogelijk, maar wanneer de Goudse Poort wordt ingevuld met groot- en/of kleinschalig recreatief aanbod, worden geen mogelijkheden gezien voor grootschalige detailhandel als invulling voor de Jan Verswollezone en het zuidelijk stationsgebied. Consumenten in de regio en daarbuiten gaan zich dan veel sterker richten op de Goudse Poort en in mindere mate op het centrum van Gouda. Het centrum zal wellicht aantrekkelijk blijven door haar historische uitstraling en sfeer en ambiance die zich zal onderscheiden van de Goudse Poort. Maar de Jan Verswollezone en het zuidelijk stationsgebied zullen daarmee onvoldoende toekomstpotentie hebben. Een supermarkt aan de Jan Verswollezone is in die situatie nog denkbaar, maar van de invulling van overige grootschalige detailhandel zal moeten worden afgezien. Gezien het beleid van de gemeente (zie paragraaf 2.1) wordt er in voorliggende studie vooralsnog van uitgegaan dat de Jan Verswollezone en het zuidelijk stationsgebied worden ingevuld met centrumondersteunende grootschalige detailhandel.

- Nieuwe clusters moeten sterk worden gebrand en zich onderscheiden van het centrum van Gouda, de retail warehouselocaties in Gouda, de Goudse Poort en overige toekomstige winkelclusters aansluitend aan de binnenstad. De Winkelconsument Centraal levert hier aanknopingspunten voor. Vanuit de thans beschikbare meters is er ruimte voor winkels die zich richten op de rode en vooral de blauwe belevingswereld. Oriëntatie op deze groepen vormt een duidelijke kans voor de invulling van de toekomstige ontwikkelingslocaties. Voor de rode consument die vooral in Gouda woont en in het algemeen weinig mobiel is, zijn de toekomstige locaties dicht in de buurt. Voor de blauwe consument die vooral in de randgemeenten woont en normaal gesproken erg mobiel is, zijn de locaties goed bereikbaar.

Beide belevingswerelden worden onvoldoende bediend in de sectoren mode en luxe en vrije tijd. Dit zijn dan ook de sectoren die kansen bieden voor de toekomstige ontwikkelingslocaties.

3 Omvang retailclusters

Dit hoofdstuk gaat in op de omvang waarvan kan worden uitgegaan voor mogelijke nieuwe retailclusters in de schil van Gouda. De basis van de mogelijke omvang is een distributie planologische berekening (dpo) opgesteld die is ingestoken vanuit de Winkelconsument Centraal. Van de volgende scenario's zijn de minimum en maximum haalbare omvang berekend:

Scenario 1	De omvang van een retailcluster in de Jan Verswollezone, waarbij de komst van een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied buiten beschouwing wordt gelaten. Het rapport over de mogelijkheden van de Jan Verswollezone heeft hierbij als basis gediend.
Scenario 2	De omvang van een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied, waarbij de komst van een retailcluster aan de Jan Verswollezone buiten beschouwing is gelaten.
Scenario 3	De omvang van de realisatie van zowel een retailcluster op de Jan Verswollezone als een cluster in het zuidelijk stationsgebied.

Het dpo in dit hoofdstuk is een nadere uitwerking van de dpo-berekening uit het concept-detailhandelsbeleid van de gemeente Gouda. De berekening uit het concept-detailhandelsbeleid richtte zich op een algemene berekening van de uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse sector voor heel Gouda. Als direct verzorgingsgebied is daarbij uitgegaan van de gemeente Gouda. Daarbij is wel rekening gehouden met toevloeiing van buiten. Onderstaande berekening richt zich op de mogelijkheden van de non-food sector in het centrum van Gouda. Daarbij wordt onder de non-food sector de niet-dagelijkse sector inclusief persoonlijke verzorging verstaan. Het directe verzorgingsgebied van het centrum is de gemeente Gouda en direct omliggende gemeenten.

De basis van beide berekeningen is gelijk, zij het dat de dimensie van de kleurgroepen in onderstaande berekening is toegevoegd.

3.1 Uitgangspunten dpo-berekening

De volgende uitgangspunten liggen ten grondslag aan de dpo-berekeningen:

- Aantal inwoners directe verzorgingsgebied.
Tot het directe verzorgingsgebied van het centrum van Gouda wordt de gemeente Gouda gerekend en de direct omliggende gemeenten, te weten de gemeenten Boskoop, Moordrecht, Reeuwijk, Vlist en Waddinxveen. Momenteel wonen in dit gebied 142.700 mensen. Dit aantal neemt de komende jaren af tot 142.200 mensen in 2010 en 140.300 mensen in 2015.
- Aandeel belevingswerelden op het totale inwonertal van Gouda en regio.
Zoals uit hoofdstuk 2 blijkt, behoort 26% van de inwoners in het verzorgingsgebied tot de blauwe belevingswereld, 30% tot de gele belevingswereld, 28% tot de groene belevingswereld en 16% tot de rode belevingswereld.
- Gemiddelde bestedingen per hoofd.
De gemiddelde bestedingen per hoofd in de non-foodsector bedroegen in 2006

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

€ 2.843,-. Dit is het meest recente cijfer dat op dit moment bekend is. De berekening uit het concept detailhandelsbeleid van de gemeente Gouda, opgesteld door het EIM, richt zich op de niet-dagelijkse sector. Voor die sector lag het bestedingscijfer in 2006 lager dan voor de non-foodsector, namelijk op € 2.262,-. Het verschil in bestedingscijfer wordt echter gecompenseerd in de gemiddelde vloerproductiviteit die voor de niet-dagelijkse sector lager ligt dan voor de non-food sector. Daardoor maakt het niet uit of van de niet-dagelijkse of de non-foodsector wordt uitgegaan.

Voorzichtigheidshalve wordt het bestedingscijfer uit 2006 ook gehanteerd bij de berekening van de mogelijkheden in 2010 en 2015. De gemiddelde bestedingen zijn gecorrigeerd voor de bestedingsindexen van de vier belevingswerelden.

- Kooporiëntatie per belevingswereld.

Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2004 van Goudappel Coffeng blijkt dat de koopkrachtbinding vanuit de gemeente Gouda op het centrum van Gouda in 2004 gemiddeld 58% bedroeg. De toevloeiing van buiten de gemeente Gouda bedroeg volgens Goudappel Coffeng in 2004 49%. Deze gegevens zijn als uitgangspunt gebruikt in de berekening van het EIM.

Voor voorliggend onderzoek wordt uitgegaan van een ander direct verzorgingsgebied, namelijk Gouda en regio. Op basis van het cijfer van Goudappel Coffeng en de verwachting dat het grootste deel van de door Goudappel Coffeng aangegeven toevloeiing afkomstig is uit de direct omliggende gemeenten, wordt in voorliggende studie als koopkrachtbinding vanuit het directe verzorgingsgebied uitgegaan van iets minder dan de helft van de koopkrachtbinding uit de gemeente Gouda, namelijk 25%. Als gemiddeld toevloeiingspercentage is in voorliggende studie 10% aangehouden.

Voor de toekomst wordt verwacht dat het toevoegen van een winkelcluster op de Jan Verswollezone of het zuidelijk stationsgebied de gemiddelde oriëntatiecijfers nauwelijks beïnvloeden. Uitgegaan is van een toename van 0 tot 2%. Bij de ontwikkeling van twee centra in de toekomst neemt de gemiddelde oriëntatie naar verwachting toe met 2,5 tot 5%. Dit maximum cijfer komt overeen met de maximale toekomstige toename van de koopkrachtbinding waar in het concept-detailhandelsbeleid van de gemeente wordt uitgegaan.

De toevloeiing wordt in het concept-detailhandelsbeleid echter gelijk gehouden, terwijl in onderstaande berekening is uitgegaan van een toename van de toevloeiing van maximaal 5%. De komst van twee goed gepositioneerde nieuwe winkelgebieden aansluitend aan het centrum trekt naar verwachting ook de consument buiten het directe verzorgingsgebied sterker aan.

De oriëntatie op winkelgebieden verschilt per belevingswereld. De gemiddelde oriëntatiecijfers zijn op basis hiervan gecorrigeerd naar belevingswereld.

- De gemiddelde vloerproductiviteit, oftewel de gemiddelde omzet per m² vvo. De gemiddelde vloerproductiviteit in de sector non-food bedroeg in 2006 op basis van gegevens van het HBD € 2.010,-. Zoals al eerder aangegeven is in de berekening van het EIM uitgegaan van de niet-dagelijkse sector waar de gemiddelde vloerproductiviteit in 2006 € 1.794,- bedroeg. Het verschil in vloerproductiviteit tussen deze twee sectoren wordt gecompenseerd door het verschil in bestedingscijfer. Zoals al eerder aangegeven maakt het daardoor niet uit of van de niet-dagelijkse of de non-foodsector wordt uitgegaan.
- Huidig aanbod.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Het huidige aanbod aan non-food in het centrum van Gouda bedraagt op basis van de Locatusverkenner 2007 circa 41.400 m² wvo. 24% van dit aanbod richt zich op de blauwe belevingswereld, 33% op de gele, 30% op de groene en 13% op de rode. Het EIM gaat in haar berekeningen uit van de niet-dagelijkse sector, die in 2006 voor het centrum 43.700 m² wvo bedroeg. Dit betekent dat het aanbod aan non-food tussen 2006 en 2007 in het centrum van Gouda is afgenomen.

In onderstaande tabel zijn alle uitgangspunten nog eens overzichtelijk onder elkaar gezet. Daarbij is ook het verschil met de berekening uit het concept-detailhandelsbeleid van de gemeente Gouda aangegeven.

Tabel 3.1: Uitgangspunten dpo berekening

Indicator	Concept-detailhandelsbeleid gemeente Gouda		Voorliggende studie			
	Uitgangspunt	2006	Uitgangspunt	2008	2010	2015
Verzorgingsgebied, inwonertal	Gouda	88.580	Boskoop, Gouda, Moordrecht, Reeuwijk, Vlist en Waddinxveen	142.660	142.150	140.260
Gemiddelde bestedingen in €	Niet-dagelijkse sector	2.262	Non-food sector	2.843	2.843	2.843
Aandeel kleurgroepen in %	-	-	- Blauw - Rood - Geel - Groen	26 16 30 28	26 16 30 28	26 16 30 28
Gemiddelde koopkrachtbinding in %	Gouda	58	Boskoop, Gouda, Moordrecht, Reeuwijk, Vlist en Waddinxveen	25	27 – 30	27 – 30
Gemiddelde koopkrachttoevloeiing in %	Buiten Gouda	49	Buiten Boskoop, Gouda, Moordrecht, Reeuwijk, Vlist en Waddinxveen	10	12 – 15	12 – 15
Vloerproductiviteit in € per m ² wvo	Niet-dagelijkse sector	1.794	Non-food sector	2.010	2.010	2.010
Totale huidige aanbod in m ² wvo	Niet-dagelijkse sector	43.700	Non-food sector	41.400	41.400	41.400
Aandeel kleurgroepen in aanbod in %:	-	-	- Blauw - Rood - Geel - Groen	24% 13% 33% 30%	24% 13% 33% 30%	24% 13% 33% 30%

Op basis van bovenstaande uitgangspunten voor voorliggende studie is een distributie planologische berekening opgesteld. Daarbij komen de berekeningen voor scenario 1 en 2 overeen. Bij scenario 3 wijkt de oriëntatie af, waardoor de berekening afwijkt van de berekening voor de andere twee scenario's. In onderstaande tabel zijn de uitkomsten voor 2008, 2010 en 2015 per scenario onder elkaar gezet.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Tabel 3.2: De huidige en toekomstige uitbreidingsruimte in de non-foodsector in het centrum van Gouda in m² wvo

Belevingswerelden scenario 1 en 2	2008	2010	2015
Blauw	7.050	6.990 – 9.110	6.770 – 8.850
Rood	1.130	1.110 – 1.920	1.020 – 1.820
Geel	2.680	2.620 – 4.120	2.400 – 3.890
Groen	2.870	2.810 – 4.240	2.610 – 4.010
TOTAAL	13.730	13.530 - 19.390	12.800 – 17.770
Belevingswerelden scenario 3	2008	2010	2015
Blauw	7.050	9.650 – 12.460	9.390 – 12.170
Rood	1.130	2.130 – 3.210	2.030 – 3.090
Geel	2.680	4.510 – 6.510	4.270 – 6.240
Groen	2.870	4.600 – 6.490	4.370 – 6.240
TOTAAL	13.730	20.890 - 28.670	20.060 - 27.740

Uit de berekening blijkt dat de huidige totale uitbreidingsruimte in de non-foodsector 13.700 m² wvo bedraagt. Met de komst van een winkelgebied aansluitend aan het centrum van Gouda (scenario's een en twee) ontstaat in 2010 een ruimte van 13.500 tot 19.400 m² wvo. Na 2010 neemt de ruimte op grond van het afnemende inwonertal af tot een ruimte van 12.800 tot 17.800 m² wvo in 2015. Deze ruimte wordt als basis genomen in de verdere advisering. Wanneer twee winkelgebieden worden ontwikkeld, ontstaat in 2015 een uitbreidingsruimte van 20.100 tot 27.700 m² wvo.

Ieder op zichzelfstaand winkelcluster moet voldoende aantrekkingskracht genereren om economisch goed te kunnen functioneren. Dit heeft onder andere te maken met de omvang; er moet voldoende kritische massa worden geboden. In het algemeen kan er van worden uitgegaan dat grootschalige clusters aansluitend aan een centrumgebied voldoende van omvang zijn vanaf 8.000 m² wvo. Uit bovenstaande exercitie blijkt dat deze omvang in alle drie de scenario's kan worden gerealiseerd.

Dit betekent dat van de volgende minimum en maximum omvang per scenario kan worden uitgegaan:

Scenario 1:	Een retailcluster in de Jan Verswollezone kan een afmeting krijgen van minimaal 8.000 m ² en maximaal 17.800 m ² . Voor dit cluster is al een onderzoek gedaan naar de conceptontwikkeling. Daarbij is aanbevolen om te kiezen voor een thematisch concept gericht op mode en luxe. Dat wil zeggen dat naast een distributie planologische berekening ook een kwalitatief onderzoek heeft plaatsgevonden naar de mogelijke invulling van de Jan Verswollezone. Uit dat onderzoek blijkt dat op de Jan Verswollezone een cluster haalbaar is met het thema mode en luxe met een omvang van 8.000 tot 10.000 m ² wvo. Deze omvang wordt ingevuld met grootschalige winkels, aangevuld met kleinschalige winkels en horeca. De supermarkt is hierbij buiten beschouwing gelaten. Bij een cluster van 10.000 m ² wvo bestaat 9.000 m ² wvo uit detailhandel; het overige deel (1.000 m ² wvo) uit horeca.
Scenario 2:	Een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied kan op basis van de distributie planologische ruimte een afmeting krijgen van 12.800 m ² tot 17.800 m ² wvo. Uitgaande van het realiseren van voldoende kritische massa betekent dit een minimum omvang van 8.000 m ² wvo. Op basis

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

	van de uitbreidingsruimte kan maximaal 17.800 m ² wvo worden gerealiseerd.
Scenario 3:	Twee retailclusters aansluitend aan de binnenstad kunnen distributief gezien een omvang krijgen van 20.100 tot 27.700 m ² wvo. Rekening houdend met het conceptontwikkelingsonderzoek dat uitgevoerd is voor de Jan Verswollezone blijft voor het zuidelijk stationsgebied, na invulling van de Jan Verswollezone, met een cluster van 8.000 tot 10.000 m ² wvo, waarvan 1.000 m ² bestemd is voor horeca, 13.100 tot 18.700 m ² wvo aan distributieve ruimte over. Uitgaande van het realiseren van voldoende kritische massa betekent dit een minimum omvang voor het zuidelijk stationsgebied van 8.000 m ² wvo. Op basis van de uitbreidingsruimte kan maximaal 18.700 m ² wvo worden gerealiseerd.

Tabel: 3.3: De minimum en maximum mogelijke omvang per scenario in 2015

Scenario's	Minimum omvang in m ² wvo	Maximum omvang in m ² wvo
Scenario 1 ¹	8.000	11.000 (inclusief supermarkt)
Scenario 2	8.000	17.800
Scenario 3	16.000	27.700

¹ Hierbij is uitgegaan van de geadviseerde branding van de Jan Verswollezone als themacentrum voor mode en luxe.

4 Effecten voor het huidige winkelgebied

Dit hoofdstuk gaat in op de mogelijke effecten van eventuele nieuwe winkelgebieden op het huidige kernwinkelgebied. Ingegaan wordt op de kwantitatieve en kwalitatieve effecten van de drie scenario's uit het vorige hoofdstuk en de kwalitatieve effecten voor de bestaande detailhandel wanneer geen retailclusters aansluitend aan het centrum worden toegevoegd. Bij de effectbepaling wordt zowel de minimum als de maximum omvang van de mogelijke retailclusters meegenomen.

Paragraaf 4.1 gaat in op de effecten van scenario 1: een retailcluster aan de Jan Verswollezone. De komst van een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied is daarbij buiten beschouwing gelaten. In paragraaf 4.2 komen de effecten van scenario 2 aan bod: een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied. De komst van een retailcluster aan de Jan Verswollezone is hierbij buiten beschouwing gelaten. De effecten van scenario 3, de realisatie van zowel een retailcluster op de Jan Verswollezone als een cluster in het zuidelijk stationsgebied, zijn uitgewerkt in paragraaf 4.3. De effecten voor de binnenstad zonder komst van een toekomstig retailcluster, scenario 4, komen in paragraaf 4.4 aan de orde. De effecten hiervan zijn al onderzocht bij de opstelling van de concept-detailhandelsnota en zijn dan ook slechts kwalitatief uitgewerkt. De afsluitende paragraaf geeft de conclusies van dit hoofdstuk.

4.1 De effecten van scenario 1

Zoals het rapport 'Winkelproject Jan Verswollezone' uit 2007 liet zien, wordt voor deze locatie een thematische invulling geadviseerd met mode en luxe voor de blauwe en rode belevingswerelden. Berekend is (zie bijlage 3a) dat in de sector 'mode en luxe' voor de blauwe en rode belevingswereld in 2015 een marktruimte aanwezig is van circa 6.500 m² wvo. Daarbij wordt 1.000 m² wvo gereserveerd voor het centrum van Waddinxveen; het resterende deel 5.500 m² wvo, wordt toebedeeld aan de Jan Verswollezone. Daarbij wordt voor de rode wereld gedacht aan winkels als H&M, Mexx, Zara en Matinique. Winkels die zich vooral op de blauwe belevingswereld richten zijn: Adams Men Wear, Claudia Sträter, Geddes & Gilmore, McGregor, Piet Zoomers, River Woods, Set Point, Suit Supply en Tender.

Distributie planologisch is in Gouda de aangegeven ruimte van 5.500 m² wvo aanwezig. Dat wil zeggen dat die ruimte kan worden toegevoegd zonder dat dit in principe economisch nadelige effecten voor de bestaande ondernemers met zich meebrengt. De omzetten van de ondernemers kunnen dalen, maar blijven op een niveau waarbij zij nog voldoende omzet realiseren. Wanneer meer meters in de branche mode en luxe worden toegevoegd dan 5.500 m² wvo kunnen omzeteffecten bij de bestaande detailhandel ontstaan die tot een faillissement kunnen leiden.

Berekend kan worden dat de bestedingsruimte in het centrum van Gouda in 2015 € 45,2 miljoen bedraagt². Uitgaande van de gemiddelde vloerproductiviteit, die € 3.150,- per m² wvo bedraagt, is in Gouda centrum een aanbod aan mode en luxe haalbaar voor de blauwe en rode belevingswerelden van 14.350 m² wvo. Hierin zit

² De bestedingsruimte is berekend door de volgende berekening uit te werken voor de blauwe en rode belevingswereld: (aantal inwoners kleurgroep in verzorgingsgebied * gemiddelde bestedingen kleurgroep aan mode en luxe) * oriëntatie kleurgroep op mode en luxe (binding en toevloeiing). In bijlage 3a zijn de uitgangspunten en cijfers van de berekening uitgewerkt.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

zowel het bestaande aanbod als de uitbreidingsruimte van 5.500 m² wvo. Tot die omvang kunnen alle ondernemers in de branche mode en luxe in Gouda centrum voldoende omzet genereren. Wanneer meer dan 14.350 m² wvo wordt aangeboden, moet de bestedingsruimte over meer meters worden verdeeld en kunnen niet alle ondernemers meer voldoende omzet genereren. Om dit concreter te maken, is berekend dat iedere 1.000 m² wvo die extra wordt toegevoegd maximaal een omzetderving van 7% bij de bestaande detaillisten in de branches mode en luxe tot gevolg kan hebben.

Tabel 4.1: Omzeteffect in de mode- en luxe branche van iedere 1.000 m² wvo uitbreiding boven de distributie planologische ruimte

	Omzeteffect
Totaal haalbare aanbod in m ² wvo ³	14.350
Vloerproductiviteit in m ² wvo	3.150
Normatieve omzet haalbare aanbod in EUR	45,2 mln
Extra aanbod in m ² wvo	1.000
Vloerproductiviteit in m ² wvo	3.150
Normatieve omzet extra aanbod in EUR	3,1 mln
Omzetzaling bestaande retailers in %	7

Wanneer in plaats van extra m² bovenop de distributieve ruimte, aanbod vanuit het centrum wordt verplaatst naar de Jan Verswollezone, treedt geen omzetderving voor de bestaande detailhandel op. Voorwaarde is dan wel dat de oude locatie wordt ingevuld met branches in de gele en groene belevingswereld met nog distributieve ruimte die van toegevoegde waarde zijn voor het centrum van Gouda.

Invulling van de Jan Verswollezone met mode en luxe, waarbij een centrum wordt ontwikkeld van minimaal 8.000 m² wvo (5.500 m² wvo nieuw aanbod en 2.500 verplaatst aanbod) en maximaal 10.000 m² wvo (5.500 m² wvo nieuw aanbod en 4.500 verplaatst aanbod) kan een omzetstijging bij de bestaande winkels opleveren van 5 tot 21%. Tot deze omzetstijging is gekomen door de berekende toekomstige vloerproductiviteit na de minimum dan wel maximum uitbreidingsruimte (berekend in hoofdstuk 3) te vergelijken met de normatieve vloerproductiviteit. Daarbij wordt tot de toekomstige vloerproductiviteit gekomen door het totale omzetspotentieel, dat ontstaat in 2015 na de minimum dan wel maximum uitbreiding van het aanbod, te delen door de totale omvang van het aanbod in 2015. Daarbij levert toevoeging van de maximum omvang een beperkter positief omzeteffect op dan toevoeging van de minimum omvang. Door de maximum en minimum omvang als uitgangspunt te nemen, geeft de berekening de extremen weer. Een omzetstijging van 21% is een uitzondering en kan alleen worden gerealiseerd door winkels die zich optimaal weten te positioneren. Een omzeteffect van 5% is het andere uiterste. Het daadwerkelijke effect zal in werkelijkheid tussen de 5% en 21% komen te liggen.

³ Het totaal haalbare aanbod is berekend door de volgende berekening uit te werken voor de blauwe en rode belevingswereld: (aantal inwoners kleurgroep in verzorgingsgebied * gemiddelde bestedingen kleurgroep aan mode en luxe) * oriëntatie kleurgroep op mode en luxe (binding en toevloeiing) / vloerproductiviteit mode en luxe. In bijlage 3a zijn de uitgangspunten en cijfers van de berekening uitgewerkt.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Tabel 4.2: Omzeteffect bestaande non-food detailhandel bij invulling distributieve ruimte

	Omzeteffect	
	Minimum	Maximum
Huidig aanbod non-food in m ² wvo	41.350	41.350
Toevoeging mode en luxe in m ² wvo in 2015	10.000	8.000
Totale omvang in m ² wvo in 2015	51.350	49.350
Totaal omzetspotentieel in € in 2015	108,8 mln	120,4 mln.
Vloerproductiviteit in € per m ² wvo in 2015	2.120	2.440
Normatieve vloerproductiviteit in € per m ² wvo	2.010	2.010
Maximale omzetsijging in %	5	21

4.2 De effecten van scenario 2

De effecten voor het bestaande aanbod in de binnenstad van Gouda van de komst van een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied hangen af van de uiteindelijke invulling van dit gebied. De uiteindelijke invulling wordt bepaald door de positionering (zie paragraaf 2.6).

Op basis van de positionering zijn de volgende invullingsmogelijkheden voor het zuidelijk stationsgebied mogelijk:

1. Themacentrum mode en luxe.
Wanneer gekozen wordt voor dit scenario wordt bij voorkeur gekozen voor een thematische invulling met 'mode en luxe' voor de blauwe en rode belevingswerelden. Een dergelijke invulling biedt de sterkste aanvulling op het centrum van Gouda en de sterkste branding van de locatie. Wat betreft de effecten wordt verwezen naar de voorgaande paragraaf.
2. Invulling met vrije tijd.
De tweede voorkeur gaat uit naar het thema 'vrije tijd'. Dit thema past goed bij het zuidelijk stationsgebied. Het thema vrije tijd sluit goed aan op de recreatieve functie van het centrum van Gouda. Daarnaast past het thema goed bij de ligging tussen het centrum en het station. Van belang is dat vanaf het station direct zichtbaar is hoe de route naar het centrum loopt, waarmee de locatie een functie krijgt als verbindingsstraat. Aan de kant van het station stopt het winkelgebied nu abrupt. Een verbindingsstraat kan de overgang van winkelgebied naar woon-/werk-/reisgebied geleidelijker in de beleving van de consument doen overlopen. Verder wordt het gebied naar verwachting dagelijks door dezelfde forensen bezocht. Een kans voor het zuidelijk stationsgebied is dan ook een invulling die zich voor een deel richt op treinreizigers, kortom vrijetijdsfuncties, zoals media.

Uit bijlage 3b blijkt echter dat de distributieve ruimte in de vrijetijdsbranche beperkt is. Deze is namelijk slechts 1.400 m² wvo. Deze ruimte kan worden ingevuld met een gespecialiseerde boekhandel, een speelgoedwinkel en/of een sportwinkel. Eventueel kunnen hier nog kleinschalige winkels zoals een computerwinkel of een gespecialiseerde electrowinkel aan worden toegevoegd. Aanbevolen wordt om niet meer dan 1.400 m² wvo aan nieuwe winkels met vrije tijd toe te voegen. Iedere extra 1.000 m² wvo geeft een omzetsijging van 14% voor de bestaande detailhandel (zie onderstaande tabel en paragraaf 4.1 voor een verdere toelichting van de tabel). Een mogelijkheid is om een deel van de ruimte

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

in te vullen met verplaatsingen. Voorwaarde is dan wel dat de vrij komende ruimte met interessant aanbod wordt ingevuld, bijvoorbeeld een H&M of een Zara. In hoofdstuk 5 wordt uitgebreid bij dit concept stilgestaan.

De verdere invulling van het themacentrum kan vervolgens met andere vrijetijdsfuncties tot stand worden gebracht. Gedacht kan worden aan een e-shop waar reizigers vooraf bestelde goederen kunnen ophalen. Daarnaast is een combinatie met leisurevoorzieningen (horeca en entertainment functies niet zijnde detailhandel) een idee. In het volgende hoofdstuk wordt hier verder op ingegaan.

Tabel 4.3: Omzeteffect van iedere 1.000 m² wvo uitbreiding in de sector vrije tijd boven de berekende distributie planologische ruimte

	Omzeteffect
Totaal haalbare aanbod ⁴	7.050
Vloerproductiviteit in m ² wvo	3.120
Normatieve omzet haalbare aanbod in EUR	22,0 mln
Extra aanbod	1.000
Vloerproductiviteit in m ² wvo	3.120
Normatieve omzet extra aanbod in EUR	3,1 mln
Omzetzaling bestaande retailers in %	14

3. Gemengde invulling.

Op basis van de distributieve berekening is een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied mogelijk van minimaal 8.000 m² wvo en maximaal 17.800 m² wvo. Deze ruimte is distributief aanwezig in de gehele non-food sector. Dit betekent dat wanneer het zuidelijk stationsgebied wordt ingevuld met verschillende branches binnen de berekende marktruimte, dit geen tot beperkte effecten zal opleveren voor de bestaande detailhandel.

Invulling van het zuidelijk stationsgebied met gemengd aanbod, waarbij een centrum wordt ontwikkeld van 8.000 tot 17.800 m² wvo levert een omzetsijging bij de bestaande winkels op van -8% tot 21%. Een omzeteffect van -8% treedt echter alleen op wanneer de kooporiëntatie niet zal toenemen. Door de toenemende aantrekkelijkheid van Gouda centrum wordt echter verwacht dat de oriëntatie wel toeneemt. Een omzetsijging van 21% treedt alleen in uitzonderlijke situaties op bij winkels die zich optimaal weten te positioneren. Door uit te gaan van de minimum en maximum uitbreidingsruimte zijn, zoals in paragraaf 4.1 al is aangegeven, in onderstaande tabel de uitersten berekend. In onderstaande tabel is ook aangegeven dat bij een uitbreidingsruimte van 12.800 m² wvo een 0-effect optreedt. Om er zeker van te zijn dat er geen negatief omzeteffect zal optreden zou in dit scenario moeten worden gekozen voor een invulling van het zuidelijk stationsgebied met 8.000 tot 12.800 m² wvo.

⁴ Het totaal haalbare aanbod is berekend door de volgende berekening uit te werken voor alle belevingswerelden: (aantal inwoners in verzorgingsgebied * gemiddelde bestedingen kleurgroep aan vrije tijd) * oriëntatie kleurgroep op vrije tijd (binding en toevloeiing) / vloerproductiviteit vrije tijd. In bijlage 3b zijn de uitgangspunten en cijfers van de berekening uitgewerkt.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Tabel 4.4: Omzeteffect bestaande non-food detailhandel bij invulling distributieve ruimte (voor een toelichting op de berekening, zie paragraaf 4.1)

	Omzeteffect		
	Minimum	0-effect	Maximum
Huidig aanbod non-food in m ² wvo	41.351	41.351	41.351
Toevoeging aanbod in m ² wvo	17.800	12.800	8.000
Totale omvang in m ² wvo	59.151	54.151	49.351
Totaal omzetspotentieel in €	108,8 mln	108,8 mln	120,4 mln
Vloerproductiviteit toekomstige aanbod in € per m ² wvo	1.840	2.010	2.441
Normatieve vloerproductiviteit in € per m ² wvo	2.010	2.010	2.010
Maximale omzetsijging in decimalen.	8-	0	21

4.3 De effecten van scenario 3

In het concept-detailhandelsbeleid van de gemeente Gouda zijn mogelijkheden verkend voor twee retailclusters aansluitend aan het centrum van Gouda. Daarbij gaat het zowel om een cluster in het zuidelijk stationsgebied en een cluster aan de Jan Verswollezones. De Jan Verswollezones is in dit scenario de aangewezen locatie als themacentrum voor mode en luxe, omdat deze locatie minder geschikt is voor het thema vrije tijd. Daarbij zal dit centrum een omvang moeten krijgen van 8.000 tot 10.000 m² wvo. Zoals uit paragraaf 4.1 blijkt blijven de effecten voor het centrum beperkt bij een omvang van 5.500 m² wvo en de resterende meters worden ingevuld door verplaatsing van retailers waarbij de vrij komende meters met aantrekkelijke nieuwe retailers worden ingevuld. Iedere 1.000 m² wvo die echter met mode en luxe aanbod wordt ingevuld boven de berekende distributieve ruimte kan een omzeteffect van 7% bij de bestaande detailhandel met zich meebrengen (zie paragraaf 4.1 voor een verdere toelichting van de tabel).

De invullingsmogelijkheden voor het zuidelijk stationsgebied richten zich in dit scenario in eerste instantie op een invulling als vrijetijdscentrum en in tweede instantie op een gemengde invulling. Het zuidelijk stationsgebied zal zich immers moeten onderscheiden van het aanbod aan de Jan Verswollezones en de binnenstad van Gouda.

Een themacentrum vrije tijd in het zuidelijk stationsgebied (zie hoofdstuk 5 voor het concept hiervan) levert op deze plek geen negatieve effecten bij de bestaande detailhandel op wanneer maximaal 1.400 m² wvo wordt ingevuld met nieuwe winkels in deze sector. Wanneer meer meters worden toegevoegd, levert dit geen negatieve effecten op onder voorwaarde dat dit verplaatste meters zijn en de vrij komende meters met aantrekkelijk onderscheidend aanbod wordt ingevuld. Toevoeging van 1.000 m² wvo boven de distributieve ruimte kan een omzetsderving bij de bestaande detailhandel met zich meebrengen tot 14%.

De branches mode en luxe in de blauwe en rode belevingswereld zullen bij een gemengde invulling buiten het aanbod moeten worden gehouden. Dit betekent dat het zuidelijk stationsgebied met 8.000 tot 18.700 m² wvo kan worden ingevuld met gemengde branches met uitzondering van mode en luxe gericht op de blauwe en rode belevingswereld. Bij een dergelijke invulling zal de bestaande detailhandel geen negatieve effecten ondervinden.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Wanneer twee grootschalige retailclusters worden toegevoegd aansluitend aan het centrum van Gouda die zich onderscheiden van het bestaande aanbod en zich beperken tot de distributieve ruimte, wordt de bestaande detailhandel versterkt. Door toevoeging van de twee clusters neemt de aantrekkelijkheid van het centrum van Gouda toe. De oriëntatie op het centrum van Gouda neemt hierdoor toe met 2,5 tot 5%. Dit zijn voorzichtige inschattingen. Dit kan een omzeteffect bij de bestaande detailhandel opleveren van -11 tot 26%. Een omzeteffect van -11% treedt alleen op wanneer de kooporiëntatie minimaal toeneemt. Door de toenemende aantrekkelijkheid van Gouda centrum wordt echter verwacht dat de oriëntatie toeneemt met ten minste 5%. Een omzestijging van 26% treedt alleen op bij winkels die zich optimaal weten te positioneren. Zoals al eerder aangegeven, is het uiterste omzeteffect berekend. Daarnaast is in onderstaande tabel af te lezen dat bij een toevoeging van in totaal 20.000 m² wvo naar verwachting geen omzeteffect bij de bestaande detailhandel optreedt. Daarbij is bij de berekening van het 0-effect uitgegaan van dezelfde kooporiëntatie als in het minimum model.

Tabel 4.5: Omzeteffect bestaande non-food detailhandel bij invulling distributieve ruimte (voor een toelichting op de berekening, zie paragraaf 4.1)

	Omzeteffect		
	Minimum	0-effect	Maximum
Huidig aanbod non-food in m ² wvo	41.350	41.350	41.350
Toevoeging themacentra in m ² wvo	27.700	20.060	13.500
Totale omvang in m ² wvo	69.050	61.410	54.850
Totaal omzetspotentieel in €	123,4 mln	123,4 mln	138,9 mln.
Vloerproductiviteit toekomstige aanbod in € per m ² wvo	1.790	2.010	2.530
Normatieve vloerproductiviteit in € per m ² wvo	2.010	2.010	2.010
Maximale omzestijging in decimalen.	11-	0	26

Wanneer de twee winkelclusters in dit scenario in plaats van op twee locaties, op een locatie wordt ontwikkeld, waarbij dus wordt uitgegaan van de ontwikkeling van twee thematische centra op een locatie, kan niet zomaar van dezelfde toename van de aantrekkelijkheid worden uitgegaan. De aantrekkelijkheid heeft immers ook met de bronpuntfunctie (parkeersfunctie) van beide locaties te maken. Wel kan worden uitgegaan van een toename van de aantrekkelijkheid die boven de aantrekkelijkheid van de oriëntatie bij realisatie van slechts een thematisch centrum uitgaat. Voorwaarde is dan wel dat beide centra goed op elkaar en op het bestaande aanbod in het centrum worden aangesloten en een goede uitstraling krijgen.

4.4 De effecten van scenario 4

In het concept-detailhandelsbeleid van de gemeente Gouda zijn de effecten beschreven wanneer de binnenstad van Gouda geen veranderingen ondergaat. Een van de grote trends binnen de detailhandel is schaalvergroting. Retailers hebben behoefte aan grotere winkelunits om hun winkelconcept goed tot hun recht te laten komen. In het centrum van Gouda kan momenteel niet worden voldaan aan deze vraag. Vernieuwing van het centrum met nieuwe formules blijft dan uit. Het centrum van Gouda wordt hierdoor voor de consument steeds minder interessant en gaat steeds meer uitwijken naar winkelgebieden die wel meegaan met de tijd. Dit betekent dat de oriëntatie op Gouda centrum gaat afnemen. Het omzetspotentieel voor de ondernemers neemt hierdoor af. Een afname van de oriëntatie met 5% leidt bijvoorbeeld tot een

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

omzetsdaling bij de bestaande detailhandel van 25%. Op dit getal wordt uitgekomen door de huidige vloerproductiviteit van de ondernemers te vergelijken met de toekomstige vloerproductiviteit na een oriëntatie daling van 5%. Daarbij wordt de vloerproductiviteit berekend door het omzetspotentieel te delen door het aanbod. In onderstaande tabel is een en ander uiteengezet.

Tabel 4.6: Rekenvoorbeeld omzeteffect bij scenario 4

	Omzeteffect
Huidig omzetspotentieel in m ² wvo ⁵	110,7 mln
Huidige omvang van het aanbod in m ² wvo	41.351
Huidige vloerproductiviteit in EUR	2.677
Daling oriëntatie in %	5
Omzetspotentieel in m ² wvo na oriëntatie daling	83,4 mln.
Omvang van het aanbod in m ² wvo	41.351
Vloerproductiviteit in €, na oriëntatie daling	2.016
Omzetsdaling bestaande retailers in % na oriëntatie daling	- 25%

Een sterke omzetsdaling kan op termijn leegstand tot gevolg hebben. Deze leegstand treedt naar verwachting eerst op in de B-gebieden. Wellicht slaat dit vervolgens over naar de A2 winkelgebieden en uiteindelijk zelfs naar de A1 winkelgebieden. Niets doen is dus uiteindelijk achteruitgang.

4.5 Conclusies effecten

In dit hoofdstuk zijn de effecten beschreven van de verschillende toekomstscenario's voor de bestaande detailhandel in het centrum van Gouda, namelijk:

1. Realisatie van een retailcluster aan de Jan Verswollezone.
2. Realisatie van een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied.
3. Realisatie van zowel een retailcluster aan de Jan Verswollezone als in het zuidelijk stationsgebied.
4. Handhaving van de huidige situatie.

Het onderzoek laat zien dat scenario 1 het centrum van Gouda versterkt en positieve effecten voor de bestaande detailhandel met zich meebrengt. Realisatie van dit scenario kan een omzettoename bij de bestaande detailhandel tot gevolg hebben van 5 tot 21%. Voorwaarde is dan wel dat het cluster wordt ingevuld met maximaal 5.500 m² wvo aan nieuwe winkels. Het resterende deel moet worden ingevuld met winkels die worden verplaatst vanuit het centrum. Vervolgens moet de vrijgekomen ruimte met nieuwe sterke groene en gele winkels worden ingevuld.

Scenario 2 kan een omzetverandering bij de bestaande detailhandel opleveren van -8 tot 21%. Het negatieve resultaat treedt naar verwachting niet op. Dit treedt alleen op wanneer de oriëntatie niet verandert. Dit is echter niet de verwachting.

⁵ Het huidige omzetspotentieel is berekend door de volgende berekening uit te werken voor alle belevingswerelden voor de huidige situatie: (aantal inwoners in verzorgingsgebied * gemiddelde bestedingen kleurgroep aan non-food) * oriëntatie kleurgroep non-food sector (binding en toevloeiing) / vloerproductiviteit non-food sector.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Scenario 3 levert een omzetverandering van -11 tot 26% op. Ook bij dit scenario geldt dat het negatieve resultaat alleen optreedt wanneer de oriëntatie niet verandert, wat niet wordt verwacht.

Zowel voor scenario 1, 2 als 3 kan er van worden uitgegaan dat er geen negatief omzetresultaat voor de bestaande detailhandel zal optreden. Dat geldt op termijn wel voor scenario 4. Niets doen betekent automatisch achteruitgang.

5 Het winkelconcept voor het zuidelijk stationsgebied

De mogelijke ontwikkelingsscenario's voor het zuidelijk stationsgebied die in hoofdstuk 4 zijn aangegeven, worden in dit hoofdstuk verder uitgewerkt. Daarbij komen de verschillende kwaliteitsaspecten van de winkelconcepten aan bod. In paragraaf 5.1 is een uitwerking gegeven aan de functionele kwaliteitsaspecten voor de drie verschillende invullingsmogelijkheden. In paragraaf 5.2 komen de fysieke kwaliteitsaspecten aan bod en in paragraaf 5.3 de commerciële kwaliteitsaspecten.

5.1 De functionele kwaliteitsaspecten

In hoofdstuk 4 zijn de verschillende invullingsmogelijkheden voor het zuidelijk stationsgebied aangegeven, namelijk:

- Themacentrum mode en luxe.
- Themacentrum vrije tijd.
- Gemengde invulling.

Achtereenvolgens wordt in deze paragraaf per invullingsmogelijkheid ingegaan op de branches en formules die passen in het concept. Vervolgens wordt de wenselijke unitgrootte van de aanbevolen winkels aangegeven, verdeeld over grootschalig en kleinschalig aanbod en nieuw en te verplaatsen aanbod.

5.1.1 *Themacentrum mode en luxe*

Voorbeeldformules

Op het moment dat de Jan Verswollezone niet wordt ontwikkeld als winkelcluster, wordt aanbevolen om het zuidelijk stationsgebied te ontwikkelen als themacentrum voor 'mode en luxe' voor de blauwe en rode belevingswerelden. Daarmee ontstaat voor Gouda namelijk een winkelcentrum dat bijzonder sterk 'gebrand' is. Met een dergelijk centrum wordt de positie van het centrum van Gouda optimaal versterkt. De invulling moet een mix worden van grootschalige detailhandel, kleinschalige detailhandel en horeca.

De rode wereld richt zich bij de aanschaf van mode en luxe vooral op vernieuwende, trendy en aparte winkels. Voorbeelden van passende formules voor de rode wereld zijn winkels als H&M, Mexx, Zara en Matinique.

De blauwe wereld volgt de trends van consumenten uit de rode belevingswereld. Zij willen eveneens in sterke mate een vernieuwende en trendy indruk maken. Naast het volgen van de rode belevingswereld komt dit volgens hen tot stand door het dragen van merkartikelen en luxe kleding. Naast het imago dat zij met hun kleding willen uitstralen, is de blauwe groep daarnaast gevoelig voor winkels die zich richten op service, rust en klasse en die overzicht bieden. De uitverkoopperiode doet deze consumenten niet zo veel. Voorbeelden van typisch blauwe winkels zijn Piet Zoomers, McGregor, River Woods en Claudia Sträter.

Verschiedende modische winkels, zoals Zara en Esprit, hebben een geheel lifestyleconcept ontwikkeld, waarbij zij naast kleding ook woninginrichting aanbieden. Zolang de woninginrichting onderdeel uitmaakt van een modisch concept en zich richt op het aanbieden van een volledig lifestyleconcept, past dergelijk aanbod goed op het zuidelijk stationsgebied.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Unit grootte grootschalige detailhandel

Op de locatie zuidelijk stationsgebied kan circa 5.500 m² wvo aan nieuwe grootschalige mode- en luxewinkels voor de blauwe en rode wereld worden toegevoegd. Veel grootschalige winkels in de branche mode en luxe zijn op zoek naar een omvang van 500 tot 1.500 m² wvo. Daarnaast is in het algemeen binnen de branche mode en luxe behoefte aan units tussen de 150 en 500 m² wvo. Ook aan de vraag naar deze units kan het centrum van Gouda niet voldoen. Bij 5.500 m² wvo heeft de locatie een te beperkte kritische massa. De aantrekkelijkheid van de locatie is dan te beperkt. Voldoende kritische massa ontstaat wanneer een cluster wordt gerealiseerd van 8.000 tot 10.000 m² wvo, bestaande uit grootschalige winkels, aangevuld met kleinschalige winkels en horeca. Naast 5.500 m² wvo aan nieuwe grootschalige winkels moet 5.500 m² wvo aan te verplaatsen grootschalige mode- en luxewinkels aan de locatie worden toegevoegd.

Unit grootte kleinschalige detailhandel

Ter vergroting van de aantrekkelijkheid van het zuidelijk stationsgebied en ter versterking van de binnenstad van Gouda kan een deel van het aanbod op de locatie worden ingevuld met kleinschalig aanbod. Dat wil zeggen aanbod kleiner dan 100 m² wvo. Gedacht wordt aan kleinschalig doelgericht bezocht aanbod binnen de branche mode en luxe, zoals een juwelier, optiek en een speciaalzaak op het gebied van huishoudelijke artikelen. Voor het kleinschalige aanbod wordt circa 10% van de totale omvang van de locatie gereserveerd. Dit komt neer op 800 tot 1.000 m² wvo.

Unit grootte horeca

Om de aantrekkelijkheid en de verblijfsduur van consumenten op de locatie te vergroten, kunnen horecavestigingen worden toegevoegd. Dergelijke vestigingen dienen als rustpunt in het winkelgebied. Gedacht kan worden aan een lunchroom, restaurant en een ijs- en koffiekiosk. Gezien de focus op de blauwe en rode groep zullen de lunchroom en het restaurant trendy moeten worden ingestoken. Voor deze sector wordt in totaal een metrage van 1.000 m² wvo gereserveerd.

5.1.2 *Themacentrum vrije tijd*

Wanneer de Jan Verswollezone ontwikkeld wordt als themacentrum voor mode en luxe wordt aanbevolen om het zuidelijk stationsgebied in te vullen als themacentrum voor vrije tijd. Dit thema past goed bij de ligging van het zuidelijk stationsgebied tussen het station en de binnenstad en biedt de locatie een sterke branding.

Voorbeeldformules

Uit bijlage 3b blijkt echter dat de distributieve ruimte in de vrije tijd beperkt is, namelijk 1.400 m² wvo. Deze ruimte kan worden ingevuld met een gespecialiseerde boekhandel, een speelgoedwinkel en/of een sportwinkel (zoals eerder al is omschreven). Eventueel kunnen hier nog kleinschalige winkels zoals een computerwinkel of een gespecialiseerde elektrawinkel aan worden toegevoegd. De verdere invulling van het themacentrum kan vervolgens met behulp van andere sectoren tot stand worden gebracht. Gedacht kan worden aan een e-shop of afhaalpunt waar reizigers vooraf, op internet bestelde goederen kunnen ophalen of terugbrengen. Daarnaast zijn leisure-voorzieningen, zoals een amusementscentrum een mogelijkheid. Hierbij kan worden gedacht aan een integraal centrum met verschillende leisure-faciliteiten. Een voorbeeld is een kookstudio waar je met een

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

professionele kok kan koken en vervolgens dineren, een wellness centrum met onder andere sauna en massagemogelijkheden, een fitnesscentrum en een internetcafé, gecombineerd met een gameruimte waar je bijvoorbeeld virtueel kan dansen, tennissen of golfen.

Wanneer er voor een dergelijk concept gekozen wordt in het zuidelijk stationsgebied moet dit wel worden afgestemd met andere initiatieven die er binnen de gemeente zijn op het gebied van leisure. Op de locatie Hamstergat zijn bijvoorbeeld plannen voor een leisurecentre in combinatie met een discotheek, dat gericht is op de doelgroep jongeren. Bij het sportpark Groenhovenpark zijn plannen voor een nieuw zwembad in combinatie met wellness. Verder bestaan er plannen voor een fitnesscentrum op de locatie 'Bolwerk', waar tevens een Golden Tulip hotel wordt ontwikkeld.

Unit grootte

Wat betreft de detailhandel binnen het thema vrije tijd kan worden gedacht aan units van 500 tot 1.500 m² wvo voor de grootschalige branches. Voor de gespecialiseerde winkels kan worden uitgegaan van circa 150 m² wvo. De ruimtes voor de leisurevoorzieningen hangen sterk af van het uiteindelijke concept. Dit zal te zijner tijd moeten worden afgestemd met de exploitanten.

5.1.3 *Gemengde invulling*

Op basis van de distributieve berekening is een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied mogelijk van minimaal 8.000 m² wvo en maximaal 17.800 m² wvo. Daarbij gaat het om een invulling met algemene non-food; kortom een gemengde invulling. Voor deze invulling moet worden gekozen op het moment dat de Jan Verswollezone als winkelgebied wordt ontwikkeld en er geen interesse blijkt te zijn vanuit de markt voor een themacentrum vrije tijd. Als de Jan Verswollezone niet wordt ontwikkeld als winkelgebied gaat de voorkeur uit naar een sterk gebrand winkelgebied voor het zuidelijk stationsgebied. Daarbij gaat de voorkeur uit naar een themacentrum mode en luxe, in tweede instantie naar een themacentrum vrije tijd en daarna pas naar een gemengde invulling. Bij een gemengde invulling wordt op basis van figuur 2.7 gedacht aan een ruimere insteek. De figuur laat zien dat er vooral een sterke ondervetegenwoordiging is in de mode en luxe voor de rode en blauwe belevingswerelden en in de vrije tijd voor de blauwe belevingswereld. In de andere sectoren zijn alle consumentengroepen goed vertegenwoordigd. Doordat een gemengde invulling alleen als thema voor het zuidelijk stationsgebied wordt aangewend wanneer de Jan Verswollezone ook als winkelgebied wordt ontwikkeld, zal de gemengde invulling van het zuidelijk stationsgebied zich moeten richten op mode en luxe voor de groene en gele belevingswereld, vrije tijd voor de blauwe belevingswereld en in en om het huis passend bij de functie van de binnenstad. Met een dergelijke invulling kan de locatie worden gezien als een verlening van de branches en kleurgroepen die in het centrum aanwezig zijn.

Voorbeeldformules mode en kleding

Gedeeltelijk moet het concept worden ingevuld met mode en kledingformules binnen de groene en gele belevingswereld. Op de Jan Verswollezone wordt het winkelcentrum ingericht met de blauwe en rode belevingswerelden waardoor in het zuidelijk stationsgebied meer ruimte is voor de gele en groene belevingswereld. Aangezien er geen marktruimte meer is in deze branche kan een dergelijke invulling alleen tot stand komen door verplaatsing van retailers uit de binnenstad. Daarbij gaat

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

het om winkels die graag een grotere unit willen huren. De vrijkomende ruimten in de binnenstad moeten vervolgens worden opgevuld met andere 'grootschalige winkels'. Voorbeelden van formules die mogelijk op zoek zijn naar een grotere unit zijn: C&A, Miss Etam, Cool Cat en M&S mode.

Voorbeeldformules vrije tijd

Binnen de vrijetijdsbranche is vooral behoefte aan winkels voor de blauwe belevingswereld, zoals blijkt uit figuur 2.7. Deze ruimte kan op verschillende manieren worden ingevuld. Ten eerste kan worden gedacht aan winkels die gericht zijn op media. Een gespecialiseerde boekhandel is naast de inwoners van het verzorgingsgebied ook interessant voor treinreizigers. Een voorbeeld van een dergelijke formule is Selexys. Een gespecialiseerde elektronicawinkel past ook goed binnen dit thema. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan een Apple store. Een ander type vrijetijdswinkel die goed op de locatie past is een relatief grote en hoogwaardige sportwinkel. Landelijke formules op dit gebied zijn Bever Zwerfsport en DAKA sport.

Voorbeeldformules in en om het huis

Binnen de branche in en om het huis kunnen de formules met een klein assortiment dat goed past bij het aanbod in de binnenstad van Gouda worden toegevoegd aan het zuidelijk stationsgebied. Hierbij kan worden gedacht aan winkels met woonaccessoires of cadeauartikelen. Voorbeelden van formules in deze branche zijn de Douwe Egberts cadeauwinkel, Riviera Maison, Trendhopper, Dille & Kamille, Cook & Co en Xenos. De grotere formules moeten worden voorbehouden aan de Goudse Poort.

Unit grootte

Binnen dit thema worden voornamelijk grootschalige units aanbevolen. Dergelijke winkels zijn op zoek naar units van 500 tot 1.500 m² wvo. Voor de speciaalzaken in de branche vrije tijd moet worden gedacht aan middelgrote units van 150 tot 500 m² wvo.

5.2 De fysieke kwaliteitskenmerken van het winkelcentrum

Voor het succes van het concept is de lay-out en de situering van de verschillende commerciële voorzieningen ten opzichte van elkaar erg belangrijk. Bij voorkeur bezoeken consumenten het totale centrum, waarbij zij een bezoek brengen aan zo veel mogelijk winkels en ook zo veel mogelijk in de winkels uitgeven. Deze paragraaf geeft een uitwerking aan de fysieke kwaliteitskenmerken van het toekomstige winkelgebied.

5.2.1 De lay-out

De lay-out van een winkelgebied wordt altijd sterk bepaald door de specifieke locatie-eigenschappen. Wat de lay-out betreft zal het concept als volgt moeten worden ingevuld:

- Optimale zichtbaarheid winkelgebied vanaf het station richting de Kleiweg en andersom.
Langs de looproute vanaf het station Gouda naar de Kleiweg moet de aanwezigheid van het winkelgebied duidelijk zijn. Wanneer consumenten van het station naar de winkelstraat Kleiweg lopen, moeten ze automatisch door of

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

langs het winkelcentrum in het zuidelijk stationsgebied worden geleid. Ook andersom moet de bereikbaarheid vanaf de Kleiweg naar het station goed zijn. Deze route gaat momenteel over de drukke Kattensingel/Blekersingel heen, wat een mogelijke drempel is om het winkelcentrum te bezoeken. Hier moet dan ook een oplossing worden gezocht.

- Op verdieping alleen winkels die op de begane grond goed worden geprofileerd. Grootschalige winkels functioneren het beste wanneer zij op de begane grond gelegen zijn. Een interne verdieping van een winkel is mogelijk. Op het moment dat winkels op verdieping worden gesitueerd, is van belang dat de winkels op de begane grond een prominente ingang krijgen. Vanaf de begane grond moet duidelijk zijn welke winkel op verdieping ligt. Om een bezoek aan de winkel te stimuleren, moet de verdieping toegankelijk worden gemaakt door middel van een roltrap.
- Oplossing bevoorrading.
Bij voorkeur wordt de bevoorrading van de winkels achter de winkels gerealiseerd. Er wordt van uitgegaan dat hier voldoende ruimte voor aanwezig is in het gebied. Van belang is wel dat voor de winkels parkeerplekken voor het laden en lossen worden gereserveerd gedurende bepaalde tijden.
- Optimale veiligheid.
Avondfuncties kunnen bijdragen aan de veiligheid van het gebied 's avonds. Daarbij kan worden gedacht aan een restaurant dat ook gedurende de dag een functie heeft, zodat een wisselwerking ontstaat tussen de winkels en het restaurant. Dit betekent dat gedurende de dag koffie/thee in het restaurant kan worden gedronken en lunchmogelijkheden worden geboden.
Om de veiligheid van het gebied verder te vergroten, is van belang dat een ruim en overzichtelijk voetgangersgebied wordt gecreëerd voor de winkels, één rooilijn van de winkels en geen toevoeging van portieken. De veiligheid wordt verder vergroot wanneer woningen boven de winkels worden gesitueerd die hun toegang in het winkelgebied krijgen. Hiervoor moeten twee of drie centrale plekken in het winkelgebied worden gecreëerd.

5.2.2 *De situering van de commerciële functies*

Voor het functioneren van de commerciële voorzieningen is een optimale loop door het centrum van belang. De situering van de winkels ten opzichte van elkaar en de horeca is hierbij sterk bepalend. Hiertoe gelden de volgende uitgangspunten:

- Trekkers op de kop.
Voor het zuidelijk stationsgebied wordt wat de invulling betreft voornamelijk gedacht aan landelijk bekende filiaalbedrijven. De grootschalige winkels vormen daarmee de trekkers. De kleinere formules kunnen worden gezien als subtrekkers. Om de trek door het winkelcentrum te stimuleren, moeten de trekkers verspreid door het gebied worden gesitueerd.
- Duidelijke zichtlijnen.
Alle winkels en vrijetijdsvoorzieningen moeten zoveel mogelijk aan het begin en einde van het winkelgebied duidelijk zichtbaar zijn.
- Segmentering naar bezoekgedrag en kleurgroep.
Aanbevolen wordt om de doelgericht bezochte winkels zoveel mogelijk langs de Spoorstraat te situeren. Op de kop bij de Kleiweg moet een sterke trekker worden gesitueerd om de consumenten van de Kleiweg naar het zuidelijk stationsgebied te

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

trekken. Daarnaast moet bij het station een sterke trekker worden gesitueerd om de bezoekers van het station naar het centrum te trekken. Tussen deze twee trekkers moeten de recreatief bezochte winkels terecht komen. Een eventuele internet afhaalwinkel moet bij het station worden gesitueerd, zodat reizigers makkelijk hun spullen kunnen ophalen. Ook moet er voor worden gezorgd dat mensen hun spullen makkelijk met de auto kunnen ophalen.

Daarnaast kan binnen de recreatieve branches gedacht worden aan een segmentering naar kleuroriëntatie van de winkels. Dit bevordert de aantrekkelijkheid van delen van het gebied.

5.3 Commerciële uitgangspunten

Wat de commerciële kwaliteitskenmerken betreft zijn de volgende aspecten van belang:

- Opening van alle winkels in één keer.
Ten behoeve van de aantrekkelijkheid van de winkels moet het winkelcentrum in een keer goed in de markt worden gezet. Er moet veel aandacht worden geschonken aan de opening van het centrum met behulp van marketingmethoden. Een fasegewijze opening van de winkels wordt afgeraden. De kritische massa van de locatie is dan te beperkt om voldoende consumenten te trekken. Bovendien ondervinden de winkels die open zijn te veel hinder van de bouw- en verhuiswerkzaamheden van de winkels die nog niet geopend zijn.
- Veel zorg besteden aan de uitstraling van het complex.
Niet alleen zijn de functionele en fysieke aspecten bepalend voor het succes van het concept. De belevingswerelden worden alleen aangesproken door een winkelconcept wanneer veel zorg besteed is aan de uitstraling. Dit geldt vooral voor de blauwe en rode belevingswerelden; in mindere mate voor de gele en groene belevingswerelden. Voor de blauwe en rode belevingswerelden maakt de uitstraling integraal onderdeel uit van een winkelconcept. Onderstaande tabel laat zien aan welke aspecten de belevingswerelden belang hechten in termen van ambiance, sfeer en materiaalgebruik.
- Zichtbaarheid vanaf het spoor.
Om zo goed mogelijk gebruik te maken van de consumenten die met de trein de binnenstad van Gouda bezoeken, moet het winkelcentrum zichtbaar zijn vanuit de trein.

Tabel 5.1: Bepalende inrichtingselementen voor de blauwe en rode belevingswerelden

Inrichtingselementen	Blauwe belevingswereld	Rode belevingswereld
Ambiance & design	Internationaal, merken Fun, belevenis Verrassingselementen Edutainment Leisure Innovatief Kosmopolitisch Ruimte Kwaliteit / hoogwaardigheid	Vernieuwend Inspiratieel Verrassingselementen Vintage Edutainment Fun, belevenis Leisure Ruimte
Materiaalgebruik	Modern, lux Hoogwaardige materialen Open / ruimtelijk	Apart Open / ruimtelijk

6 Conclusies en aanbevelingen

In dit rapport is antwoord gegeven op de volgende centrale vraag:

Zijn er mogelijkheden voor de ontwikkeling van nieuwe winkelgebieden aansluitend aan de binnenstad van Gouda, uitgaande van een versterking van het bestaande kernwinkelgebied, wat zijn de effecten van een dergelijke ontwikkeling en welk winkelconcept is haalbaar in het zuidelijk stationsgebied?

Positionering toekomstige retailcentra schil binnenstad Gouda

De volgende uitgangspunten dienen ter achtergrond bij de beantwoording van de centrale vraag:

- De mogelijke ontwikkelingslocaties zijn het zuidelijk stationsgebied en de Jan Verswollezone. De conceptontwikkeling voor de Jan Verswollezone heeft al eerder plaatsgevonden. De resultaten van dat onderzoek zijn in dit onderzoek als uitgangspunt meegenomen.
- De invulling van mogelijke toekomstige retaillocaties in de schil van de binnenstad van Gouda moet passen bij de functie van het centrum van Gouda en zich richten op centrum gerichte functies.
- Gezien de sterke behoefte aan grootschalige winkelunits moeten toekomstige winkellocaties in de schil van de binnenstad van Gouda vooral ruimte bieden aan grootschalige detailhandel (GDV).
- Ten behoeve van het realiseren van een optimale retailstructuur is van belang dat toekomstige centra in de schil van de binnenstad van Gouda zich weten te onderscheiden van het aanbod in het kernwinkelgebied van Gouda. Daarnaast moeten zij duidelijk van elkaar worden ‘gebrand’. De rode en blauwe belevingswerelden worden onvoldoende bediend in de sectoren mode en luxe en vrije tijd. Dit zijn dan ook de sectoren die kansen bieden voor de toekomstige ontwikkelingslocaties.

Mogelijke omvang toekomstige retailcentra schil binnenstad Gouda

De mogelijke omvang van drie ontwikkelingsscenario's zijn berekend door middel van een distributie planologische berekening:

Scenario 1:	Een retailcluster in de Jan Verswollezone, waarbij de komst van een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied buiten beschouwing wordt gelaten. Dit cluster kan een afmeting krijgen van minimaal 8.000 m ² en maximaal 10.000 m ² .
Scenario 2:	Een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied, waarbij de komst van een retailcluster aan de Jan Verswollezone buiten beschouwing is gelaten. Op basis van de berekening kan dit cluster een omvang krijgen van minimaal 8.000 m ² wvo en maximaal 17.800 m ² wvo.
Scenario 3:	Realisatie van zowel een retailcluster in de Jan Verswollezone als in het zuidelijk stationsgebied. In dit scenario moet voor de Jan Verswollezone 8.000 tot 10.000 m ² wvo worden gereserveerd en voor het zuidelijk stationsgebied 8.000 m ² wvo tot 18.700 m ² wvo.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Effecten toekomstige retailcentra schil binnenstad Gouda

De verschillende scenario's inclusief het scenario 'behoud huidige situatie', hebben de volgende effecten voor de bestaande detailhandel in het kernwinkelgebied van Gouda:

Scenario 1:	<p>Een retailcluster in de Jan Verswollezone, waarbij de komst van een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied buiten beschouwing wordt gelaten heeft de volgende effecten uitgaande van een thematische invulling van deze locatie met mode en luxe voor de blauwe en rode belevingswerelden:</p> <ul style="list-style-type: none">• Geen ernstige effecten bij de bestaande ondernemers met mode en luxe wanneer maximaal 5.500 m² wvo nieuwe winkels op de Jan Verswollezone worden toegevoegd. Het resterende benodigde metrage moet door middel van verplaatsingen tot stand komen.• 7% omzeterderving bij de ondernemers in de branche mode en luxe van iedere 1.000 m² wvo die boven de 5.500 m² wvo wordt toegevoegd.• 5 – 10% omzeterstijging bij alle non-food aanbieders in het kernwinkelgebied van Gouda.
Scenario 2:	<p>Een retailcluster in het zuidelijk stationsgebied, waarbij de komst van een retailcluster aan de Jan Verswollezone buiten beschouwing is gelaten heeft dezelfde effecten als beschreven bij scenario 1 wanneer voor de voorkeursinvulling van Jones Lang LaSalle 'mode en luxe' wordt gekozen. Wanneer voor een invulling met vrije tijd wordt gekozen, wat de tweede voorkeur van Jones Lang LaSalle geniet, worden de volgende effecten verwacht:</p> <ul style="list-style-type: none">• Geen ernstige effecten bij de bestaande ondernemers met vrije tijd wanneer maximaal 1.400 m² wvo nieuwe winkels worden toegevoegd. Het resterende benodigde metrage moet door middel van verplaatsingen tot stand komen en door middel van een invulling met leisure.• 14% omzeterderving bij de ondernemers in de branche vrije tijd van iedere 1.000 m² wvo die boven de 1.400 m² wvo wordt toegevoegd. <p>Als derde optie kan het zuidelijk stationsgebied worden ingevuld met gemengd aanbod. Dit geeft naar verwachting de volgende effecten:</p> <ul style="list-style-type: none">• Geen ernstige effecten. De mogelijke ruimte van 8.000 tot 17.800 m² wvo met nieuwe winkels kan zonder ernstige effecten worden toegevoegd.• -8 – 21% omzeterstijging bij alle non-food aanbieders in het kernwinkelgebied van Gouda.
Scenario 3:	<p>Realisatie van zowel een retailcluster in de Jan Verswollezone als het zuidelijk stationsgebied heeft de volgende verwachte effecten:</p> <ul style="list-style-type: none">• Geen ernstige effecten bij de bestaande ondernemers met mode en luxe wanneer maximaal 5.500 m² wvo nieuwe winkels op de Jan Verswollezone worden toegevoegd. Iedere 1.000 m² wvo die boven de 5.500 m² wvo wordt toegevoegd geeft een omzeterderving van 7% bij de bestaande ondernemers in de branche mode en luxe.• Geen ernstige effecten bij de bestaande ondernemers wanneer het zuidelijk stationsgebied met vrije tijd wordt ingevuld en dit beperkt

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

	<p>blijft tot 1.400 m² wvo nieuwe winkels. Iedere 1.000 m² wvo die hier boven uitgaat, geeft een omzetsderving bij de bestaande ondernemers met vrije tijd van 14%.</p> <ul style="list-style-type: none">• Geen ernstige effecten bij een invulling van het zuidelijk stationsgebied met gemengd aanbod.• -11 – 25% omzetsstijging bij alle non-food aanbieders in het kernwinkelgebied van Gouda.
Scenario 4:	<p>Het behoud van de huidige situatie (geen toevoeging retailclusters aan de schil van de binnenstad van Gouda) geeft de volgende effecten:</p> <ul style="list-style-type: none">• Daling van de oriëntatie van consumenten op Gouda centrum, die een daling van de omzet tot gevolg heeft: iedere 5% afname van de oriëntatie levert een omzetsdaling bij de bestaande winkeliers op van 25%.

Zowel voor scenario 1, 2 als 3 kan er van worden uitgegaan dat er geen negatief omzetresultaat voor de bestaande detailhandel zal optreden. Dat geldt op termijn wel voor scenario 4. Niets doen betekent automatisch achteruitgang.

Conceptontwikkeling zuidelijk stationsgebied

Wat betreft de invulling van het zuidelijk stationsgebied zijn drie invullingen mogelijk. In volgorde van voorkeur adviseert Jones Lang LaSalle de volgende invullingen:

Voorkeursscenario 1. Thematisch centrum met mode en luxe

Op het moment dat de Jan Verswollezone niet wordt ontwikkeld als winkelcluster, wordt aanbevolen om het zuidelijk stationsgebied te ontwikkelen als themacentrum voor 'mode en luxe' voor de blauwe en rode belevingswerelden. Daarmee ontstaat voor Gouda namelijk een winkelcentrum dat bijzonder sterk 'gebrand' is en versterkt de positie van het centrum van Gouda optimaal versterkt. Het volgende concept wordt voorgesteld:

- Een mix van grootschalige detailhandel, kleinschalige detailhandel en horeca.
- Een invulling met vernieuwende en passende formules voor de rode belevingswereld, zoals H&M, Mexx, Zara en Matinique en hoogwaardige winkels voor de blauwe wereld, zoals Piet Zoomers, McGregor, River Woods en Claudia Sträter.
- Overwegend moeten units van 500 tot 1.500 m² wvo en units van 150 tot 500 m² wvo worden ontwikkeld. 10% van het totale aanbod moet voor kleiner dan 100 m² wvo worden gereserveerd. Daarbij wordt gedacht aan kleinschalig doelgericht bezocht aanbod binnen de branche mode en luxe, zoals een juwelier, optiek en een speciaalzaak op het gebied van huishoudelijke artikelen.
- Circa 1.000 m² wvo extra aanbod reserveren voor horeca, om de aantrekkelijkheid en de verblijfsduur op de locatie te vergroten. Gedacht wordt aan een lunchroom, restaurant en een ijs- en koffiekiosk. Gezien de focus op de blauwe en rode groep zullen de lunchroom en het restaurant trendy moeten worden ingestoken.

Voorkeursscenario 2: Themacentrum vrije tijd

Wanneer de Jan Verswollezone ontwikkeld wordt als themacentrum voor mode en luxe wordt aanbevolen om het zuidelijk stationsgebied in te vullen als themacentrum voor vrije tijd. Dit thema past goed bij de ligging van het zuidelijk stationsgebied,

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

tussen het station en de binnenstad, en biedt de locatie een sterke branding. Het volgende concept wordt geadviseerd:

- Winkels zoals een gespecialiseerde boekhandel, een speelgoedwinkel en/of een sportwinkel (zoals eerder al is omschreven). Eventueel kunnen hier nog kleinschalige winkels zoals een computerwinkel of een gespecialiseerde elektrawinkel aan worden toegevoegd.
- De verdere invulling van het themacentrum kan vervolgens met behulp van andere sectoren tot stand worden gebracht: e-shop, afhaalpunt waar reizigers vooraf, op internet bestelde goederen kunnen ophalen of terugbrengen en leisure-voorzieningen, waarbij wel een goede afstemming met andere initiatieven in de gemeente moet plaatsvinden.
- Units van 500 tot 1.500 m² wvo voor grootschalige detailhandelsbranches en 150 m² wvo voor gespecialiseerde winkels.

Voorkeursscenario 3: Gemengde invulling

Voor deze invulling moet worden gekozen op het moment dat de Jan Verswollezone als winkelgebied wordt ontwikkeld en er geen interesse blijkt te zijn vanuit de markt voor een themacentrum vrije tijd. Het volgende concept wordt aanbevolen:

- Wat betreft de invulling moet worden gedacht aan mode en luxe voor de groene en gele belevingswereld (C&A, Miss Etam, Cool Cat en M&S mode), vrije tijd voor de blauwe belevingswereld (winkels gericht op media, zoals een gespecialiseerde boekhandel, een gespecialiseerde electronicawinkel, hoogwaardige sportwinkel) en in en om het huis passend bij de functie van de binnenstad (Douwe Egberts cadeauwinkel, Rivière Maison, Trendhopper, Dille & Kamille, Cook & Co en Xenos). Met een dergelijke invulling kan de locatie worden gezien als een verlening van de branches en kleurgroepen die in het centrum aanwezig zijn.
- Units van 500 tot 1.500 m² wvo en 150 tot 500 m² wvo voor speciaalzaken.

Overige aspecten waar bij de ontwikkeling van een winkelconcept in het zuidelijk stationsgebied rekening mee moet worden gehouden zijn:

- Optimale zichtbaarheid winkelgebied vanaf het station richting de Kleiweg en andersom.
- Op verdieping alleen winkels die op de begane grond goed worden geprofileerd.
- Bevoorrading winkels bij voorkeur achter de winkels.
- Toevoeging van avondfuncties ter stimulering van de veiligheid van het gebied 's avonds.
- Situering van trekkers op de kop van het gebied, ter stimulering van de loop door het gebied.
- Alle winkels en vrijetijdsvoorzieningen zoveel mogelijk aan het begin en einde van het winkelgebied ter bevordering van de zichtbaarheid.
- Segmentering naar bezoekgedrag en kleurgroep ter stimulering van het functioneren van het aanbod.
- Opening van alle winkels in één keer, ter stimulering van het functioneren van het aanbod.
- Veel zorg besteden aan de uitstraling van het complex, ter stimulering van de aantrekkelijkheid voor de rode en blauwe consumentengroep.
- Zichtbaarheid vanaf het spoor, ter stimulering van een bezoek van treinreizigers.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Bijlage 1: De trends en ontwikkelingen in de retail- en leisuresector

In dit hoofdstuk worden de algemene trends en ontwikkelingen in de retail en leisure in het kort beschreven. Dit is een nadere uitwerking van paragraaf 2.2.

Trends en ontwikkelingen in de retail en leisure

Er kunnen drie trendniveaus worden onderscheiden:

- Maatschappelijke trends.
- Vraag- en aanbodtrends.
- Producttrends (rages, hypes).

De verschillende trendniveaus komen uit elkaar voort. De maatschappelijke trends zitten op het hoogste niveau en bestaan uit clusters van vraag- en aanbodtrends, die weer een samenvatting zijn van producttrends. Andersom geldt de redenering ook. Producttrends komen voort uit vraag- en aanbodtrends, die weer ontstaan vanuit de maatschappelijke trends.

Maatschappelijke trends

Maatschappelijke trends zijn trends met een lange levensloop en zijn van grote invloed op het alledaagse leven. Veelal krijgen ze een aanduiding in de geschiedenisboeken. Maatschappelijke trends zijn te clusteren als:

- *Politieke trends*

Met de Nota Ruimte is het beleid op het gebied van de ruimtelijke ordening gewijzigd. Op het gebied van bedrijven en voorzieningen vervangt de Nota Ruimte het 'Auto's, Boten en Caravans' (ABC)-beleid evenals het beleid op het gebied van 'Perifeer Detailhandelsvestigingen' (PDV) en 'Grootschalige Detailhandelsvestigingen' (GDV). De Nota Ruimte biedt ruimte aan andere partijen dan het Rijk om eigen afwegingen te maken en eigen verantwoordelijkheid te nemen. Provincies, gemeenten, maatschappelijke organisaties, burgers en bedrijven worden gestimuleerd om initiatief te nemen en gezamenlijk de ruimtelijke ontwikkeling op gang te brengen. Een en ander betekent dat het Rijk toetst, stimuleert en accordeert. Provincies en de regionale bestuursorganen zorgen voor de invulling op hoofdlijnen en stellen richtlijnen op met betrekking tot bovenlokaal verzorgende detailhandelsgebieden. De gemeenten zorgen voor de concrete invulling. De verdere uitgangspunten voor detailhandel op retail warehouselocaties zijn:

- Nieuwe vestigingslocaties mogen niet ten koste gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden.
- De provincies stellen gezamenlijk de richtlijnen op met betrekking tot de branchebeperkingen voor detailhandel op retail warehouselocaties. Deze worden vervolgens door het kabinet geaccordeerd.
- De uitbreidingsmogelijkheden voor het buitengebied zullen altijd in samenhang met de opties binnen het bestaande stedelijk gebied moeten worden bekeken.
- Aan voorzieningen met bezoekersintensieve functies wordt ruimte geboden op locaties bij voorkeur nabij OV-knooppunten en met een goede aansluiting op (bestaande) verkeers- en vervoersverbindingen.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

- *Demografische trends*
 - Toename bevolking.
 - Optredende vergrijzing en mensen worden steeds ouder.
 - De culturele diversiteit wordt steeds groter.
 - De huishoudens worden kleiner; onder andere is een groei van het aantal eenpersoonshuishoudens te zien.
 - Het opleidingsniveau neemt toe.
- *Technologische trends*
 - Steeds snellere, goedkopere en betere technologie.
 - Toename digitale infrastructuur: informatie wordt via steeds meer media verspreid: film, radio, televisie, computer en mobiele telefonie.
 - Toename computergebruik.
 - De distributiemogelijkheden worden verruimd door digitalisering van media en entertainment.
 - Toename mobiliteit.
- *Economische trends*
 - Toename aantal werkzame personen in de dienstensector.
 - Hoger opleidingsniveau.
 - Emancipatie van de vrouw.
 - We werken steeds langer en krijgen het steeds drukker.
 - Toename gemiddeld netto besteedbaar inkomen per inwoner in Nederland. Absoluut stijgen de bestedingen in de detailhandel, relatief dalen ze ten gunste van vrijetijdsactiviteiten. De beleveniseconomie is een van de dragers van de nieuwe economie. De klant wil meer dan een product of dienst en gaat meer op zoek naar een beleving.
 - Doordat informatie makkelijker en sneller de wereld rond gaat, wordt innovatie belangrijker dan massaproductie.
 - Optredende globalisering.
 - Opkomst 16 – 24 uurseconomie.
 - Van een aanbodgestuurde economie naar een vraaggestuurde economie.
 - Internationalisering van functies.

Vraag- en aanbodtrends

De trends aan de vraagzijde zijn de consumententrends en spelen gedurende een middellange termijn. De consument en zijn verlangens, wensen, behoeften en dromen moeten centraal staan. Daarom is kennis van de consument onmisbaar. Van belang is om te bieden wat de consument naar verlangt. Aanbodtrends gaan over specifieke branchetrends en spelen eveneens op de middellange termijn.

Vraagtrends (consumententrends)

- Kern ten aanzien van de consumententrends is dat er verschillende typen consumenten te onderscheiden zijn. Daarbij zijn consumentengroepen te onderscheiden met vergelijkbare waarden, normen, interesse en behoeften. Van de verschillende consumentengroepen en hun wensen zou het uitgangspunt moeten zijn bij winkel(her)ontwikkelingen. Jones Lang LaSalle heeft hiervoor samen met The SmartAgent Company een onderzoeksmethode voor ontwikkeld: De Winkelconsument Centraal.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Aanbodtrends retailsector

- *Schaalvergroting* doet zich niet alleen voor op stadsrandlocaties (winkels aan de rand van een kern), maar ook in de kernwinkelgebieden en wijk- en buurtwinkelcentra.
- *Schaalverkleining* treedt op door centralisatie - en specialisatietendensen. Dit doet zich eveneens in alle verschillende centra voor.
- Een verdergaande *paralellisatie en specialisatie* leiden tot nieuwe aanbodvormen. In binnensteden verschijnen superspecialzaken, terwijl op goed bereikbare (vaak perifere) locaties winkelvormen ontstaan met zeer brede en diepe assortimenten.
- Opkomst *nieuwe typen winkelcentra*, zoals themacentra en Factory Outlet Centra (FOC's) en in de toekomst wellicht Megamalls.
- *Integratie van functies*. Detailhandelsformules waarin combinaties van functies plaatsvinden, richten zich op het verlengen van de verblijfsduur en het realiseren van meer toegevoegde waarde in het aangeboden winkelconcept. Daarmee gaat een aanzienlijke toename van het ruimtegebruik gemoeid.
- *Non-store retailing* (ook wel niet-winkelverkoop genoemd) neemt op dit moment in de totale detailhandelsomzet een bescheiden plaats in. Dit aandeel zal de komende jaren echter gaan stijgen. Binnen de detailhandel en leisure wordt verwacht dat E-commerce de komende jaren een groter aandeel krijgt in de bestedingen. Echter de verwachtingen zijn niet overdreven hoog. De invloed op het vastgoed wordt vooralsnog beperkt verondersteld.
- *Internationalisering* van retailformules.
- *Professionalisering* van retail.

Aanbodtrends leisuresector

- *Schaalvergroting*. Opkomst van kapitaalkrachtige ondernemingen die grootschalige vrijetijdsvoorzieningen managen, zoals megabioscopen, partycentra en bungalowparken.
- *Commercialisering*. Steeds meer particuliere initiatieven voor vermaakvoorzieningen verschijnen op de markt, zoals karten, skibanen, lasergames, sauna en fitness. Het gaat hierbij om elkweervoorzieningen.
- *Multifunctionalisering*. Voorzieningen worden voor meerdere functies gebruikt, bijvoorbeeld podia die geschikt zijn voor congressen, evenementen en bedrijfsfeesten.
- *Internationalisering*. Steeds vaker betreden buitenlandse marktpartijen de Nederlandse markt. Dit is actueel in de detailhandel, de attractieparkenmarkt, de bioscoopsector, de fitnessbranche en de entertainment- en mediawereld.
- *Thematisering*. Opkomst van themabungalows, -cafés, -bijeenkomsten voor specifieke evenementen. Enerzijds geëxploiteerd met bepaalde formules (bijvoorbeeld Ierse pubs), anderzijds initiatieven die aanhaken bij de lokale cultuur van een bepaalde stad.
- *Clustering*. Gemeenten streven meer en meer bewust naar een clustering van vrijetijdsvoorzieningen om een gebied als herkenbare vrijetijdslocatie aantrekkingskracht te laten genereren.
- *Branding*. Vrijetijdsvoorzieningen met een sterke identiteit en belevingswaarde worden vaker bewust als merk aan de man gebracht door middel van een krachtige pr, marketing en merchandising. Merken als Nike, Sony, Disney, Universal, maar ook Endemol, Heineken en de Efteling zijn hiervan goede voorbeelden.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

- *Branchevervaging*. Opkomst van een gevarieerd en geïntegreerd aanbod van (vrijtijds)voorzieningen. Bijvoorbeeld combinaties van sport, horeca en congres, combinaties van detailhandel en leisure of combinaties van kantoren en leisure. Denk aan nieuwe vormen als 'retailtainment', 'entertainment' en 'edutainment'.
- *Professionalisering*. Zowel bedrijven en culturele organisaties, als gemeentelijke diensten werken inmiddels steeds marktgericht.
- *Kwaliteitsverbetering*. Toename van renovatie en nieuwbouw van zeer uiteenlopende vrijetijdsvoorzieningen.

Producttrends

Producttrends hebben betrekking op producten met een korte levensduur (maximaal een jaar). Daarbij gaat het om producten waarbij het soms om hypes en rages gaat. Ondernemers zullen in hun aanbod sterk op de ontwikkelingen in moeten spelen. Voor het voorliggende onderzoek zijn deze trends minder belangrijk en worden derhalve niet verder uitgewerkt.

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Bijlage 2a: Artikel Shopping Centre news

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Bijlage 2b: Tabellen Winkelconsument Centraal voor Gouda en regio

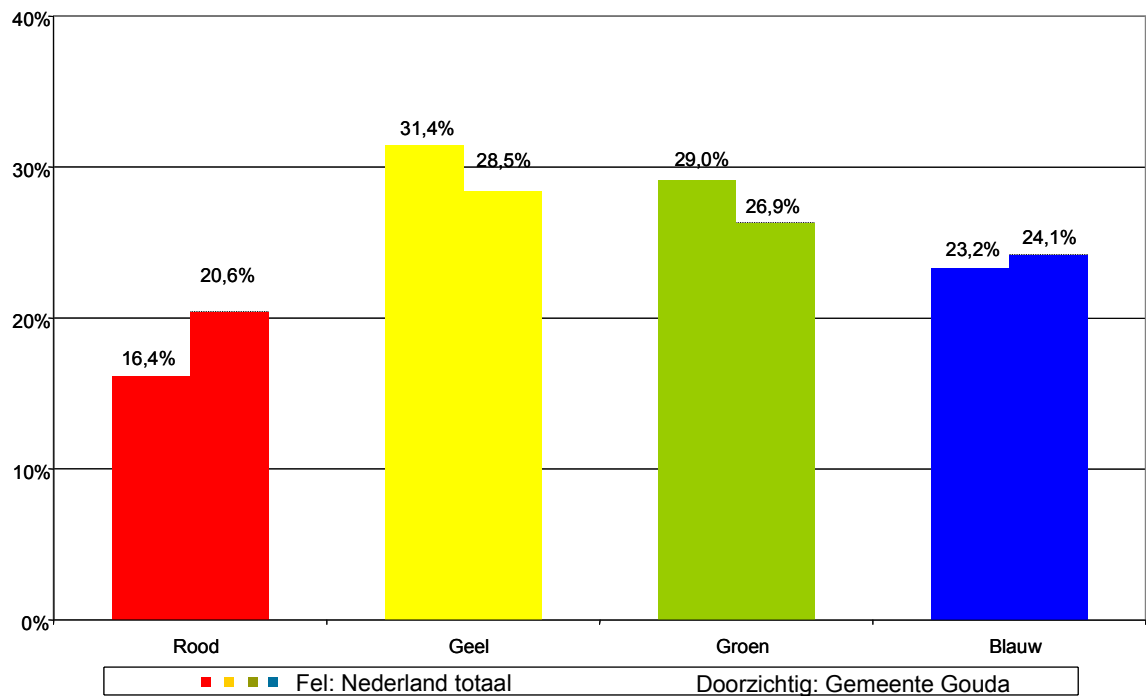
Tabel 1: Het aandeel van de belevingswerelden wat betreft omvang alle huishoudens in Nederland, aandeel in de bestedingen en index van de bestedingen.

Belevingswereld	Omvang alle huishoudens in %	Index bestedingen ten opzichte van alle huishoudens
Gele belevingswereld	31,1	83
Groene belevingswereld	28,4	89
Blauwe belevingswereld	24,9	141
Rode belevingswereld	15,6	92
TOTAAL	100%	100

B

Bron: Jones Lang LaSalle, 2007

Figuur 1: Het aandeel van de verschillende belevingswerelden in Nederland en de gemeente Gouda

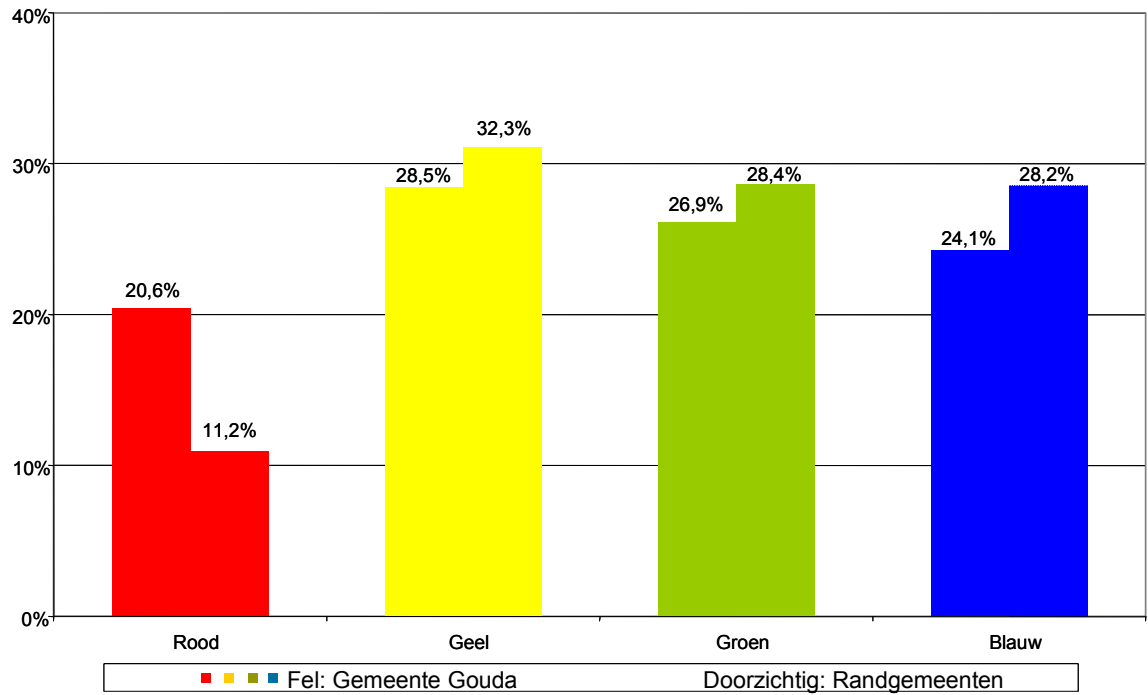


Bron: The SmartAgent Company, 2007

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Figuur 2: Het aandeel van de verschillende belevingswerelden in Gouda en de gedefinieerde randgemeenten



Bron: The SmartAgent Company, 2007

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Bijlage 3a: De uitbreidingsruimte in de sector mode en luxe

Uitgangspunten berekening:

- Aantal inwoners directe verzorgingsgebied.
Momenteel wonen 142.700 mensen in het verzorgingsgebied. Dit aantal neemt de komende jaren af tot 142.200 mensen in 2010 en 140.300 mensen in 2015.
- Aandeel belevingswerelden op het totale inwonertal.
26% van de inwoners in het verzorgingsgebied tot de blauwe belevingswereld en 16% tot de rode belevingswereld.
- Gemiddelde bestedingen per hoofd.
De gemiddelde bestedingen per hoofd in de mode en luxe bedragen € 626,- per jaar. De gemiddelde bestedingen zijn gecorrigeerd voor de bestedingsindex van de blauwe en rode belevingswereld.
- Kooporiëntatie per belevingswereld
De oriëntatie voor het toekomstige winkelconcept is bepaald op basis van de kooporiëntatiecijfers uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2004 van Goudappel Coffeng en vervolgens gecorrigeerd naar belevingswereld.
- De gemiddelde vloerproductiviteit/omzet per m² vvo.
De gemiddelde vloerproductiviteit in de sector mode en luxe bedraagt € 3.150,-.
- Huidig aanbod.
Het huidige aanbod aan mode en luxe in het directe verzorgingsgebied dat zich richt op de blauwe belevingswereld bedraagt 5.400 m² vvo. Het aanbod dat zich richt op de rode belevingswereld bedraagt 2.300 m² vvo.

Tabel 1: De huidige en toekomstige distributieve ruimte in de sectoren mode en luxe in Gouda en regio, waarbij de distributieve ruimte tot stand is gekomen door de berekening: ((aantal inwoners direct verzorgingsgebied * aandeel belevingswereld op totale inwonertal)*(gemiddelde bestedingen mode en luxe per hoofd, gecorrigeerd met bestedingsindex kleurgroep)) * oriëntatie kleurgroep mode en luxe (binding en toevloeiing)/ vloerproductiviteit mode en luxe.

Mode en luxe	Blauwe wereld	Rode wereld	TOTAAL
2008	4.320	1.650	5.970
2010	4.890	1.830	6.720
2015	4.750	1.770	6.520

Definitief Rapport

Mogelijkheden en effecten uitbreiding
binnenstad Gouda

Bijlage 3b: De uitbreidingsruimte in de sector vrije tijd

Uitgangspunten berekening:

- Aantal inwoners directe verzorgingsgebied.
Momenteel wonen 142.700 mensen in het verzorgingsgebied. Dit aantal neemt de komende jaren af tot 142.200 mensen in 2010 en 140.300 mensen in 2015.
- Aandeel belevingswerelden op het totale inwonertal.
26% van de inwoners in het verzorgingsgebied tot de blauwe belevingswereld en 16% tot de rode belevingswereld.
- Gemiddelde bestedingen per hoofd.
De gemiddelde bestedingen per hoofd in de sector vrije tijd bedroegen in 2006 (meest recente cijfer) € 172,- per jaar. De gemiddelde bestedingen zijn gecorrigeerd voor de bestedingsindexen van de belevingswerelden.
- Kooporiëntatie per belevingswereld
De oriëntatie voor het toekomstige winkelconcept is bepaald op basis van de kooporiëntatiecijfers uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2004 van Goudappel Coffeng en vervolgens gecorrigeerd naar belevingswereld.
- De gemiddelde vloerproductiviteit/omzet per m² vwo.
De gemiddelde vloerproductiviteit in de sector mode en luxe bedraagt € 3.120,-.
- Huidig aanbod.
Het totale aanbod aan vrije tijd in het centrum bedraagt 5.630 m² vwo.

Tabel 1: De huidige en toekomstige distributieve ruimte in de sectoren vrije tijd in Gouda en regio, waarbij de distributieve ruimte tot stand is gekomen door de berekening: ((aantal inwoners direct verzorgingsgebied * aandeel belevingswereld op totale inwonertal)*(gemiddelde bestedingen vrije tijd per hoofd, gecorrigeerd met bestedingsindex kleurgroep)) * oriëntatie kleurgroep vrije tijd (binding en toevloeiing)/vloerproductiviteit vrije tijd

Mode en luxe	Blauwe wereld	Rode wereld	Gele wereld	Groene wereld	TOTAAL
2008	930	30	0	370	1.330
2010	1.040	70	20	380	1.510
2015	1.010	60	0	360	1.430