

Retail- & horecabeleid Zwijndrecht

Aan de leden van de raad,

Het college van burgemeester en wethouders stelt u voor te besluiten:

1. Het retail- en horecabeleid vast te stellen.

Op grond van artikel 147, lid 2 van de Gemeentewet

De secretaris, De burgemeester,
Ella Cronnenberg-Borst, Hein van der Loo

Retail- & horecabeleid Zwijndrecht

1. Trends en ontwikkelingen

1.1 Waarom nieuw beleid?

De veranderende markt, trends en ontwikkelingen vragen om een actualisatie van het oude beleid. Dit nieuwe beleid integreert, verbreedt en vernieuwt het beleid op het gebied van detailhandel, dienstverlening en horeca. Omdat zij steeds meer met elkaar verweven raken kiezen we in dit beleid voor een integrale benadering.

Retail is de verzamelnaam voor bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen: detailhandel en dienstverlening. Dienstverlening bestaat uit verhuur, financiële instellingen, ambachten (zoals een schoenmaker of een kapper) en particuliere dienstverlening (zoals een stomerij, een makelaar of een reisbureau).

Toekomstperspectief voor ondernemers

Dit nieuwe beleid biedt ondernemers een duidelijk toekomst- perspectief op de lange termijn. De coronapandemie heeft een enorme impact op de retail en horeca, ook in Zwijndrecht. Na het herstel van de schade door de crisis, maken ondernemers plannen voor de toekomst en ontstaat is er wellicht ruimte voor investeringen.

Voortzetting concentratiegebieden uit vorige beleid

Om verdere fijnmazigheid tegen te gaan vormden in het vorige detailhandelsbeleid (2012 en 2015) vier concentratiegebieden samen de hoofdstructuur voor detailhandel. Nieuwe vestigingen daarbuiten waren niet gewenst, met uitzondering van volumineuze branches. In de overige gebieden was uitbreiding van detailhandel niet gewenst en werd aangestuurd op transformatie. Ook in het vorige horecabeleid (2013) werd ingezet concentratie van horeca om overlast niet te verspreiden. Beide beleidsstukken zijn geïntegreerd en doorontwikkeld tot dit nieuw beleid.

Nieuwe toekomstbestendige hoofdstructuur als basis

In dit nieuwe beleid worden de concentratiegebieden gepositioneerd in een nieuwe hoofdstructuur, waarbij ze samen zorgen voor variatie voor de consument op de diverse schaalniveaus. Deze hoofdstructuur bestaat uit een compleet en veelzijdig aanbod op het gebied van retail en horeca, verdeeld over concentratiegebieden met ieder een eigen positie, verzorgingsgebied en (nieuw) profiel. Aangevuld met wat nodig is om invulling te (blijven) geven aan het beoogde profiel met de gewenste functies per gebied.

Inhoud retail- en horecabeleid:

1. *Trends en ontwikkelingen*
2. *Analyse aanbod en marktruimte*
3. *Visie en ambities*
4. *Toekomstbestendige hoofdstructuur en opgaven*
5. *Profielen en handelingsperspectieven*
6. *Spelregels voor plannen en initiatieven*

Consument centraal bij samenwerking

De consument staat centraal. Wanneer de consument zijn geld niet besteedt in een winkel, horecazaak of concentratiegebied, komt de levensvatbaarheid in het geding. Het is daarom essentieel om in te

spelen op het bestedingsgedrag van consumenten. Hier ligt een belangrijke opgave voor ondernemers, eigenaren, gemeente en winkeliersverenigingen. Een gezamenlijke inzet is nodig om in te spelen op de veranderende consument en trends in retail en horeca.

Het bestedingsgedrag van de consument is leidend.

1.2 Inspelen op trends en ontwikkelingen

Het koopgedrag van de consument verandert. De ontwikkeling van sommige trends zijn in een stroomversnelling geraakt door de coronacrisis. Belangrijk is dat lokale ondernemers blijven inspelen op veranderende wensen van de consument. En ook in het gemeentelijk beleid rekening wordt gehouden met de trends en ontwikkelingen.

Schaalvergroting dagelijkse voorzieningen

Voor het doen van de boodschappen kiest de consument steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare super- markten en compacte boodschappencentra met een ruime keuze in aanvullende voorzieningen in detailhandel, horeca en diensten en goede parkeervoorzieningen. Supermarkten worden steeds grootschaliger, ook in kleinere plaatsen. Toekomstbestendige full- service supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang vanaf 1.00 m² winkelvloer-oppervlak (wvo), nieuwe full-service supermarkten zelfs nog groter.

Voor de belangrijkste wijkcentra in Zwijndrecht zijn boodschappenvoorzieningen essentieel voor de toekomstbestendigheid van het winkelgebied. Kleinere centra en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt of onderscheidende versspecialzaken hebben een beperkt toekomstperspectief.

Toename online aankopen

Online en offline winkelen zijn steeds meer met elkaar verweven. Fysieke winkels kunnen tegenwoordig bijna niet meer zonder een digitale etalage of een webshop met bijbehorende distributie van bezorging of pick up. Onder invloed van de huidige coronacrisis zoeken ondernemers naar (collectieve) alternatieve verkoop- of promotiekanalen, zoals de digitale winkelstraat ZOZwijndrecht. De integratie van on- en offline raakt versneld omdat de consument tijdens corona is gaan wennen aan online bestellen en de bezorg- en afhaal- faciliteiten. Dit leidt tot vernieuwde verdienmodellen en branche- vervaging. En het biedt ook kansen voor vernieuwing in het aanbod.

Gemak dient de mens

Door drukte is gemak een pré. De consument wil kopen waar en wanneer hij wil. De opkomst van gemakswinkels of city store supermarkten sluit hier op aan, net als de verruiming van de openingstijden in de avonden en op zondagen. Het flex- en thuiswerken neemt toe, evenals thuisbezorging en de afhaal mogelijkheden. De behoefte groeit om elkaar te ontmoeten in horeca met uitstekende wifi, formeel en informeel, ook vóór lunchtijd. Denk aan vernieuwende concepten als 'coffeebars' en 'brood & bakery'. Deze trend is te zien op 'traffic' locaties zoals stations.

1.3 Beleving wordt steeds belangrijker

Beleving en comfort worden steeds belangrijker, zowel in de beleving van een product als van winkelen of een horecabezoek. Een bijzonder verhaal, concept, specialisatie of locatie dragen bij aan een unieke ervaring, evenals de wisselwerking tussen en met andere functies. Daarbinnen speelt merkbeleving een belangrijke rol, met formulezaken, met een herkenbaar product voor een scherpe prijs.

Concurrentie binnensteden recreatief winkelen

De consument is steeds mobieler en bereid om grotere afstand af te leggen. Grote binnensteden met een historisch karakter met een ruim aanbod in detailhandel, horeca en diensten, zoals Rotterdam en Dordrecht, profiteren van dit consumentengedrag. Terwijl kleinere centrumgebieden en wijkcentra klanten verliezen.

Groeiende behoefte verantwoorde producten

Er is een toenemende vraag naar producten uit de eigen regio, met een hoge kwaliteit en een duidelijke herkomst. De hedendaagse foodshopper gebruikt internet en social media om zich te laten informeren over gezondheid, diëten en voedingswaarden. Bovendien is er een groeiende behoefte aan transparantie, duurzaamheid en voedselveiligheid. Zo zijn er steeds meer winkels en horecazaken die werken met lokale producten of met plantaardige en vegetarische producten. Dat is door de komst van corona niet veranderd.

Luxe fastfood en casual restaurant concepten

Luxe fastfood en casual restaurant concepten brengen fastfood en meer traditionele bistro's of restaurants bij elkaar. Een casual restaurantconcept waarbij fastfood gecombineerd wordt met een restaurant-

beleving. Of traditionele concepten krijgen een nieuw, hip en trendy uiterlijk. Dit kan een verrijking zijn voor het huidige aanbod.

Uitgaan met activiteiten en spellen

Cafés organiseren activiteiten voor de gasten, zoals wijn- of bierproeverijen, pubquizen of spelletjes-avonden. Of meer actievare spellen en games staan centraal, zoals pingpong en jeu de boules voor een avondvullend programma.

Door in te spelen op de groeiende behoefte aan beleving in de retail - en horeca ontstaat er een verrijking van het huidige aanbod in Zwijndrecht.

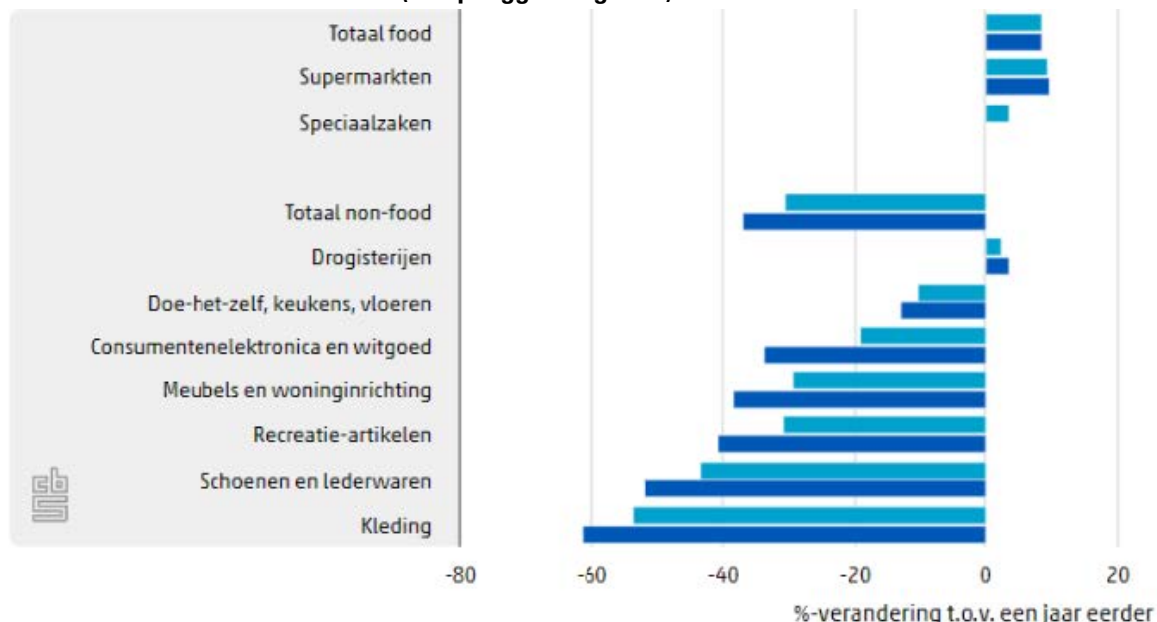
1.4 Impact coronacrisis

De effecten van de coronapandemie zijn groot. De landelijke, steeds veranderende maatregelen, maken ondernemen moeilijk of onmogelijk. Tijdens de lockdown moesten alle 'niet essentiële zaken' hun deuren te sluiten. De gevolgen op langere termijn zijn nog niet goed te overzien. Wél is er inzicht in de omzet per branche t.o.v. een jaar eerder (CBS, maart 2021).

Afname omzet detailhandel in 2020 met 3%

De omzet van de supermarkten lag ruim 9% hoger dan een jaar eerder. De omzet van speciaalzaken groeide met bijna 4%. Vrijwel alle branches in de non-foodsector leden omzetverlies.

Omzet deelbranche detailhandel* (koopdaggecorrigeerd)



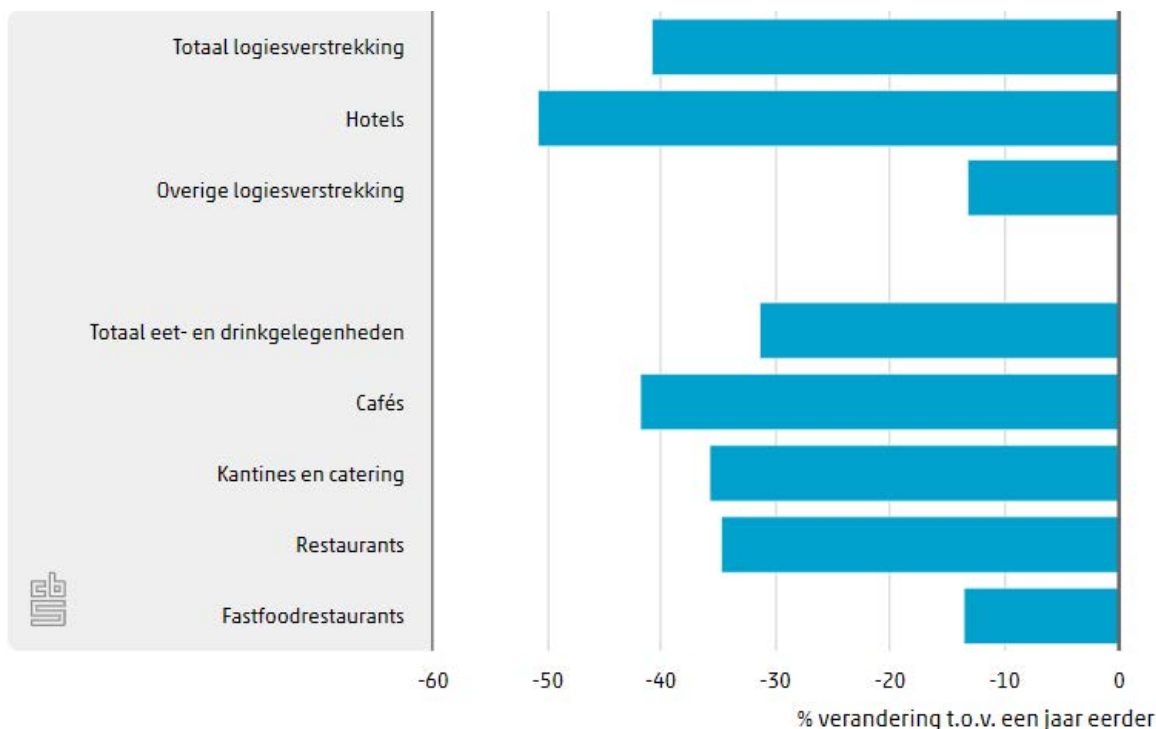
De daling was het grootst bij de kledingwinkels en de winkels in schoenen en lederwaren. Voor veel winkelbedrijven was het online kanaal en click en collect de enige mogelijkheid om omzet te behalen in februari. Drogisterijen waren één van de uitzonderingen in de non-foodsector. Deze winkels hebben meer omgezet dan een jaar eerder.

Omzet winkels in voedingsmiddelen	+9%
Omzet non-foodwinkels	-30%
Omzet webwinkels	+65%
Omzet webwinkels bij fysieke winkels	+162%

Ongekende krimp omzet horeca in 2020 met 34%

De horeca is een van de zwaarst getroffen sectoren door de corona-crisis. Medio maart moest de horeca de deuren sluiten om de verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. Het bezorgen en het afhalen van eten en drinken was wel toegestaan.

Omzet horeca. 2020



Omzet cafés	-42%
Omzet restaurants	-35%
Omzet hotels	-51%
Omzet fastfoodrestaurants	-13%

2. Analyse en aanbod en marktruimte

2.1 Structuurontwikkeling retail- en horeca

De gemeente Zwijndrecht kent van oorsprong twee centra aan de rand van de polder Zwijndrechtse Waard. Heerjansdam ligt aan 't Waaltje met als centrum de Dorpsstraat en omgeving. Het centrum van Zwijndrecht lag aan de Oude Maas (nu Veerplein) en rond de Ringdijk en Rotterdamseweg. Door haar ligging en ontsluiting is Heerjansdam sterk op Barendrecht en Rotterdam gericht. En Zwijndrecht op Dordrecht. Heerjansdam is geleidelijk gegroeid en met 3.400 inwoners een kleine kern gebleven met een kleine dorpskern. Zwijndrecht heeft een forse woningbouwontwikkeling doorgemaakt met een fijnmazig netwerk van wijk- en buurtcentra, plinten en strips met commerciële functies en horeca. Het in de jaren '70 gebouwde overdekte winkelcentrum Walburg heeft geleidelijk de detailhandels- en centrumfunctie van het historische deel van Zwijndrecht verdrongen. Het Veerplein is verkleurd naar een concentratie met horeca.

De winkelstructuur is fijnmazig geworden

De detailhandelsstructuur in de gemeente Zwijndrecht bestaat uit het kernwinkelgebied Walburg, dorpscentrum Heerjansdam, drie wijk- centra en vier buurtcentra. De winkelstructuur is fijnmazig met relatief veel kleinschalige winkelgebieden. Circa 20% van de winkels ligt buiten de winkelgebieden, waarvan de helft op een bedrijventerrein.

Aanbod detailhandel gemeente Zwijndrecht binnen/buiten winkelgebieden (BRO, maart 2021):

	Aantal winkels	Omvang (m ² wvo)
Binnen winkelgebieden	138	33.241
Buiten winkelgebieden	34	10.335
Waarvan binnen bebouwde kom	16	2.150
Waarvan buiten bebouwde kom	2	134
Waarvan op bedrijfsterrein	16	8.051
Totaal	172	43.576

Horeca en retail versterken elkaar nauwelijks

Maar 13 van de 75 horecabedrijven liggen in de centrumgebieden van beide kernen. Normaliter leent de horeca zich er goed voor om zich te vestigen in centrumgebieden. Nu heeft het slechts een ondersteunende functie aan de winkels in Walburg en de dorpsfuncties van Heerjansdam, met uitzondering van het dorpscafé. Het aanbod is sterk gericht op fastfood en een verblijfsfunctie (plein) ontbreekt. Het Veerplein is de enige horecaconcentratie met autonome trek- kracht door het onderscheidend aanbod en de bijzondere ligging aan de Oude Maas, net als de twee restaurants in de Westkeetshaven. 32 horecazaken liggen in wijk- en buurtcentra en bestaat grotendeels uit fastservice, net als de horeca rond het station. Wel 40% van de horeca ligt verspreid in de gemeente en is vaak solitair gevestigd.

Er is sprake van een grote spreiding van retail en horeca. Dit gaat ten koste van de levendigheid op plekken waar je meer interactie zou willen hebben.

2.2 Vooral lokale klanten

Het aanbod in Zwijndrecht functioneert hoofdzakelijk op de eigen inwoners en trekt weinig inwoners uit andere gemeenten aan.

Inwoners kiezen vaker aankoopplaatsen elders

Inwoners van Zwijndrecht doen relatief een groot deel van hun dagelijkse boodschappen elders (21%), zoals in Barendrecht, Hendrik Ido Ambacht of online. De bestedingen van buitenaf is 14%. Voor de niet-dagelijkse bestedingen in fysieke winkels gaat ruim 40% vooral naar Dordrecht, Barendrecht en Rotterdam. Voor de corona- pandemie deden inwoners al 27% van hun aankopen via internet. De niet-dagelijkse bestedingen van buiten de gemeente is in Zwijndrecht laag ten opzichte van elders (28% in plaats van 41%) door het beperkte aanbod en de nabijheid van Dordrecht en Rotterdam.

Om eigen bewoners als consument te (blijven) binden aan Zwijndrecht is een opwaardering nodig van met name de niet-dagelijkse voorzieningen.

Fastfood in Zwijndrecht, hapje en drankje vaak elders

De fastfoodzaken functioneren vooral lokaal, en hebben ook klanten vanuit Hendrik Ido Ambacht, vanwege het beperkte aanbod daar. Voor cafés en restaurants ligt dat anders. Veel consumenten gaan naar de goed bereikbare centra van Dordrecht en Rotterdam. De solitair gelegen grotere ketens en horeca op bijzondere locaties trekken wél mensen van elders aan, evenals horecaconcentraties. *Een impuls aan de cafésector en het toevoegen van horeca in het centrum van Zwijndrecht vergroot de aantrekkingskracht voor consumenten.*

2.3 Aanbod retail en horeca

In de gemeente Zwijndrecht zijn ruim 350 ondernemingen op het gebied van retail en horeca. Dat is bijna 10% van alle bedrijven in de gemeente. Bijna de helft bestaat uit detailhandel, bijna een kwart uit dienstverlening en een-vijfde uit horeca.

Aanbod voorzieningen gemeente Zwijndrecht (BRO, maart 2021):

	Aantal verkooppunten	Omvang (m ² vvo)
Leegstand	29	2.645
Dagelijks	61	18.444
Mode en luxe	49	10.435
Vrije tijd	10	1.766
In/om huis	41	11.326
Detailhandel overig	11	1.605
Subtotaal detailhandel (exclusief leegstand)	172	43.576
Cultuur en ontspanning	23	6.441
Horeca	74	7.147
Diensten	83	4.487
Totaal (exclusief leegstand)	352	61.651

Beperkt niet-dagelijks detailhandelsaanbod

Provinciaal en landelijk gezien is het totaal detailhandelsaanbod in m² vvo per 1.000 inwoners in de gemeente Zwijndrecht relatief beperkt:

- het dagelijkse aanbod is relatief ruim en passend (vergelijkbaar)
- het niet-dagelijkse aanbod is relatief beperkt (ongeveer de helft)

Omvangrijk horeca-aanbod, vooral in fastfood

Het aantal horecabedrijven per 1.000 inwoners in Zwijndrecht:

- is landelijk gezien relatief laag, maar omvangrijk in de regio
- in fastfood is zeer hoog, zelfs hoger dan in Dordrecht

2.4 Nauwelijks uitbreidingsruimte detailhandel

In de fijnmazige detailhandelsstructuur liggen de drie wijkcentra evenwichtig verdeeld over de gemeente Zwijndrecht. Het aanbod functioneert hoofdzakelijk op de eigen inwoners en is onvoldoende in staat om bestedingen van inwoners uit andere gemeenten te trekken.

Voldoende dagelijkse boodschappenvoorzieningen

Er zijn voldoende dagelijkse voorzieningen. Het merendeel wordt ingevuld met supermarkten, zowel in winkelconcentraties als op solitaire locaties. De gemiddelde schaalgrootte is relatief ruim, al is de helft qua omvang niet toekomstbestendig (< 1.000 m²).

De vloerproductiviteit is landelijk gezien laag. In de huidige situatie is er binnen de dagelijkse sector geen ruimte voor toevoeging.

Beperkt en versnipperd niet-dagelijks aanbod

Het niet-dagelijkse aanbod is relatief beperkt in alle sectoren en is verdeeld over verschillende winkelcentra, op bedrijventerreinen en op verspreide locaties. De meeste zaken zijn kleiner dan 800 m² vwo, 5 zijn groter. Ondanks het beperkte aanbod in de niet-dagelijkse sector zijn er uitbreidingsmogelijkheden voor maar 2.600 m² vwo.

Benut de beschikbare uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse sector alleen in kansrijke winkelgebieden, dat helpt ook bij de aanpak van de leegstand daar.

2.5 Alleen markt voor meer café's in de horeca

Het horeca-aanbod in Zwijndrecht wijkt weinig af van vergelijkbare andere gemeenten, maar is eenzijdig opgebouwd door het grote aandeel fastfood en weinig drankgelegenheden. Grotere horecavestigingen liggen meestal solitair en verspreid en zijn vaak gekoppeld aan een andere functie, zoals leisure of een kinder- paradijs. Sommige ondersteunende centra in de wijken kennen erg veel of juist weinig horeca. In het centrumgebied Walburg is het horeca-aanbod zeer beperkt en bijna volledig gericht op daghoreca. Het Veerplein en de stationsomgeving zijn de andere concentraties met een bovenwijkse verzorgingsfunctie. Een gemiddelde horecazaak in de gemeente Zwijndrecht heeft een oppervlakte van circa 100 m²vwo, gemiddeld op landelijk en provinciaal niveau, dat geldt ook voor de sectoren binnen de horeca.

Fastservice domineert: helft van het aanbod

In Zwijndrecht domineert de fastservice (met bezorging en afhalen) en een sterke groei is zichtbaar, mede door de coronapandemie. Zwijndrecht heeft de meeste fastfoodzaken in de regio, meestal gevestigd in gebieden met lage inkomens en goedkope woningen.

Aanbod restaurants op orde

Eenderde van het aantal horecabedrijven in Zwijndrecht bestaat uit restaurants en is normaal tot goed op orde vergeleken met de regio.

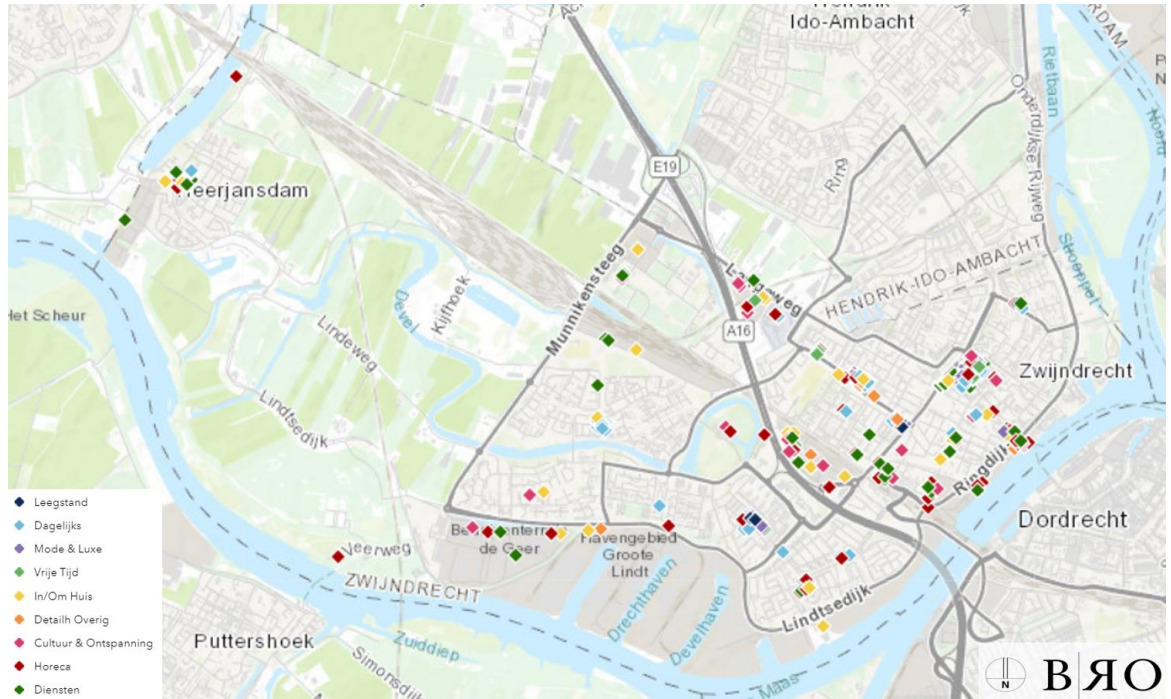
Beperkt café-aanbod biedt marktpotentie

Omdat in het aangrenzende Hendrik-Ido-Ambacht ook weinig drankgelegenheden zijn, liggen hier kansen om op in te spelen.

Slechts één hotel en beperkt zalenverhuur

Het ARA hotel. Zalencentrum Spektakel is tijdelijk vergund.

Zet in op versterking van bestaande horecabedrijven door modernisering of verplaatsing naar kansrijke concentratiegebieden met weinig horeca-aanbod.



Aanbod voorzieningen gemeente Zwijndrecht (Bron: BRO, maart 2021 + actualisatie Beleid enzo: toevoeging restaurant in Heerjansdam)

3. Visie en ambities

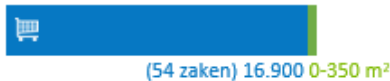
3.1 Groeiambitie en marktruimte tot 2030

De gemeenteraad van Zwijndrecht heeft een ambitie voor de bouw van 3.500 woningen extra tot medio 2030-2035 (ca. 50.000 inwoners in 2030) en een banengroei van 4.600 tot 2040 (Omgevingsvisie). Een toename van de bevolking van de gemeente Zwijndrecht vergroot het bestedingspotentieel voor retail en horeca. De maximale marktruimte tot 2030 is gebaseerd op de hoogste groeiambitie.

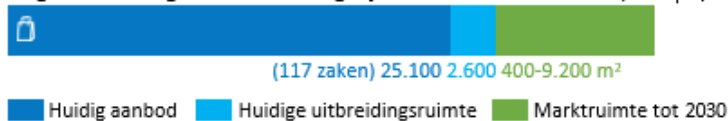
Uitbreidingsruimte detailhandel tot 2030

De toekomstige marktruimte voor detailhandel is in 2019 berekend en gebaseerd op het ambitie scenario van de Groeiagenda, dat 10% hoger lag dan de ambitie van de gemeenteraad: 55.400 inwoners.

Beperkte uitbreidingsruimte dagelijks aanbod detailhandel (m² wvo)



Enige uitbreidingsruimte niet-dagelijks aanbod detailhandel (m² wvo)



Toevoeging van detailhandel moet goed overwogen worden, omdat de distributieve uitbreidingsruimte op niveau van de gemeente Zwijndrecht beperkt blijft, ook in het meest gunstige groeiscenario: de behoefte moet worden aangetoond en ruimtelijk-functionele effecten moeten aanvaardbaar zijn.

Zelfs bij het hoogste groeiscenario in 2030 is de marktruimte voor detailhandel beperkt, alleen voor niet-dagelijkse voorzieningen is nog enige ruimte.

Uitbreidingsruimte horeca tot 2030

Voor de berekening van de marktruimte in 2030 van horeca is uitgegaan van een groei van Zwijndrecht naar 50.000 inwoners.

Uitbreidingsruimte aanbod horeca (aantal zaken)



De groei van het aantal inwoners is goed voor toevoeging van drie tot vijf horecabedrijven. Een alternatief is dat bestaande horecabedrijven uitbreiden. Het geeft aan welke potenties aanwezig zijn om te kunnen groeien met het huidige aanbod, zodanig dat voor het huidige aanbod een gezond ondernemersklimaat haalbaar is en blijft.

Herstelkansen horeca na corona

Gezien vanuit de marktdynamiek in de horeca wordt er vanuit gegaan dat na corona de horeca in Zwijndrecht zich binnen twee á drie jaar kan herstellen tot het niveau van 2019. Een snel herstel is mogelijk in de fastservice omdat die de minste effecten ondervindt, waarschijnlijk gevolgd door restaurants. Een grotere onzekerheid is er voor drank- en uitgaansgelegenheden. De vraag is of het uitgaansgedrag hetzelfde wordt als voor corona.

Tot 2030 is er marktruimte voor hooguit 5 horecazaken, met de grootste kansen in de uitgaanssector, mits het uitgaansgedrag is zoals voor de coronacrisis.

3.2 Marktvergroten effecten

Zowel op het gebied van retail als horeca zijn er diverse manieren om de markt in Zwijndrecht te vergroten. Niet zozeer inzetten op meer horecabedrijven, maar op het versterken van bestaande horecabedrijven door uitbreiding, vernieuwing, verplaatsing en concentratie.

Versterken kwaliteit retail - en horeca-aanbod

De kwaliteit van het aanbod kan worden versterkt door modernisering (supermarkten) en verhoging van de belevingswaarde in concentratiegebieden. En door in te spelen op trends en ontwikkelingen.

Marktruimte in de retail en horeca kan worden vergroot door het aanbod te concentreren (door verplaatsen) en te investeren in kwaliteit.

Verplaatsen aanbod naar perspectiefrijke wijkcentra

Door retail- en horeca te verplaatsen van minder geschikte locaties (kleine buurtcentra en winkelstrips) naar concentraties met een beter toekomstperspectief, ontstaan er meer marktpotenties voor ondernemers en wordt dat winkelcentrum en de hoofdstructuur versterkt.

Transformeren van locaties zonder perspectief

Het verplaatsen van aanbod van de kleinere buurtcentra en winkelstrips heeft tot gevolg dat deze panden leeg komen te staan. Transformatie naar een andere geschikte functie voorkomt leegstand.

Toevoegen stedelijke functies in centrum Walburg

Het overdekte winkelcentrum Walburg functioneert als hoofdwinkelgebied binnen de gemeente Zwijndrecht. Het centrum biedt voldoende toekomstperspectief onder andere vanwege de moderne schaal van de aanwezige supermarkten en voldoende parkeerplaatsen. Tegelijkertijd kiezen consumenten voor niet-dagelijkse aankopen steeds vaker voor de grotere binnensteden in de buurt. Daar ligt een kans door Walburg te ontwikkelen tot hét centrum van Zwijndrecht: een gemengd en uitnodigend gebied met een grote diversiteit aan stedelijke functies en een hoogwaardige verblijfskwaliteit, met cultuur, activiteiten voor ontspanning, horeca en terrassen.

Versterken verblijfsklimaat Veerplein

Het gebied is zich steeds meer gaan positioneren als horecagebied naast de andere functies. Kenmerkend is het kleinschalige karakter, maar dat geeft ook beperkingen. Impulsen aan de (her)inrichting van de openbare ruimte en een betere bereikbaarheid, versterken het verblijfsklimaat en vergroten de aantrekkingskracht.

Het versterken van de positieve ontwikkelingen in kansrijke concentratiegebieden biedt kansen.

Investeren in een beter thuiswerk-klimaat

Nog geen kwart van de werkers in Zwijndrecht werkt in Zwijndrecht zelf en 10% van het aantal banen betreft ZZP-ers. Verwacht wordt dat na de coronapandemie mensen structureel meer gaan thuiswerken. Dit leidt tot meer vraag naar werk-, ontmoetings- en lunchplekken en een mooie en aantrekkelijker woonomgeving met groen en water.

Aantrekkelijker aanbod voor nieuwe doelgroepen

De markt kan worden vergroot door nieuwe doelgroepen aan te trekken om zich in Zwijndrecht te vestigen. Door geschikte doelgroepen te benoemen en woon- en werkmilieus toe te voegen die bij hen passen, wordt Zwijndrecht voor hen aantrekkelijker.

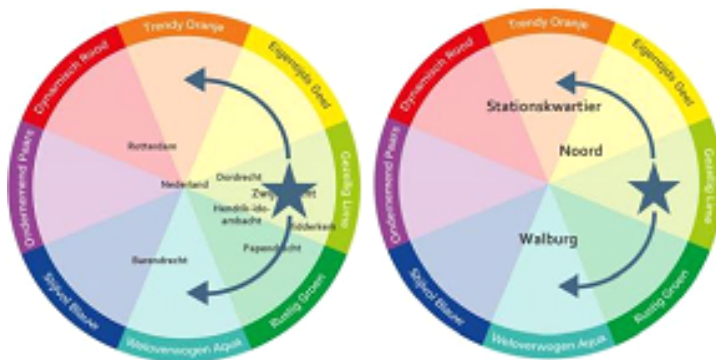
3.3 Aantrekken aanvullende doelgroepen

Nieuwe ontwikkelingen bieden kansen om nieuwe doelgroepen en leefstijlen aan te trekken die zorgen voor meer variatie in ondernemers en bevolkingsopbouw, en die bijdragen aan een grotere stedelijkheid. Om een beeld te krijgen hoe je deze nieuwe doelgroepen kunt verleiden om zich in Zwijndrecht te vestigen is het handig om naar hun leefstijlen te kijken. Door in te spelen op leefstijlen bij nieuwe ontwikkelingen wordt Zwijndrecht een serieuze optie.

Nieuwe ontwikkelingen bieden kansen om aanvullende ondernemers en bewoners aan te trekken met inpassing van de juiste retail en horeca.

Huidige Zwijndrechtenaren : sociaal en bescheiden

Het profiel van de huidige ondernemers en inwoners van Zwijndrecht ligt voornamelijk aan de rechterkant van het leefstijlen model. De leefstijlgroepen *rustig*, *gezellig* en *eigentijds* komen in Zwijndrecht sterker naar voren dan landelijk, en vormen met 55% ook de meerderheid (*groen*, *lime* en *geel*). Deze leefstijlen hebben een introverte en sociale stijl met een evenwichtig, vriendelijk, bescheiden en zorgzaam karakter. Zij passen goed bij de Zwijndrechtse samenleving.



*Positionering doelgroepen in regio Drechtsteden en ontwikkelgebieden
Bron: Interactiemilieus Zwijndrecht (nov. 2020)*

Doelgroep in opkomst wil stedelijke omgeving

Op sommige plekken in Zwijndrecht neemt de *trendy* leefstijl de overhand (*oranje*). Deze groep heeft een meer extrovert en vernieuwend karakter, en brengt dynamiek en vitaliteit. Niet de beperkingen staan centraal, maar de (nieuwe) mogelijkheden. Levendigheid in hun, multiculturele, omgeving is belangrijk en enige dynamiek hoort daarbij. Daar zou een meer stedelijke samenleving passen.

Nieuwe doelgroep heeft meer te besteden

De *weloverwogen* doelgroep heeft vaker een hogere opleiding en bestedingsniveau (*aqua*), wat een gunstig effect heeft op het bestedingspotentie van de consument. En dus ook op de omzetspotentie van ondernemers in de retail en horeca. De aqua leefstijl is individualistischer en respectvol, weloverwogen, ruimdenkend en diplomatiek met elkaar omgaan is hun basis.

De aanvullende doelgroepen (ondernemers en bewoners) in Zwijndrecht verhogen het omzet-potentieel van ondernemers in de retail en horeca.



3.4 Visie en ambities retail en horeca

Retail en horeca kunnen in Zwijndrecht niet los van elkaar worden gezien. De hoofdstructuur komt overeen en er zijn veel kansen om elkaar te versterken door een nieuwe positionering. Dit gecombineerde beleid biedt kansen om een impuls te geven aan een structurele verbetering van zowel het woon-, werk als het ondernemersklimaat: een verrijking van het oude beleid.

Doorvertaling provinciaal en regionaal beleid

Het bovenlokaal beleid is gebaseerd op het kwalitatief en kwantitatief versterken en optimaliseren van concentratiegebieden binnen de bestaande hoofdstructuur:

- versterken van de bestaande identiteit
- positionering ten opzichte van elkaar

Dit retail- en horecabeleid bevat de vertaling naar de situatie van Zwijndrecht, aangevuld met lokale keuzes en ambities die nodig zijn om dat te bereiken en de spelregels om mee te kunnen sturen.

Positionering in de regio

Zwijndrecht is één van de 7 gemeenten in regio Drechtsteden, onderdeel van de provincie Zuid-Holland. Zwijndrecht kent drie kernen van bovenlokaal belang:

- Walburg, het kernwinkelgebied met een compleet retailaanbod
- Stationskwartier, het functionele entreegebied van Zwijndrecht
- Veerplein, het horeca concentratiegebied van Zwijndrecht

Dit zijn dé plekken waar Zwijndrecht zich toont en die een boven-lokale aantrekkingskracht kunnen hebben. Investerings vergroten het onderscheidend karakter en versterken de belevingskracht.

Hoofdstructuur voor een krachtig Zwijndrecht

Retail en horeca is essentieel voor een aantrekkelijke woon-, werk- en leefomgeving. Een toekomstbestendige hoofdstructuur voor een krachtig Zwijndrecht biedt ruimte aan:

- een compleet retail- en horeca-aanbod in Zwijndrecht
- voldoende boodschappenvoorzieningen voor Zwijndrechtenaren
- levendige, aantrekkelijke en gezonde concentratiegebieden
- ondernemers en werkgelegenheid op kansrijke locaties

Ambities voor een toekomstbestendige structuur

Om de hoofdstructuur van Zwijndrecht toekomstbestendig te maken, zet de gemeente Zwijndrecht in op de volgende twee ambities:

1. versterken van kansrijke concentratiegebieden
2. transformeren van locaties zonder toekomstperspectief

Daarbij is het beperken en voorkomen van leegstand uitgangspunt.

Door in te zetten op de ambities, toekomstprofielen te bepalen en vast te houden aan het beleid, ontstaat er een toekomstbestendige hoofdstructuur.

Rol beleid bij samenwerking en planvorming

Draagvlak voor dit retail- en horecabeleid bij (boven)lokale overheden, ondernemers, eigenaren en marktpartijen is essentieel voor samenwerking bij de uitvoering en het toetsen van initiatieven. Daarnaast levert dit beleid een basis voor de integrale planvorming rond de concentratiegebieden, geeft richting aan transformatie-pgaven en maakt afwegingen bij beoordelingen inzichtelijk.

Samenhang met integrale ambities van Zwijndrecht

Dit retail- en horecabeleid draagt bij aan de invulling van de verstedelijkingsopgave voor de Spoorzone in Zwijndrecht en aan de kernpunten van de Omgevingsvisie vanuit economisch perspectief.

4. Toekomstbestendige hoofdstructuur en opgaven

4.1 Toekomstbestendige hoofdstructuur

De hoofdstructuur van Zwijndrecht bestaat uit een compleet en veelzijdig aanbod op het gebied van retail en horeca, verdeeld over acht concentratiegebieden met ieder een eigen positie, verzorgingsgebied en (nieuw) profiel.

Tuincentra, bouwmarkten en nieuwe concepten die niet in deze kerngebieden passen, bevinden zich op solitaire geschikte locaties.

Complementair retailaanbod op gemeenteniveau

De drie totaal verschillende kerngebieden vormen samen het visitekaartje van Zwijndrecht en hebben een (boven)lokale aantrekkingskracht. Walburg is hét kernwinkelgebied van Zwijndrecht met een recreatief karakter, het Stationskwartier vormt het levendige entreegebied voor gasten en forenzen en het Veerplein is een unieke plek met horeca en een prachtig uitzicht op de Oude Maas.

Compleet dagelijks winkelaanbod op wijkniveau

De drie wijkwinkelcentra Oudeland, Kort Ambacht en Boulevard Noord liggen verspreid in Zwijndrecht en zijn uitstekend bereikbaar. Ze bieden een compleet dagelijks aanbod met elk twee moderne supermarkten, speciaalzaken en drogisterijen, aangevuld met frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen en horeca.

Kleinschalige ontmoetingsfunctie op buurtniveau

Ontmoeten staat centraal in de dorpskern Heerjansdam en de culinaire buurtkern aan de Maasboulevard. De dorpskern biedt ruimte aan kleinschalige voorzieningen en dienstverlening, waaronder een kleine supermarkt en horeca. De culinaire buurtkern bevat hoogwaardige restaurants, aangevuld met dienstverlening.

4.2 Concentratiegebieden in de hoofdstructuur

De concentratiegebieden vormen samen een evenwichtige hoofdstructuur en zorgen voor variatie voor de consument op de diverse schaalniveaus. De drie kerngebieden variëren in functie en vullen elkaar aan. De wijkwinkelcentra hebben vergelijkbare functies en verschillen in sfeer. En de buurtkernen hebben ieder hun eigen karakter: een dorpskern en een culinaire buurtkern aan het water.

Drie kerngebieden: (boven)lokaal verzorgend:

1. Kernwinkelgebied Walburg
2. Entreegebied Stationskwartier
3. Horecaconcentratie Veerplein

Drie wijkwinkelcentra: lokaal verzorgend:

4. Oudeland
5. Kort Ambacht
6. Boulevard Noord

Een dorps- en een buurtkern: klein lokaal verzorgend:

7. Dorpskern Heerjansdam
8. Culinaire buurtkern Maasboulevard

4.3 Versterken kansrijke concentratiegebieden

Alle concentratiegebieden in deze hoofdstructuur hebben voldoende toekomstperspectief, potentie en ruimte om invulling te geven aan hun (nieuwe) positie en profiel. Investerings in het versterken en moderniseren van deze gebieden maakt de hoofdstructuur krachtig en toekomstbestendig en zorgt voor een compleet aanbod op het gebied van retail en horeca in de gemeente Zwijndrecht.

Walburg: toevoegen van meer stedelijke functies

Walburg is hét kernwinkelgebied van Zwijndrecht met een mix van voorzieningen en een recreatief karakter. Het naastliggende party- centrum is de enige plek in de gemeente waar de zwaarste categorie horeca (muziek en dansen) is toegestaan. Investerings zijn nodig om Zwijndrechtenaren te (blijven) binden en om de concurrentie aan te gaan met het niet-dagelijks aanbod in de omgeving. Met name voor jongeren liggen hier kansen voor vrijetijdsbesteding. Verbreding van het retail-aanbod zonder toevoeging van netto winkelmeters vergroot de (boven)lokale aantrekkingskracht: speciaalzaken, cultuur, ontspanning en horeca (ook 's avonds). Kwaliteitsimpulsen zorgen voor een passende uitstraling en verhogen de verblijfskwaliteit.

Stationskwartier: ruimte voor gemaksvoorzieningen

Het Stationskwartier is onderdeel van de ontwikkeling van de Spoorzone en biedt dan ruimte aan functionele gemaksvoorzieningen (to go) en horeca voor forenzen en reizigers van en naar Zwijndrecht.

Veerplein: concentreren van horeca

Het Veerplein is hét horecaconcentratiegebied van Zwijndrecht met een historisch karakter en een aantrekkelijke buitenruimte met een uniek uitzicht op de Oude Maas en de Oevers van Dordrecht. Het gebied biedt ruimte aan kleinschalige cafés en restaurants, ook een kleinschalig hotel is mogelijk. Vanwege de aanwezige woon- functie moet de overlast beperkt blijven.

Oudeland : versterken met horeca

Wijkwinkelcentrum Oudeland functioneert goed. Versterken kan met een aantrekkelijke inrichting van de buitenruimte en door toevoegen van een ontmoetingsplaats in de vorm van ondersteunende horeca.

Kort Ambacht: compleet met tweede supermarkt

Het wijkwinkelcentrum Kort Ambacht is gebouwd in de jaren '70. De inpassing van een tweede supermarkt maakt het tot een volwaardig wijkwinkelcentrum, met goede parkeermogelijkheden.

Boulevard Noord: compacter maken op niveau

Voor de toekomstbestendigheid van wijkwinkelcentrum Boulevard Noord is herontwikkeling tot een compacter centrum met een hoger kwaliteitsniveau noodzakelijk.

Heerjansdam: basisvoorzieningen behouden

Om Heerjansdam als leefbare dorpskern goed te laten blijven functioneren, is het behoud van basisvoorzieningen essentieel.

Maasboulevard: meer kleinschalige dienstverlening

De eigentijdse Maasboulevard met enkele goede restaurants en kleinschalige dienstverlening is bij uitstek geschikt om door te groeien tot culinaire buurtkern met verdere invulling van de plinten.

Een vertaling van de opgaven naar een profiel per concentratiegebied maken het toekomstbeeld van de hoofdstructuur compleet (zie H 5.)

Retail- en horecastructuur gemeente Zwijndrecht



4.4 Transformeren locaties zonder perspectief

Locaties waar structurele leegstand optreedt of toekomstperspectief ontbreekt, komen in aanmerking voor transformatie naar een geschiktere functie, zoals maatschappelijke of zorgvoorzieningen of woningbouw (bijdrage aan de verstedelijkingsopgave). Investerings zijn nodig voor een kwalitatief goede invulling en om de kans op verloedering te verkleinen.

De Passage: transformeren naar andere functies

Het oudste winkelcentrum van Zwijndrecht functioneert niet meer zoals voorheen en kent leegstand. De nabijheid van concentratie gebieden met meer perspectief, zoals Boulevard Noord, zorgt voor ongewenste concurrentie. Transformatie naar andere functies biedt wellicht meer kansen.

Meerdersvoort : transformeren bij vertrek retail

In Meerdersvoort zijn enkele winkels gevestigd, waaronder de Lidl en de Action. Er is te weinig aanbod om te functioneren als concentratiegebied in de hoofdstructuur en te weinig ruimte om dat te kunnen ontwikkelen. Ideaal zou zijn als de winkels zich verplaatsen naar een concentratiegebied en de ruimte in de plint te transformeren.

De Lindt: transformeren naar andere functies

Het toekomstperspectief van winkelgebied De Lindt is beperkt, ondanks de vele horecazaken. Dagelijks aanbod ontbreekt en winkelcentrum Kort Ambacht ligt in de buurt. Bovendien kijkt de strip aan het Willem Ruysplein uit op de achterkant van het centrum, waar de distributie plaatsvindt van het winkelplein.

Transformatie versterkt de hoofdstructuur en geeft perspectiefrijke winkelgebieden de kans om ook in de toekomst goed te blijven functioneren.

Solitaire retail : naar concentratiegebieden

Door retail op locaties en strips zonder toekomstperspectief te onttrekken, krijgen perspectiefrijke gebieden de kans om goed te (blijven) functioneren. Verplaatsing naar concentratiegebieden in de hoofdstructuur biedt ondernemers betere vestigingscondities.

De achterblijvende locaties en strips worden getransformeerd van detailhandel naar meer geschikte functie(s) zoals gezondheidszorg, uiterlijke verzorging, een kinderdagverblijf of woningbouw. De detailhandelsbestemming wordt gesaneerd. Op die manier wordt een bijdrage geleverd aan de verstedelijkingsopgave. Denk hierbij aan transformatie van bedrijfsruimten aan de Burg. de Bruïnelaan, Groote Beerstraat, Van Meelstraat, Van Goghstraat en het Troelstraplein.

Solitaire horeca: naar concentratiegebieden

Het situeren van horeca in concentratiegebieden zorgt voor meer levendigheid en zo blijft de overlast in gebieden met een woon- functie beperkt. Buiten deze gebieden is uitbreiding of vestiging van horeca niet mogelijk, tenzij het om een 'bijzondere' locatie gaat met een unieke ruimtelijke kwaliteit, zoals het Noordpark, het Develpark en het buitengebied.

Het onttrekken van de retail - en horecafuncties op solitaire locaties zonder perspectief voorkomt verloedering en biedt kansen voor ontwikkelingen.

Uitzondering: detailhandel op bedrijventerreinen

Op bedrijventerreinen zijn enkele branches toegestaan die moeilijk inpasbaar zijn in de concentratiegebieden (zie spelregels, pagina 6).

5. Profielen en handelingsperspectieven

5.1 Concentratiegebieden hoofdstructuur

De concentratiegebieden in de hoofdstructuur hebben elk een eigen profiel en zorgen samen voor een compleet aanbod op de diverse verzorgingsniveaus. De handelingsperspectieven geven aan wat nodig is om invulling te (blijven) geven aan het beoogde profiel.

Gewenste retail en horeca in de concentratiegebieden

De positionering in de hoofdstructuur én het profiel samen vormen de basis voor de gewenste combinatie van functies per gebied. Voor behoud van de leefbaarheid zijn nieuwe concepten toelaatbaar, waarbij detailhandelsaanbod wordt gecombineerd met andere publieksgerichte voorzieningen. De aard en omvang moeten wel in overeenstemming zijn met de verzorgingsfunctie van het gebied.

	Kernwinkelgebied	Entreegebied	Horecaconcentratie	Wijkwinkelcentrum	Dorpskern	Culinaire buurtkern
Niet dagelijkse voorzieningen						
Frequent benodigd	●	●		●	●	
Niet frequent benodigd	●					
Dagelijkse voorzieningen						
Supermarkten	●			●	●	
Speciaalzaken	●			●		
Persoonlijke verzorging	●			●		
Gemakswinkels / city stores		●			●	
Dienstvaerlening						
Horeca	●			●	●	●
Horeca A (kleine etenswaren)	●	●	●	●	●	
Horeca B1 (fastfood)	●	●	●	●	●	
Horeca B2 (maaltijden)	●	●	●	●	●	●
Horeca C (drank)	●		●	●	●	
Horeca D (muziek & dansen)	●				●	
Hotel		●	●			

Handelingen in concentratiegebieden

Een combinatie van programmatische en ruimtelijke handelingen helpt het beoogde profiel per gebied te bereiken of te versterken.

Programmatische handelingen

- Clusteren retail
- Aantrekken retail
- Onttrekken retail
- Transformeren naar andere functie(s)
- Vasthouden basisvoorzieningen

Ruimtelijke handelingen

- Verbeteren (verblijfs)kwaliteit en uitstraling
- Herstructureren
- Aanpakken leegstand
- Verbeteren parkeerverzorging
- Verbeteren inrichting buitenruimte

5.2 Profielen en handelingsperspectieven

Kerngebieden: visitekaartje van Zwijndrecht (Boven) lokale verzorgingsgebieden

Profielen en handelingsperspectieven

Kerngebieden: visitekaartje van Zwijndrecht

(Boven) lokale verzorgingsgebieden

Kernwinkelgebied Walburg

Profiel: modern, comfortabel en multifunctioneel winkelcentrum
Activiteiten: shoppen, boodschappen doen, recreëren, uitgaan
Retail: niet-dagelijkse en dagelijkse voorzieningen, horeca ABCD
Handelingsperspectief: verbreden van het retailaanbod en kwaliteitsimpuls voor een hogere verblijfskwaliteit

Aantal verkooppunten (omvang)	Programma	Ruimte
Detailhandel 69 (18.189 m ²)		
Leegstand 6 (663 m ²)		
Horeca 10 (1.116 m ²)		
Diensten 17 (999 m ²)		
Cultuur en ontspanning 5 (1.600 m ²)		

Entreegebied Stationskwartier

Profiel: aantrekkelijke en functionele stationsomgeving
Activiteiten: reizen, werken, shop & go
Retail: kleinschalige gemaksvoorzieningen, diensten, horeca AB/C
Handelingsperspectief: toevoegen van gemaksvoorzieningen bij de ontwikkeling van de Spoorzone in Zwijndrecht

Aantal verkooppunten (omvang)	Programma	Ruimte
Detailhandel 10 (1.580 m ²)		
Leegstand 6 (443 m ²)		
Horeca 1 (152 m ²)		
Diensten 6 (276 m ²)		
Cultuur en ontspanning -		

Horecaconcentratie Veerplein

Profiel: historisch horecaplein aan de Oude Maas (en Maasplein)
Activiteiten: eten, drinken, uitgaan
Retail: horeca ABC en enkele winkeltjes (special interests)
Handelingsperspectief: concentreren van horeca en kwaliteitsimpuls van de inrichting van de buitenruimte

Aantal verkooppunten (omvang)	Programma	Ruimte
Detailhandel 6 (428 m ²)		
Leegstand 11 (1.250 m ²)		
Horeca 5 (180 m ²)		
Diensten 1 (150 m ²)		
Cultuur en ontspanning 1 (150 m ²)		

Wijkwinkelcentra: compleet dagelijks aanbod Lokale verzorgingsgebieden

Wijkwinkelcentra: compleet dagelijks aanbod

Wijkwinkelcentrum Oudeland

Profiel: modern compact wijkwinkelcentrum
Activiteiten: boodschappen doen
Retail: dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen, horeca AB
Handelingsperspectief: aantrekkelijker maken van de inrichting van de buitenruimte en toevoegen van een ontmoetingsplaats

Aantal verkooppunten (omvang)		Programma	Ruimte
Detailhandel	12 (2.984 m ²)	P	P
Leegstand	-		
Horeca	1 (104 m ²)		
Diensten	2 (130 m ²)		
Cultuur en ontspanning	-		

Wijkwinkelcentrum Kort Ambacht

Profiel: functioneel uitgebreid wijkwinkelcentrum
Activiteiten: boodschappen doen
Retail: dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen, horeca AB
Handelingsperspectief: inpassen van een tweede supermarkt met voldoende parkeermogelijkheden

Aantal verkooppunten (omvang)		Programma	Ruimte
Detailhandel	12 (3.428 m ²)	P	P
Leegstand	2 (851 m ²)		
Horeca	3 (228 m ²)		
Diensten	5 (340 m ²)		
Cultuur en ontspanning	-		

Wijkwinkelcentrum Boulevard Noord

Profiel: modern compact wijkwinkelcentrum
Activiteiten: boodschappen doen
Retail: dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen, horeca AB
Handelingsperspectief: herontwikkelen tot een compacter en kwalitatief beter wijkwinkelcentrum met deels transformatie

Aantal verkooppunten (omvang)		Programma	Ruimte
Detailhandel	17 (3.092 m ²)	P	P
Leegstand	1 (65 m ²)		
Horeca	7 (388 m ²)		
Diensten	5 (315 m ²)		
Cultuur en ontspanning	-		

Een dorps- een buurtkern: ontmoetingsfunctie met kleinschalige voorzieningen en dienstverlening
 Kleine lokale verzorgingsgebieden

Een dorps- en een buurtkern: ontmoetingsfunctie met kleinschalige voorzieningen en dienstverlening Kleine lokale verzorgingsgebieden

Dorpskern Heerjansdam

Profiel: buurtkern in een historische dorpskern
Activiteiten: ontmoeten, werken, zorg en welzijn
Retail: kleinschalige voorzieningen, dienstverlening, horeca ABC
Handelingsperspectief: vasthouden van basisvoorzieningen voor het goed blijven functioneren als levendige buurtkern

Aantal verkooppunten (omvang)		Programma	Ruimte
Detailhandel	5 (831 m ²)	P	P
Leegstand	1 (40 m ²)		
Horeca	4 (179 m ²)		
Diensten	6 (223 m ²)		
Cultuur en ontspanning	-		

Culinaire buurtkern Maasboulevard

Profiel: culinaire buurtkern aan modern plein aan de Oude Maas
Activiteiten: ontmoeten, werken, zorg en welzijn en goed eten
Retail: kleinschalige dienstverlening, horeca ABC
Handelingsperspectief: invullen van leegstaande plinten met kleinschalige dienstverlening

Aantal verkooppunten (omvang)		Programma	Ruimte
Detailhandel	-	P	P
Leegstand	-		
Horeca	2 (160 m ²)		
Diensten	1 (40 m ²)		
Cultuur en ontspanning	-		

Aantal huidige verkooppunten en totaal m² winkelvloeroppervlak (Locatus, check BRO, peildatum maart 2021)
 NB: bij de analyse van het aanbod zijn de cijfers gebruikt van Seinpost, deze cijfers zijn onlangs geactualiseerd en hier vermeld.

Aantal huidige verkooppunten en totaal m² winkelvloeroppervlak (Locatus , check BRO, peildatum maart 2021)

NB: bij de analyse van het aanbod zijn de cijfers gebruikt van Seinpost, deze cijfers zijn onlangs geactualiseerd en hier vermeld.

6. Spelregels voor plannen en initiatieven

6.1 Spelregels retail en horeca

Om dit Retail- en horecabeleid te realiseren zijn een aantal basis spelregels essentieel:

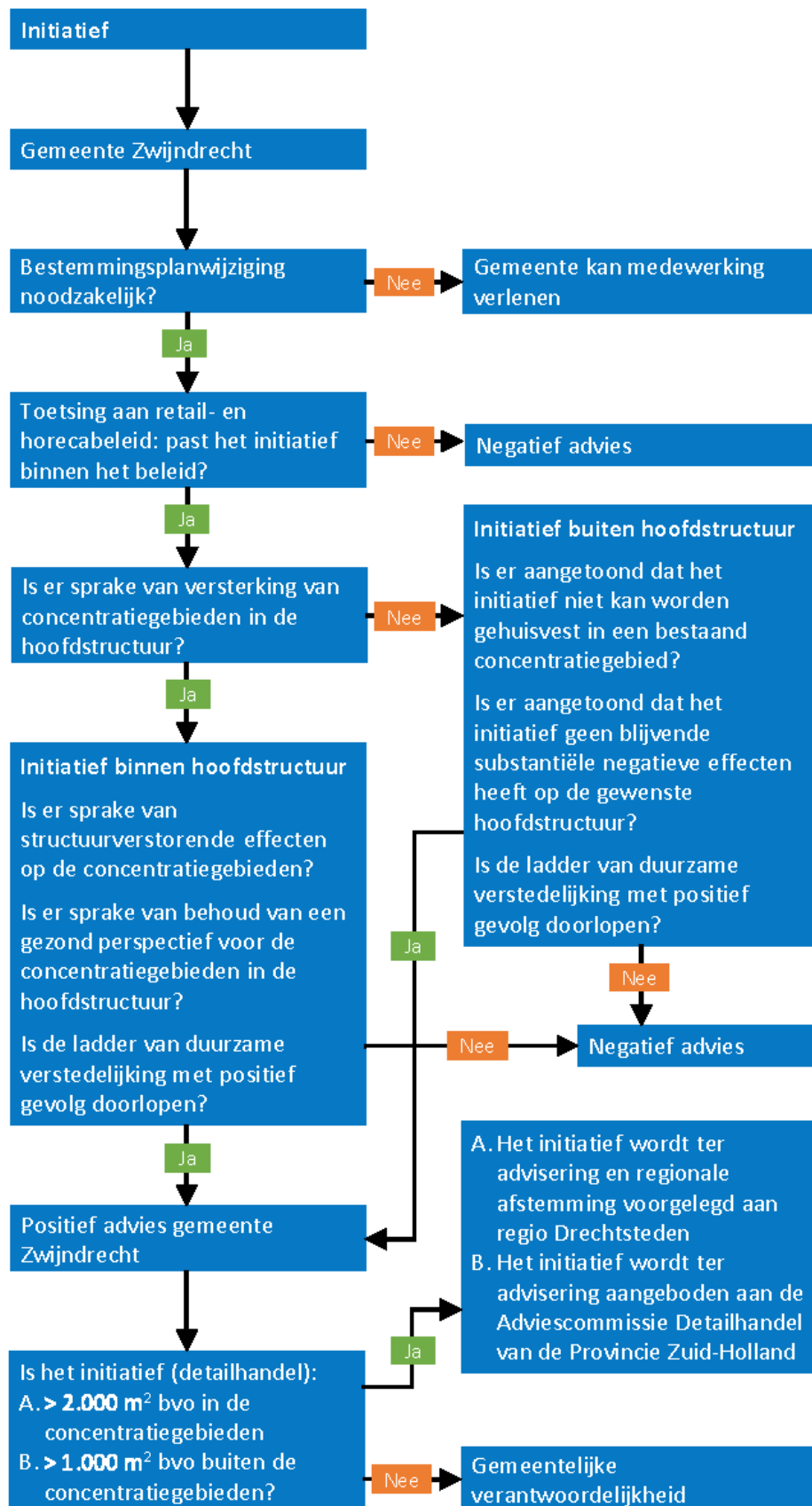
- Nieuwe ontwikkelingen alleen mogelijk in concentratiegebieden
- Creëren van nieuwe concentratiegebieden is niet mogelijk
- Geen nieuwe solitaire vestigingen buiten de hoofdstructuur
- Kritische blik op vestigingen van grootschalige retail
- Geen reguliere detailhandel en horeca op bedrijventerreinen

Hoe toetsen we aan de spelregels?

Dit Retail- en horecabeleid is kaderstellend voor de gemeente bij het vaststellen van nieuwe en te actualiseren bestemmingsplannen in het kader van de Omgevingsvisie en als toetsingskader bij initiatieven op het gebied van retail en horeca.

Beoordelingskader initiatieven

Onderstaande figuur brengt in beeld hoe de gemeente Zwijndrecht vanuit economisch perspectief met initiatieven omgaat.



6.2 Beoordeling initiatieven

Aan nieuwe initiatieven wordt door de gemeente Zwijndrecht meegewerkt als de initiatiefnemer aantoont dat:

- het initiatief een meerwaarde heeft voor de hoofdstructuur: een toename van de keuzemogelijkheden voor de consument (bijvoorbeeld bij een zwak vertegenwoordigd thema of branche) of een nieuw concept die zich onderscheidt door kwaliteit, specialisatie en/of focus op speciale of nieuwe doelgroep(en);
- de locatie een versterking betekent van de concentratiegebieden, zoals gedefinieerd in de profielen en handelingsperspectieven;
- het initiatief geen (blijvende) negatieve effecten heeft op de
- bestaande of beoogde hoofdstructuur.

Retail en horeca binnen de hoofdstructuur

De concentratiegebieden bieden ruimte aan dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen, dienstverlening en horeca, of combinaties daarvan. Per gebied zijn de gewenste functies in dit retail- en horecabeleid vastgelegd (zie profielen en handelingsperspectieven).

6.3 Beoordelingskader detailhandel

Detailhandel buiten de hoofdstructuur

Buiten de hoofdstructuur is alleen ruimte voor specifieke branches die niet goed inpasbaar zijn in de concentratiegebieden. Grootschalige detailhandel (> 1.000 m²) wordt onder voorwaarden toegestaan (zie beoordelingskader) en ter toetsing voorgelegd aan de provincie.

Detailhandel op bedrijventerreinen

Retail en horeca op bedrijventerreinen is in principe niet mogelijk. Wel kan hier ruimte geboden worden aan retail die moeilijk inpasbaar is in de concentratiegebieden: kringloopwinkels, tuincentra en bouwmarkten, internetwinkels zonder afhaalfunctie en detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke goederen, auto's, motoren, scooters, boten, caravans, zwembaden, buitenspeel- en fitnessapparatuur, piano's, surfplanken, tenten, grove bouwmaterialen en landbouw- werktuigen. Vestiging van deze branches kan vanuit ruimtelijke overwegingen zonder verdere voorwaarden buiten de reguliere detailhandelsstructuur plaatsvinden. Over andere detailhandel wordt per casus bekeken of het zich op bedrijventerreinen kan vestigen.

Internetwinkels en pick-up points

Internetverkoop met een bezoekersfunctie valt onder detailhandel en wordt alleen toegestaan in concentratiegebieden. Afhaalpunten buiten de hoofdstructuur vallen niet onder winkels omdat zij geen goederen tonen. Zij zijn ondergeschikt aan de niet-winkelfunctie en mogen geen publieks-aantrekkende werking krijgen, om nieuwe detailhandelslocaties te voorkomen. Aanvullende solitaire pick-up points worden in Drechtstedenverband afgestemd.

PDV: alleen met een lokaal karakter

Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV) bieden plaats aan complementair, aanvullend aanbod ten opzichte van de centrumgebieden en buurt- en wijkvoorzieningen. Het gaat om meubelen en detailhandel in keukens, badkamers, vloerbedekking, parket, zonwering en jacuzzi's. Kleinere winkels in de branche woninginrichting (<1.000 m² bvo) zijn toegestaan.

In Drechtstedenverband wordt gestreefd naar een sterke perifere detailhandelsstructuur. Het volumieuze detailhandelsaanbod wordt geconcentreerd op de locaties Nijverwaard (Sliedrecht), Woonboulevard Dordrecht en Spijksepoort (Gorinchem).

Buiten de drie te versterken PDV-locaties wordt perifere vestiging alleen toegestaan voor initiatieven met een aantoonbaar lokaal karakter en op een geschikte locatie.

6.4 Beoordelingskader horeca

De gemeente Zwijndrecht hanteert vijf categorieën horecabedrijven met als uitgangspunt hun invloed op het woon- en leefklimaat:

Categorie	Inrichting	Accent activiteiten
Categorie A	Lunchroom, koffie- of theehuis, ijsalon	Verstrekking van <u>al dan niet</u> voor consumptie ter plaatse bereide, <u>kleine etenswaren</u>
Categorie B1	Cafeteria, afhaal- en bezorgwinkel (snack-bar, fastfoodrestaurant, grillroom)	Verstrekking van <u>al dan niet</u> voor consumptie ter plaatse bereide, <u>kleine etenswaren</u>
Categorie B2	Restaurant (bistro, eetcafé, grand café)	Verstrekking van <u>maaltijden</u> voor consumptie ter plaatse
Categorie C	Café, bar	Verstrekking van <u>drank</u>

Categorie D

Discotheek, bar-dancing, zalenexploitatie, hotel, partycentrum

Ten gehore brengen van muziek en het gelegenheid geven tot dansen of andere in-door activiteiten

Via bestaande plancapaciteit is het mogelijk een horecabedrijf te starten als het bestemmingsplan daarin voorziet. Dat geldt bijvoorbeeld voor een centrumbestemming zoals in de centrale en ondersteunende winkelgebieden. Nieuwe horeca kan zich dan vestigen als aan de vergunningsvoorwaarden wordt voldaan. Dat is mede afhankelijk van de horecacategorie die aangevraagd wordt. Dit beleid geeft aan welke categorieën gewenst zijn in concentratiegebieden.

Horeca in concentratiegebieden

Horeca vervult een belangrijke ondersteunende functie in concentratiegebieden. Uitbreiding van wijkverzorgende horeca is alleen mogelijk in de winkelcentra met weinig horeca. Bij herontwikkeling van verouderde centra binnen de hoofdstructuur ligt de nadruk op modernisering van de bestaande horeca, inspeland op de doelgroepen in de eigen wijk, haar leefstijlen en het woon- en verblijfsklimaat in deze wijken.

Horeca op verspreide locaties

Afbouw indien mogelijk. Als bestaande horecabedrijven willen uitbreiden of verplaatsen dan wordt eerst de inpasbaarheid in een bestaand horecaconcentratiegebied nagegaan. Als aangetoond is dat concentratie niet kan dan is een beperkte uitbreiding op de bestaande locatie mogelijk. Verplaatsing kan alleen in uitzonderingsgevallen (zie 'Nieuwe locaties voor horeca'). De horeca-aanduiding op de oude locatie komt in het bestemmingsplan te vervallen.

Horeca op bedrijventerreinen

Horeca kan alleen op bedrijventerreinen worden gevestigd als aangetoond wordt dat de behoefte er is en andere horeca niet in die behoeften kan voorzien.

Nieuwe locaties voor horeca

Alleen in uitzonderingsgevallen. Dat zijn:

- te transformeren historische gebouwen (schaars in Zwijndrecht). De horeca moet aantoonbaar onderscheidend zijn ten opzichte van het bestaande horeca-aanbod, en maakt bij voorkeur onderdeel uit van een integrale ontwikkeling met diverse functies
- gebieden met een vrijetijdsbestemming, bv in het buitengebied
- traffic-locaties langs snelwegen of nabij openbaar vervoer, zoals de stationsomgeving, te ontwikkelen als nieuw entreegebied met modernisering van het huidige horeca-aanbod (to go en gemak)
- integrale gebiedsontwikkelingen, zoals het Stationskwartier. Nieuwe horeca moet een aantoonbare toegevoegde waarde hebben voor de ontwikkeling en moet beperkt blijven in het belang van de opgave om te concentreren.

6.5 Bovenlokale afstemming en toetsing

Op het gebied van detailhandel zijn bovenlokale afspraken gemaakt.



provincie **HOLLAND**
ZUID



Toetsing detailhandel bij provincie Zuid-Holland

De provincie Zuid-Holland gaat er vanuit dat de vraag naar fysieke winkelruimte de komende jaren verder afneemt, vanwege de opkomst van internetwinkelen, demografische ontwikkelingen en veranderende consumentenbehoeften. Daarom stelt de provincie strikte eisen aan uitbreidingsplannen en wordt detailhandel zoveel als mogelijk gebundeld en geconcentreerd in centrumgebieden en bestaande winkelcentra om deze aantrekkelijk en leefbaar te houden. Als een gemeente nieuwe detailhandelsont-

wikkelingen wil vastleggen in een bestemmingsplan, is daarvoor een goede motivering en onderbouwing nodig: de actuele regionale behoefte en de (regionale) ruimtelijke effecten van uitbreidingsplannen op andere winkelgebieden. De provincie beoordeelt bestemmingsplannen aan de hand van haar detailhandelsbeleid, opgenomen in de Omgevingsvisie en de Omgevingsverordening Zuid-Holland. Het advies van de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland wordt daarbij betrokken.

Afstemming detailhandel in regio Drechtsteden

In de Detailhandelsvisie van regio Drechtsteden (2013) vormen de centrumgebieden van de toen nog 6 tot de Drechtsteden behorende gemeenten de basis van de winkelstructuur, met de binnenstad van Dordrecht als de top van de regionale hiërarchie. Deze centra spelen in op de wensen van de consument die op een efficiënte manier in korte tijd boodschappen wil doen en aanverwante artikelen wil kopen, maar ook in zekere mate recreatief wil winkelen. Zij verdienen prioriteit bij de kwalitatieve versterking van hun positie. Ruimte voor winkeluitbreiding is beperkt en wordt afgestemd in de regio. Walburg is gepositioneerd als regionaal verzorgend hoofdwinkelcentrum van Zwijndrecht. Het heeft een compleet, maar weinig onderscheidend aanbod. De verblijfskwaliteit kan worden verbeterd door het toevoegen van speciaalzaken en horeca en het opwaarderen van de inrichting van de openbare ruimte.

Bijlagen feiten en cijfers: dit is als informatieve bijlage toegevoegd.

Aldus besloten in de openbare raadsvergadering van 28 september 2021

De griffier, De voorzitter,

Irene Odinot, Hein van de Loo