BEHOEFTE-ONDERZOEK NIEUWE FUNCTIES IN FEYENOORD CITY

6 JANUARI 2020 (ACTUALISATIE RAPPORT 25 JULI 2018)

BUREAU STEDELIJKE PLANNING

BEHOEFTE-ONDERZOEK NIEUWE FUNCTIES IN FEYENOORD CITY

6 JANUARI 2020 (ACTUALISATIE RAPPORT 25 JULI 2018)

BUREAU STEDELIJKE PLANNING

Status:
Eindrapportage

Datum:
6 januari 2020 (actualisatie rapport 25 juli 2018)

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Gebiedsontwikkeling en strategie
Bianca Lemm MSc
Susanne Brugman MSc
Drs. Toine Hooft

Voor meer informatie: Drs. Toine Hooft, th@stedplan.nl

Review:
Dr. Christine Oude Veldhuis MRE

In opdracht van:
Projectbureau Feyenoord City

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2019.L.120b
Referentie: 2019.L.120b Feyenoord City LDV actualisatie 060120

BUREAU STEDELIJKE PLANNING

INLEIDING 7
SAMENVATTING VAN DE CONCLUSIES 9
1 FEYENOORD CITY: STERKER DOOR SPORT 12
1.1 HOOFDFUNCTIES VAN HET PROGRAMMA
1.2 SWOT-ANALYSE LOCATIE EN OMGEVING
2 DE LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING 14
2.1 MOTIVEREN NIEUWE STEDELIJKE ONTWIKKELING
2.2 ONDERZOEKSGEBIED(EN)
2.3 PLANCAPACITEIT
3 BEHOEFTE (VOETBAL)STADION & SPORT 19
3.1 BELEID
3.2 DE VRAAG NAAR HET (VOETBAL)STADION
3.3 OVERIGE SPORTVOORZIENINGEN
3.4 HET AANBOD VAN (VOETBAL)STADIONS
3.5 HET AANBOD VAN SPORT
3.6 DE BEHOEFTE AAN EEN (VOETBAL)STADION & SPORT
4 BEHOEFTE WONEN 30
4.1 ONDERZOEKSGEBIED WONEN
4.2 BELEID
4.3 DE VRAAG NAAR WONINGEN
4.4 HET AANBOD VAN WONINGEN
4.5 DE BEHOEFTE AAN WONINGEN
5 BEHOEFTE (SPORT)DETAILHANDEL 40
5.1 BELEID
5.2 VRAAG NAAR (SPORT)DETAILHANDEL
5.3 AANBOD VAN DETAILHANDEL
5.4 BEHOEFTE AAN SPORTGERELATEERDE DETAILHANDEL
5.5 BEHOEFTE AAN CONVENIENCE RETAIL (FOOD)
5.6 RELATIE TOT BESTAANDE DETAILHANDELSSTRUCTUUR
6 BEHOEFTE HORECA 58

6.1 BELEID
6.2 DE VRAAG NAAR HORECA
6.3 HET AANBOD HORECA
6.4 DE BEHOEFTE AAN HORECA
7 BEHOEFTE HOTEL & WELLNESS 71
7.1 BELEID
7.2 DE VRAAG NAAR HOTELS & WELLNESS
7.3 HET AANBOD VAN HOTELS & WELLNESS
7.4 DE BEHOEFTE AAN HOTELS & WELLNESS
8 BEHOEFTE KANTOREN 83
8.1 ONDERZOEKSGEBIED KANTOREN
8.2 BELEID
8.3 DE VRAAG NAAR KANTOREN
8.4 HET AANBOD VAN KANTOREN
8.5 DE BEHOEFTE AAN KANTOREN
9 BEHOEFTE OVERIGE VOORZIENINGEN 93
9.1 DE VRAAG NAAR OVERIGE VOORZIENINGEN
9.2 HET AANBOD VAN OVERIGE VOORZIENINGEN
9.3 DE BEHOEFTE AAN OVERIGE VOORZIENINGEN
BIJLAGE 1 LITERATUUR EN BRONNEN
BIJLAGE 2 DETAILHANDEL
BIJLAGE 3 HORECA
BIJLAGE 4 HOTEL EN WELLNESS

INLEIDING

STERKER DOOR SPORT

Binnen het gebied Stadionpark te Rotterdam vindt de komende jaren de gebiedsontwikkeling Feyenoord City plaats. Aan de Nieuwe Maas verrijst een nieuw stadion en de monumentale Kuip wordt herontwikkeld. Beide locaties zijn met elkaar verbonden door De Strip. Behalve sport en vrije tijd is er ruimte voor ontwikkeling van woningbouw, een commercieel en publiek programma en parkeren.

FIGUUR 1 GEBIEDSONTWIKKELING FEYENOORD CITY
Bron: Concept Masterplan, december 2017

BEHOEFTERAMING TEN BEHOEVE VAN BESTEMMINGSPLAN

De voorzieningen zijn te kwalificeren als een nieuwe stedelijke ontwikkeling als bedoeld in artikel 1.1.1 lid 1 aanhef en onder i Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierop is de Ladder voor duurzame verstedelijking van artikel 3.1.6 lid 2 Bro van toepassing. De Ladder vereist dat de behoefte aan de voorzieningen inzichtelijk wordt gemaakt. In opdracht van het projectbureau Feyenoord heeft Bureau Stedelijke Planning dit behoefte-onderzoek verzorgd. Bureau Stedelijke Planning heeft eerder globaal de (markt)behoefte aan retail en leisure onderzocht[1] en in 2018 een behoefte-onderzoek voor de nieuwe functies in Feyenoord City opgesteld (rapport 25 juli 2018). Inmiddels zijn de programma-uitgangspunten gewijzigd en

[1] rapport (Markt)behoefte retail & leisure Feyenoord City van 28 september 2016

zijn vraag- en aanbodverhoudingen veranderd. De meest wezenlijke wijziging betreft het aantal woningen dat is gepland in Feyenoord City: dit zijn er nu 3.769; 444 meer dan in 2018 in het maximaal programma waren opgenomen. Het grotere aantal woningen heeft een positief effect op de behoefte aan voorzieningen als horeca en detailhandel. Bureau Stedelijke Planning heeft daarom het rapport uit 2018 geactualiseerd. **Het voorliggend behoefte-onderzoek vervangt het eerdere rapport uit 2018.** De conclusie blijft onveranderd: de nieuwe functies kunnen de toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking doorstaan.

In het onderzoek is het programma van VKA 2.0 (voorkeursalternatief) getoetst, dat ook als uitgangspunt geldt voor de milieueffectrapportage (m.e.r.).

HOOFDFUNCTIE	M² BVO VKA 2.0	OPMERKINGEN
(Voetbal)stadion & Sport	90.000 m² *63.000 plaatsen*	Stadionfaciliteiten met bijbehorende hospitality faciliteiten. Zelfstandige horeca in stadion is apart getoetst
Wonen	*3.769 woningen*	Hoofdzakelijk appartementen in verschillende typen en grootten
Detailhandel	17.800 m²	Sportgerelateerde detailhandel (14.300 m² bvo) en convenience retail (food)/grab & go (3.500 m² bvo)
Horeca	11.750 m²	Waarvan 5.500 m² bvo zelfstandige horeca stadion en 6.250 m² elders Feyenoord City
Hotel & Wellness	19.750 m²	In totaal 275 kamers, in beginsel twee hotels (Waterfront en De Kuip) + 5.000 Wellness i.c.m. hotel
Kantoren	23.200 m²	
Overig leisure, sport, maatschappelijk en dienstverlening	68.000 m² *(inclusief verplaatsing bioscoop 15.000 m²)*	Verplaatsing en modernisering van Pathé, nieuwe attractie, Feyenoord Museum & Shop, brouwerij (productie), de rivier, jachthaven en flexibele functies (maatschappelijk, commercieel)
TOTAAL	230.500 m² + 3.769 woningen	

TABEL 1 PROGRAMMA VOORKEURSALTERNATIEF 2.0 FEYENOORD CITY IN HOOFDFUNCTIES
Bron: Feyenoord City, 2019

N.B.: Een Ladder-onderbouwing is niet hetzelfde als een marktonderzoek. (Kwalitatieve) factoren als locatiekwaliteiten, concurrentieverhoudingen en de kracht van het concept spelen - anders dan bij een marktonderzoek - geen rol bij een Ladder-onderbouwing.

SAMENVATTING VAN DE CONCLUSIES

In onderstaande tabel zijn de belangrijkste uitkomsten van het behoefte-onderzoek samengevat:

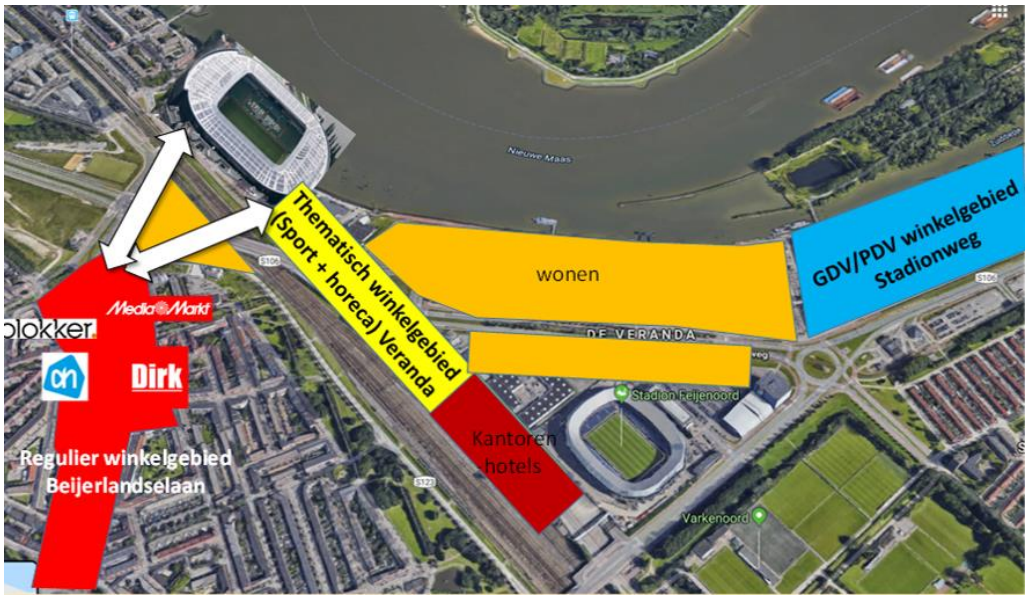
HOOFDFUNCTIE *PROGRAMMA VKA 2.0*	BEHOEFTE TOT 2029	TOETS AAN PROGRAMMA VKA 2.0
Stadion & sport *63.000 plaatsen*	67.000 plaatsen + aan stadion verwante (sport) voorzieningen	Programma past binnen de becijferde behoefte.
Wonen *3.769 woningen*	Kwantitatieve behoefte van 14.100 woningen in marktgebied, waarvan 13.405 in Rotterdam.	Het programma past. Voor alle woningtypen en –segmenten bestaat er voldoende (Ladder-) Ruimte. Gezien locatie-uitgangspunten vooral geschikt voor (huur)appartementen.
(Sport)detailhandel *17.800 m² bvo*	Circa 8.670 m² bvo in Vrije Tijd toe te rekenen aan Feyenoord City. Daarnaast 3.500 m² bvo voor convenience retail/grab & go (bijzondere foodconcepten, hybride concepten en specifieke winkels).	Programma (sport)detailhandel (17.800 m² bvo, waarvan 14.300 m² Vrije Tijd) past bij verplaatsing van bestaand aanbod (12.140 m² bvo) vanuit de Veranda om tot één sterk, innovatief sportcluster te komen.
Horeca *11.750 m² bvo* *Netto 9.300 m² bvo door onttrekking Brasserie Maasgebouw (2.450 m² bvo)*	Vanuit Rotterdam-Zuid 18.650 m² bvo horeca tot 2029, die deels kan worden toebedeeld aan Feyenoord City Vanuit Feyenoord City directe, afgeleide behoefte van 6.650 m² bvo horeca.	Programma past, mits onttrekking Brasserie Maasgebouw (2.450 m² bvo). Verplaatsing (deel) horeca vanaf de Veranda is een randvoorwaarde.
Hotel (275 kamers) & Wellness *19.750 m2 bvo*	Totaal 421 kamers	Programma van 275 kamers (en 5.000 m² wellness i.c.m. hotel), past.
Kantoren *23.200 m2 bvo* *Netto 10.875 m² door onttrekking (8.825 m²) en ongebruikte capaciteit in het bestemmingplan (3.500 m²)*	In Rotterdam ca. 422.000 tot 814.000 m² bvo Op stationslocaties ca. 126.000 tot 363.000 m²	Het programma past. Door onttrekking (8.825 m²) en ongebruikte capaciteit in het bestemmingplan (3.500 m² bvo) is de netto toevoeging lager: 10.875 m² bvo.

HOOFDFUNCTIE *PROGRAMMA VKA 2.0*	BEHOEFTE TOT 2029	TOETS AAN PROGRAMMA VKA 2.0
Overige commerciële. voorzieningen *68.000 m² bvo (inclusief Pathé)*	Bioscoop: 3.200 à 3.500 stoelen Overig: afhankelijk van type (leisure) voorziening	Bioscoop 15.000 m² past (verplaatsing Pathé De Kuip). Andere voorzieningen ook, mits 1) ze voorzien in directe vraag vanuit Feyenoord City en/of 2) een hoge mate van uniciteit hebben en daarmee een eigen vraag/behoefte creëren.

TABEL 2 BELANGRIJKSTE UITKOMSTEN BEHOEFTE-ONDERZOEK FEYENOORD CITY
Bron: Feyenoord City, 2019 *exclusief zelfstandige horeca ** inclusief zelfstandige horeca in stadion

Alle beoogde nieuwe stedelijke functies in Feyenoord City voorzien in een behoefte, kwantitatief en kwalitatief. Ze kunnen de toets aan de criteria van de Ladder voor duurzame verstedelijking doorstaan.

Specifiek voor detailhandel en horeca geldt dat het maximale programma alleen valt te verantwoorden indien (het merendeel van de) bestaande sportwinkels en de horecagelegenheden op de Veranda verplaatsen naar de Strip en/of het nieuwe stadion, en op de Veranda de bestemming wijzigt. De Veranda komt zo vrij voor herontwikkeling naar woningbouw. Met 1.045 nieuwe woningen wordt op deze wijze een grote bijdrage geleverd aan de woningbouwopgave in het Nationaal Programma Rotterdam Zuid (NPRZ).



FIGUUR 2 TOEKOMSTIGE SITUATIE (WINKEL)GEBIEDEN BEIJERLANDSELAAN - VERANDA - STADIONWEG
Bron: Rho adviseurs i.s.m. Bureau Stedelijke Planning

Concentratie van voorzieningen op De Strip en het nieuwe stadion is wenselijk om versnippering te voorkomen. Feyenoord City biedt kansen om het sportwinkelaanbod in en om het nieuwe stadion te optimaliseren tot een volgende generatie sportdetailhandelscluster, met de nadruk op belevenis (experience, efficiency en expertise) in combinatie met horeca (al dan niet binnen één pand). Tevens is dit een uitgelezen kans om de Beijerlandselaan met het nieuwe stadion(gebied) te verbinden, zowel ruimtelijk als functioneel. Per saldo is er sprake van een positief effect voor beide (winkel)gebieden, omdat ze profiteren van elkaars nabijheid, wat nu niet het geval is.

Feyenoord City leent zich door de schaal en opzet voor toevoeging van (leisure)iconen naast het nieuwe stadion, als ook voor allerhande (grootschalige) evenementen.[2] In het programma is hier rekening mee gehouden. Verplaatsing en modernisering van Pathé Bioscoop is er daar een voorbeeld van.

Tot slot: de behoefte aan de nieuwe stedelijke voorzieningen in Feyenoord City is bepaald voor de komende tien jaar, dat wil zeggen tot 2029. Dit komt overeen met de reguliere looptijd van het bestemmingsplan. De planhorizon van Feyenoord City overstijgt echter de tien jaar. Voor Feyenoord City wordt mogelijk de looptijd van het bestemmingsplan verlengd met een beroep op de Crisis- en herstelwet. Het kan heel goed zijn dat in de loop der tijd extra behoeften ontstaan, bijvoorbeeld aan horeca bij het toevoegen van een nieuwe (leisure)icoon na 2029 (zie vorig punt).

[2] Zie hiervoor ook het rapport (Markt)behoefte retail & leisure Feyenoord City (Bureau Stedelijke Planning, 28 september 2016)

1 FEYENOORD CITY: STERKER DOOR SPORT

In het Feyenoord City Concept Masterplan komen de ambities van Feyenoord en de stad Rotterdam samen. Feyenoord City is niet alleen een nieuw icoon aan de Maas, maar omliggende wijken worden met elkaar verbonden door een duurzame en grootschalige stedelijke ontwikkeling, met het nieuwe stadion voor Feyenoord als aanjager. Er komt een nieuwe bestemming voor de Kuip en de transformatie van de publieke ruimte naar een aantrekkelijk verblijfsgebied met nationale en internationale aantrekkingskracht is een trigger voor duurzame vernieuwing van Rotterdam-Zuid.

1.1 HOOFDFUNCTIES VAN HET PROGRAMMA

In het programma (VKA 2.0) wordt in totaal 230.500 m² bvo aan nieuwe stedelijke voorzieningen plus 3.769 woningen ontwikkeld. Voor de zes hoofdfuncties is een volledige Ladder-onderbouwing uitgevoerd. De uitkomsten hiervan zijn te vinden in de hoofdstukken 3 t/m 8. Voor de groep overige leisure, sport en maatschappelijk is een QuickScan uitgevoerd. Een QuickScan geeft een globaler inzicht in de behoefte dan een Ladderonderbouwing. In hoofdstuk 9 zijn de uitkomsten daarvan opgenomen.

HFDST.	HOOFDFUNCTIE(S)	TOTAAL M² BVO
3	(Voetbal)stadion & sport	90.000 (63.000 plaatsen)
4	Wonen	3.769 woningen
5	Detailhandel	15.300
6	Horeca	11.750*
7	Hotel & wellness	19.750
8	Kantoren	23.200
9	Overig leisure, sport en maatschappelijk	68.000
		230.500 m² + 3.769 woningen

TABEL 3 PROGRAMMA FEYENOORD CITY (INCLUSIEF HERONTWIKKELING VERANDA + PROGRAMMA IN HET WATER) IN HOOFDFUNCTIES
Bron: Feyenoord City, 2019
* inclusief zelfstandige horeca stadion

PROGRAMMA VERDEELD OVER VIER FASEN

Het programma omvat verschillende stedelijke functies verdeeld over de vier fasen van het project:

- Fase 1: Nieuw Stadion, Waterfront, Strip-Noord en zo mogelijk Rosestraat, Mallegatpark en Colosseumplot (2021-2024)
- Fase 2: Herontwikkeling Kuip (2024-2025)
- Fase 3: Strip-Zuid en Kuip Park (2024-2030)
- Fase 4: Transformatie Veranda vanaf fase 1

1.2 SWOT-ANALYSE LOCATIE EN OMGEVING

In onderstaande tabel zijn de sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen voor Feyenoord City samengevat. De focus is daarbij gelegd op de ligging en de locatie.

STERKTES	ZWAKTES
• De Kuip, Topsportcentrum en Pathé als huidige, sterke dragers van het gebied. • Het aansluitend gebied (de Veranda) staat al op de 'mental map' van bezoekers voor retail en leisure. • Goede bereikbaarheid met de auto (A16 en A15) • Unieke ligging van het nieuwe stadion aan/in de Nieuwe Maas met lange zichtlijnen richting A16 en centrum van de stad.	• In huidige situatie een weinig aantrekkelijk verblijfsgebied. • Huidige bereikbaarheid openbaar vervoer is beperkt (alleen tijdens evenementen goed). • Afgekeerd van het water (de Maas).
KANSEN	**BEDREIGINGEN**
• Nieuw stadion als motor voor ontwikkeling; behoud van De Kuip als sportaccommodatie. • Groot perceel voor ontwikkeling Feyenoord City, water is een kans. • Mogelijkheden voor een permanente OV verbinding station Rotterdam- stadion. • Het aantal inwoners en toeristen groeit. • Toenemende belangstelling voor gezonde levensstijl waar Feyenoord City op inspeelt. • Multifunctionaliteit draagt bij aan een gezonde en duurzame leefomgeving, zoals door minimalisering van mobiliteit.	• In de huidige situatie vormen De Kuip, Veranda en Strip geen samenhangend geheel. • Sterk wisselende kwaliteit. • Versnipperd eigendom. • Rotterdam zit weliswaar in de lift, maar er is ook een aantal concurrerende projecten in de stad en regio, w.o. Hart van Zuid, Ven Rotterdam (postkantoor Coolsingel) en Tweede Koopgoot.

TABEL 4 SWOT-ANALYSE LIGGING EN LOCATIE PROJECT FEYENOORD CITY

2 DE LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

2.1 MOTIVEREN NIEUWE STEDELIJKE ONTWIKKELING

Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit Ruimtelijke ordening (Bro) dienen overheden nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard te motiveren:

> **Artikel 3.1.6 lid 2**
> De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van **de behoefte aan die ontwikkeling**, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Met de Ladder is het mogelijk om bij flexibele bestemmingsplannen te besluiten om de Ladderplicht door te schuiven naar het moment van uitwerking. Het opstellen van de motiveringen blijft maatwerk, waarbij de specifieke lokale omstandigheden van groot belang blijven.

Een onderzoek naar de behoefte heeft tot doel om na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening. Het Bro dient daarmee de belangen van zorgvuldig ruimtegebruik en ziet er op toe dat (structurele) leegstand wordt voorkomen.

Kwantitatieve en kwalitatieve onderbouwing

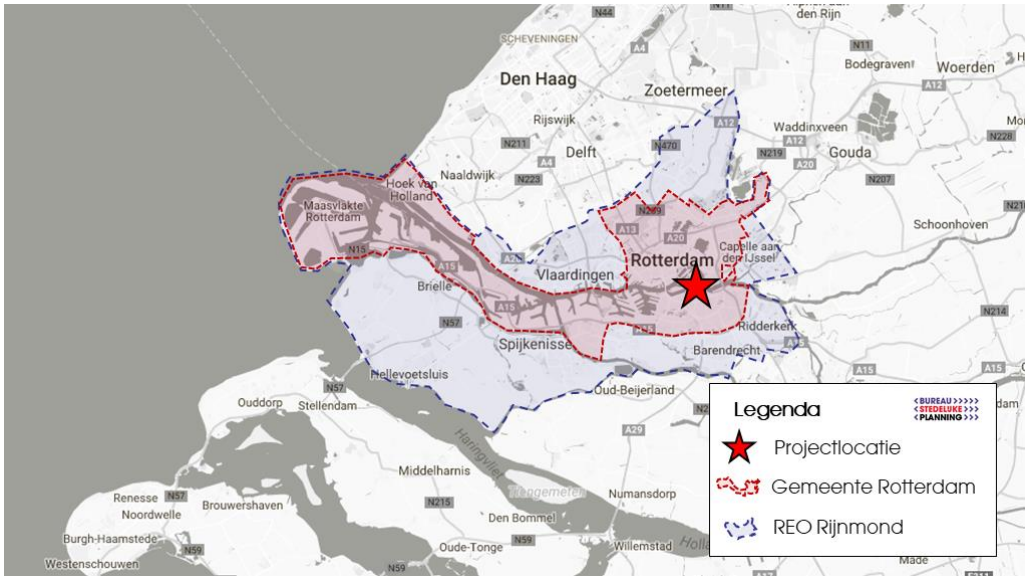
Een behoefte aan voorzieningen of commercieel vastgoed kan niet worden onderbouwd op basis van een visie, beleid of programma-afspraken. De Ladder vereist dat inzichtelijk wordt gemaakt wat de behoefte is aan de nieuwe stedelijke voorzieningen. De onderbouwing dient zowel kwantitatief als kwalitatief van aard te zijn. Kwantitatief duidt op het totale aanbod aan bijvoorbeeld hotels, en kwalitatief op het hotel-segment, het soort locatie en/of de functie. De behoefte is gelijk aan de (extra) vraag minus het (geplande) aanbod binnen het onderzoeksgebied in de betreffende onderzoeksperiode.

2.2 ONDERZOEKSGEBIED(EN)

De behoefte aan een bepaalde voorziening wordt bepaald voor de regio waarvoor de voorziening een functie heeft. Het verzorgingsgebied van het totaalconcept Feyenoord City overstijgt de regio. De losse onderdelen van het concept – ofwel de verschillende functies die tezamen het concept vormen - hebben ten dele

afwijkende verzorgingsgebieden c.q. onderzoeksgebieden. Voor de verschillende functies is uitgegaan van de onderstaande onderzoeksgebieden:

- **Wonen**: primair de gemeente Rotterdam, secundair de gemeenten Capelle aan den IJssel, Ridderkerk, Barendrecht, Nissewaard, Vlaardingen en Schiedam.
- **Kantoren:** de gemeente Rotterdam.
- **Detailhandel[3], hotel & wellness, horeca en overige commerciële voorzieningen**: primair de gemeente Rotterdam en secundair overig regio Rijnmond (REO[4]). Rotterdam is met circa 639.000 inwoners veruit de grootste gemeente binnen Rijnmond. In totaal bestaat REO Rijnmond uit 14 gemeenten met 1,3 miljoen inwoners
- **Stadion:** Nederland. Bezoekers van het stadion komen vanuit heel Nederland. Niet alleen reikt de fanbase van Feyenoord tot elk postcodegebied, ook supporters van de tegenstanders van Feyenoord bezoeken het stadion.



FIGUUR 3 AFBAKENING ONDERZOEKSGEBIED ROTTERDAM EN REGIO RIJNMOND
Bron: Batch Geo Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Feyenoord City richt zich nadrukkelijk op een brede doelgroep geïnteresseerd in sportbeleving en afkomstig uit alle windstreken. In de huidige situatie is al een substantieel deel van de bezoekers aan De Kuip en het Feyenoord Museum afkomstig van buiten de regio. Als Feyenoord City haar ambities weet waar te maken, zal het aantal bezoekers van buiten de regio zowel in absolute als relatieve zin fors toenemen.

[3] Met deze afbakening sluiten we het beste aan bij eerder onderzoek naar de marktmogelijkheden voor detailhandel in de provincie.
[4]Regionaal Economisch Overleg

SAMENSTELLING VERZORGINGSGEBIED

Rotterdam telde in 2018 bijna 640.000 inwoners en de regio Rijnmond heeft in totaal 1,3 miljoen inwoners. Zowel de stad als de regio Rijnmond zijn minder vergrijsd dan in Nederland het geval is.

GEBIED	AANT. INW.	% 0-15	% 15-25	%25-45	%45-65	%65+	GEM. HH GROOTTE	GEM. INK. PER INW. €
Rotterdam	638.712	16	13	30	25	15	2,0	€22.300
REO Rijnmond	1,3 mln	16	12	27	27	17	2,2	€23.700
Nederland		**16**	**12**	**25**	**28**	**19**	**2,2**	**€24.100**

TABEL 5 SAMENSTELLING VERZORGINGSGEBIED
Bron: CBS, 2019 * inkomen betreft 2015

ONTWIKKELING BEVOLKING VERZORGINGSGEBIED

De bevolking in de regio Rotterdam groeit de komende jaren verder. Die groei is in Rotterdam iets sterker dan gemiddeld in de regio. Voor 2029 gaan we uit van 690.000 inwoners.

GEBIED	2019	2025	2030	% 2019-2030
Rotterdam	644.616	674.343	693.815	8%
REO Rijnmond	1.262.714	1.306.111	1.338.019	6%

TABEL 6 ONTWIKKELING AANTAL INWONERS
Bron: ABF Research, 2019

ROTTERDAM POPULAIR ONDER TOERISTEN[5]

De groei van het toerisme in Rotterdam blijft aanhouden. Het totale aantal hotelovernachtingen kwam in 2018 uit op ruim 2,1 miljoen, een stijging van 17 procent ten opzichte van het jaar ervoor. In 2017 was er al een toename van 10% ten opzichte van 2016. Rotterdam blijft ook groeien als zakelijke bestemming. Bijna de helft van het aantal hotelovernachtingen komt op het conto van de zakelijk reiziger, zo blijkt uit de CBS-cijfers. Rotterdam Partners was in 2018 betrokken bij het aantrekken van 24 congressen naar de stad. In aantal minder dan het jaar ervoor, maar in omvang warenwaren ze groter en de economische impact forser dan eerdere jaren.

De musea en attracties profiteerden in 2018 van de stijgende populariteit van Rotterdam. De musea zagen het aantal bezoeken toenemen met 15 procent naar 1,5 miljoen bezoeken. De populairste musea in 2018 waren de Kunsthal

[5] Dot betreft een samenvatting van Groei toerisme in Rotterdam blijft aanhouden (5 februari 2019), Rotterdam Partners

Rotterdam, Museum Boijmans Van Beuningen en het Maritiem Museum Rotterdam. Ook de betaalde attracties bleven met 3,5 miljoen bezoeken onverminderd populair. Net als voorgaande jaren werden Diergaarde Blijdorp, Spido en de Euromast het beste bezocht.

2.3 PLANCAPACITEIT

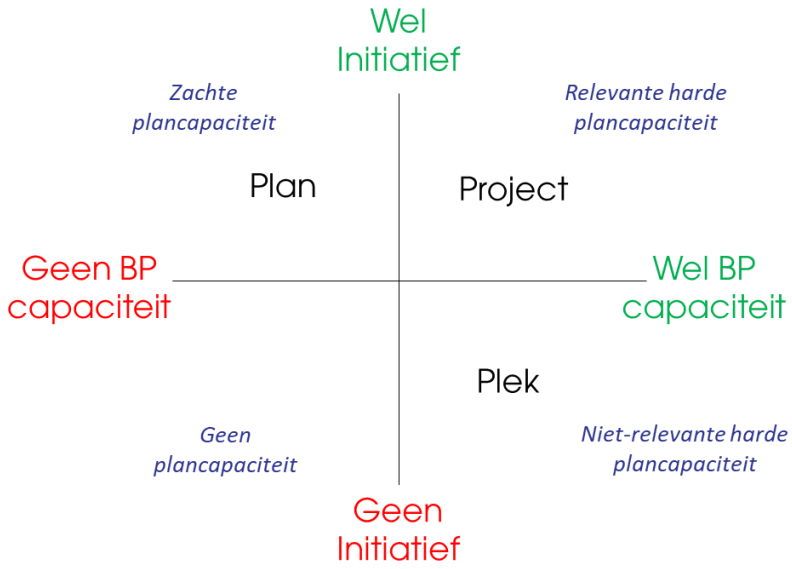
Voor de beoordeling van de behoefte aan functies in het onderzoeksgebied is het van belang om de bestaande plancapaciteit en ontwikkelplannen te kennen. Die kunnen immers eveneens voorzien in de behoefte. Verschillende bestemmingsplannen in onder andere het centrum van Rotterdam en Katendrecht bieden veel vrijheid door middel van gemengde bestemmingen. Deze gemengde bestemmingen bieden vooral mogelijkheden voor detailhandel, horeca en hotels.

Voor het in beeld brengen van de plancapaciteit hanteren wij het plan – plek - project principe. Dit luidt als volgt:

- **Plan:** er is sprake van een initiatief (publiekelijk bekend), maar het initiatief is (nog) niet mogelijk in het bestemmingsplan. Dit is zachte plancapaciteit.
- **Plek:** in het bestemmingsplan is ruimte voor bijvoorbeeld horeca, detailhandel of hotel, maar er is geen concreet initiatief. Dit is niet-relevante harde plancapaciteit.
- **Project:** er is een concreet initiatief dat mogelijk is in het bestemmingsplan. Dit is harde relevante plancapaciteit.

In bestemmingsplannen met gemengde bestemmingen kan sprake zijn van ‘plek’: er is planologische ruimte in het bestemmingsplan, maar nog geen concreet initiatief. Als het om een gewenste locatie gaat, kan de gemeente de bestemmingsplancapaciteit handhaven. Bij een ongewenste ontwikkeling/locatie kan de gemeente de plantitel voor bijvoorbeeld detailhandel, horeca of hotel schrappen.[6]

[6] N.B.: De gemeente dient planschadeclaims te voorkomen. Planschade ontstaat als vastgoed minder waard wordt door een bestemmingsplan(wijziging). Men kan dan schadevergoeding aanvragen bij de gemeente. In 2014 heeft het Rijk met een wijziging van het Besluit omgevingsrecht additionele mogelijkheden voor gemeenten gecreëerd om de bestemming van vastgoed te wijzigen, ook om transformatie van leegstaand vastgoed te stimuleren



FIGUUR 4 TYPEN PLANCAPACITEIT

3 BEHOEFTE (VOETBAL)STADION & SPORT

Uitgangspunten programma (voetbal)stadion & Sport (VKA 2.0)

- **Stadion**: In het programma is uitgegaan van een stadion met 63.000 plaatsen dat voldoet aan de nieuwste FIFA-regels. In het stadion zijn diverse voorzieningen voor spelers, personeel en bezoekers voorzien die van belang zijn tijdens de wedstrijddagen. Een aantal voorzieningen is ook buiten wedstrijddagen toegankelijk: er is straks 8.177 m² beschikbaar voor de zogenoemde hospitality (meetings en events). Dit betreft voor een groot deel verplaatsing vanuit de Kuip (4.250 m²) en het wordt als belangrijke ondersteunde functie van het nieuwe stadion gezien. De groei ten opzichte van de ruimte voor hospitality in de Kuip, zien wij in relatie met de procentuele groei van de nieuwe stadioncapaciteit ten opzichte van de Kuip. Daarnaast is ook 8.076 m² bvo zelfstandige horeca voorzien in het nieuwe stadion. De onderbouwing van deze horeca is meegenomen in hoofdstuk 6.
- **De Kuip**: de beoogde sportvoorzieningen in De Kuip, zoals een atletiekbaan, sport/healthcenter, zijn mogelijk onder de huidige bestemming ‘Recreatieve doeleinden’. In het nieuwe bestemmingsplan krijgt het stadion een gemengde bestemming, waar recreatie een onderdeel van zal zijn. Deze functies zijn daarom niet meegenomen in de Ladder-onderbouwing.
- Op **de Strip (Noord en Zuid)** is daarnaast ruimte voor sportvoorzieningen.

In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan een voetbalstadion & sport onderbouwd. Het onderstaande tekstblok geeft alvast de conclusies daarvan weer.

Conclusie behoefte Stadion & Sport Feyenoord City

- Er bestaat een behoefte aan een nieuw stadion met ca. 67.000 plaatsen. Dit komt voort uit de stabiele hoge bezettingsgraad van de Kuip en de grote reikwijdte van de fanbase van Feyenoord.
- Er is behoefte aan een nieuw en moderner stadion aangezien de capaciteit van de Kuip nu al vaak niet toereikend is. Ook kunnen zo meer evenementen worden aangetrokken.
- De overige sportvoorzieningen zijn aanvullend op het voetbalstadion en in sommige gevallen onlosmakelijk verbonden (als voorzieningen voor spelers, pers en toeschouwers). De toename van het metrage hospitality komt voort uit de procentuele groei van het stadion.

- Het programma past binnen de behoefte van het aantal plaatsen en aanvullende sportvoorzieningen.

3.1 BELEID

De vier ambities voor 2030 zoals vastgesteld in **Sport beweegt Rotterdam 2017-2020**, zijn:

1. De stad nodigt uit tot bewegen en sport.
2. Nog meer Rotterdammers hebben plezier in bewegen.
3. Sport brengt meer in beweging.
4. Rotterdam ademt sportambitie en -innovatie.

Ontwikkeling van een nieuw voetbalstadion voor Feyenoord wordt ondersteund door de gemeente Rotterdam, met als voorwaarde dat dit bijdraagt aan de sociaal-maatschappelijke, economische en sportieve ontwikkeling van Rotterdam (-Zuid).

De gemeente is actief bezig met de invoering van onder meer Sportbedrijf Rotterdam en realisatie van de Sportnota 2017+. Dit moet bijdragen aan een sportieve en vitale bevolking, door het stimuleren en faciliteren van sport(voorzieningen). De Gezondheidsmonitor Volwassenen en Ouderen 2016 laat zien dat de gemeente hier nog genoeg terrein te winnen heeft, met slechts 57,4% van de inwoners dat voldoet aan de beweegnorm. Ook de sportparticipatie in Rotterdam is relatief laag: 46,5% van de inwoners sport wekelijks, tegenover het landelijk gemiddelde van 51,3%.

3.2 DE VRAAG NAAR HET (VOETBAL)STADION

BESTAANDE ONDERZOEKSRAPPORTEN

Voor behoefteraming van het nieuwe stadion zijn de volgende onderzoeksrapporten geanalyseerd, met van elk onderzoek een korte uitleg:

Sport + Markt (2010), Development of a profitable and sustainable "De Nieuwe Kuip"
Met dit rapport leverde Sport + Markt een analyse ten behoeve van het financieringspotentieel. Weergegeven zijn onder meer analyses van de te verwachten inkomsten uit merchandise, sponsors, catering en parkeren. Ook voerde Sport + Markt een benchmark uit van de vraag in nieuw gebouwde stadions in Europa.

Van Spronsen & Partners (2017), Conceptrapportage bepaling bezoekers
Van Spronsen & Partners berekenden het potentiële aantal bezoekers voor tours, sightseeing en attracties in en rondom het nieuwe stadion van Feyenoord.

Hypercube (2013), Het nieuwe stadion Rotterdam: second opinion commerciële aannames
Hypercube beoordeelde de commerciële aannames van het nieuwe stadion en dan met name in hoeverre het realistisch is dat de in de business cases aangenomen opbrengsten ook daadwerkelijk gerealiseerd worden. Dit betreft onder meer opbrengsten uit business seats, horeca en algemeen publiek. Hypercube concludeert onder meer dat de gestelde doelen haalbaar zijn, maar onder voorwaarde van sportieve prestaties.

Repucom (2014), Validatie Business Case Het Nieuwe Stadion
Repucom valideerde de begrotingscijfers van twee Business Plan scenario's voor het nieuwe stadion: een ambitieuze Management Case en een conservatievere Base Case.

Notitie Feyenoord City (2016), Capaciteit en bezetting. Door Viola van der Lely
Deze notitie gaat in op de capaciteitskeuze en alle factoren die daar een rol bij spelen.

Uit de verschillende onderzoeken blijkt dat er voldoende marktvraag is om een stadion te realiseren met een capaciteit van 65.000 tot 70.000 plaatsen.

FIGUUR 5 IMPRESSIE VAN HET STADION
Bron: OMA, 2018

KWANTITATIEVE BEHOEFTE (VOETBAL)STADION

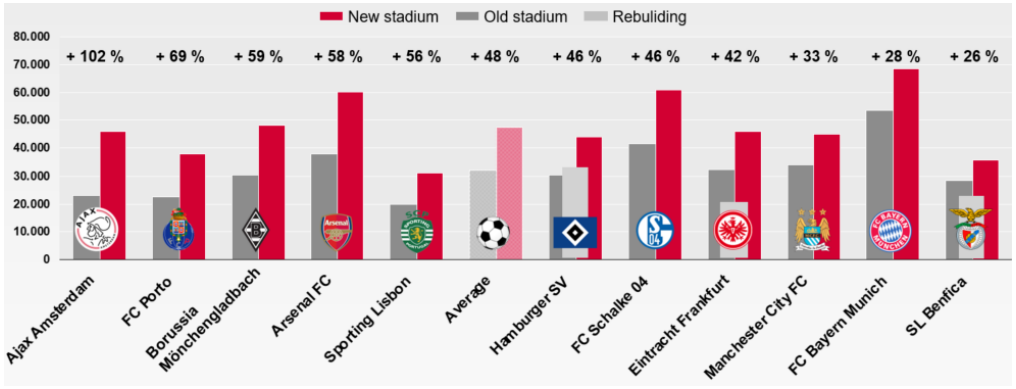
In aanvulling op de eerdere onderzoeken heeft Bureau Stedelijke Planning:
1. een benchmarkvergelijking gedaan;
2. een berekening van de vraag voor het nieuwe stadion Feyenoord op basis van die benchmark uitgevoerd, en;
3. de vraag geverifieerd door de combinatie van het effect van het nieuwe stadion en de fanbase.

Ad 1. Methode benchmark nieuwe stadions Europese clubs

De ontwikkeling van de vraag in het nieuwe stadion is berekend op basis van de ontwikkeling van de vraag die plaatsvond na de bouw van een nieuw stadion bij andere clubs in Europa. Het onderzoek van Sport + Markt is het meest bruikbaar voor deze behoefteraming, omdat deze benchmark inzicht verschaft in de toekomstige vraag, waarbij de andere onderzoeken zich met name richten op de huidige situatie of op commerciële aspecten als omzet.

Sport + Markt maakte een Europese benchmark (Sport + Markt, 2010) die alle nieuwe stadions in Europa omvat met een minimale capaciteit van 40.000 en waarbij de club in de hoogste divisie van de nationale competitie speelt. Hierbij is gekeken naar de bezetting van het oude stadion in de drie jaar voor de bouw en naar de bezetting in het nieuwe stadion in de drie jaar na de bouw. Bij Hamburg, Frankfurt en Benfica is ook gekeken naar de bezetting tijdens de verbouwing van het stadion (Figuur 6).

Opvallend is de verdubbeling van het aantal bezoekers in de Johan Cruijff Arena ten opzichte van stadion De Meer. Dit houdt verband met de beperkte capaciteit van De Meer (29.500). De groei van Bayern München is daarentegen beperkt, omdat de capaciteit in het oude stadion ook al zeer hoog was (69.250).
Vier jaar na het onderzoek blijkt dat de hogere bezoekersaantallen stabiel blijven, ook jaren na de opening van een nieuw stadion. Bezoekersaantallen liggen na de opening van een nieuw stadion consequent op een hoger niveau dan in de oude stadions (Repucom, 2014).



FIGUUR 6: GROEI VAN GEMIDDELD AANTAL BEZOEKERS IN NIEUWE STADIONS IN EUROPA

Bron: Sport + Markt, 2010

Bezettingsgraad speelt rol in toekomstige behoefte

We baseren de toekomstige vraag van het nieuwe stadion van Feyenoord op de ontwikkeling van het aantal bezoekers in deze nieuwe Europese stadions. Niet alle nieuwe stadions zijn hiervoor echter representatief. Er moet rekening worden gehouden met de huidige bezettingsgraad van De Kuip. Deze bezettingsgraad heeft invloed op de te verwachten vraag in het nieuwe stadion. Tijdens thuiswedstrijden van Feyenoord is de Kuip veelal uitverkocht. Zo waren in het seizoen 2016/2017

alle Eredivisie wedstrijden in De Kuip uitverkocht (Feyenoord, 2018). Dit impliceert dat de vraag voor een deel van de wedstrijden groter is dan de capaciteit.

De gemiddelde bezettingsgraad van De Kuip was in het seizoen 2017/2018 82%. Dit is exclusief vriendschappelijke wedstrijden, aangezien deze wedstrijden doorgaans slechter worden bezocht en het beeld vertekenen.

In figuur 7 staat voor een aantal Europese stadions het gemiddelde aantal bezoekers in het oude stadion en de capaciteit van het oude stadion. De bezettingsgraad is hiervan afgeleid. Dit toont aan dat de bezettingsgraden in de oude stadions zeer uiteenlopen. Zo was de bezettingsgraad van FC Porto in het oude stadion slechts 45%. Dit wijkt sterk af van de bezettingsgraad van De Kuip. Om deze reden nemen we alleen de stadions mee waar de bezettingsgraad in het oude stadion maximaal 15% afwijkt van de bezettingsgraad in De Kuip. Met een gemiddelde bezettingsgraad van 82% voor de Kuip moet de bezettingsgraad van andere stadions tussen de 69,7% en 94,3% liggen. Dit betreffen de stadions van Ajax, Borussia Mönchengladbach, Arsenal, Manchester City en Bayern München.

Average attendance (old stadium)	22.767	22.394	30.382	38.081	19.816	30.124	41.635	32.279	33.895	53.451	28,279
Capacity old stadium	29.500	50.000	34.500	38.419	52.411	65.000	62.004	62.200	35.150	69.250	78.000
Capacity usage (old stadium)	77%	45%	88%	99%	38%	46%	67%	52%	96%	77%	36%

FIGUUR 7: GEMIDDELDE BEZETTING OUDE STADIONS

Bron: Sport + Markt, 2010

In Tabel 7 is per club weergegeven met hoeveel procent het aantal bezoekers is gestegen sinds het nieuwe stadion in gebruik is genomen. Gemiddeld komt dit neer op een groei van 56%.

CLUB	GROEI AANTAL BEZOEKERS NIEUWE T.O.V. OUDE STADION IN %
Ajax	+ 102%
Borussia Mönchengladbach	+ 59%
Arsenal	+ 58%
Manchester City	+ 33%
Bayern München	+ 28%
Gemiddeld	**+ 56%**

TABEL 7: GROEI AANTAL BEZOEKERS NIEUWE STADION VAN GESELECTEERDE CLUBS

Ad 2. Berekening vraag nieuwe stadion Feyenoord op basis van benchmark

- De Kuip heeft momenteel een capaciteit van ca. 48.600 plaatsen (exclusief plaatsen die niet mogen worden verkocht wegens brandveiligheid of beperkt zicht). De bezettingsgraad is gemiddeld 82%. De huidige vraag in De Kuip is daarmee ca. 39.900 (berekening: 48.600 * 82%).
- Bij clubs waar de bezettingsgraad in het oude stadion vergelijkbaar is met die van De Kuip, groeide het aantal bezoekers in het nieuwe stadion met gemiddeld 56%. We nemen daarom aan dat de huidige vraag in De Kuip bij de bouw van het nieuwe stadion toeneemt met 56%. **Dit betekent een vraag in het nieuwe stadion van circa 62.200 sta- of zitplaatsen** (berekening: 39.900 * 156%).

Ad 3. Vraag als combinatie van effect nieuw stadion en fanbase

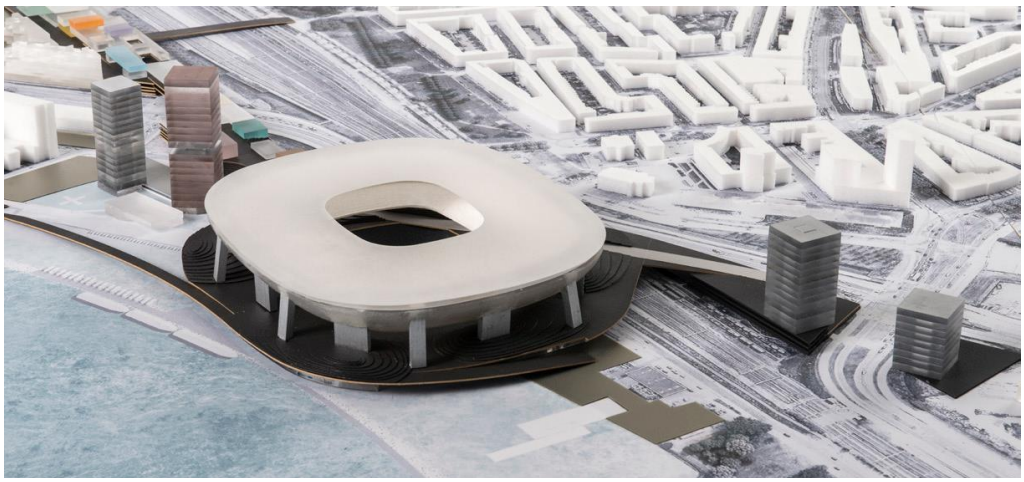
- De vraag naar een nieuw stadion komt voort uit diverse factoren. Eén van deze factoren is hierboven berekend; het effect op de vraag door de aantrekkingskracht van een nieuw stadion.
- Feyenoord kent een fanbase van circa 2,7 miljoen supporters (ter vergelijking; Ajax heeft een fanbase van 4,3 miljoen personen). Deze vormen de potentiele doelgroep voor het nieuwe stadion, terwijl natuurlijk maar een deel hiervan het stadion echt zal bezoeken. Zo berekende S+M dat ca. 65.500 mensen van de fanbase een competitiewedstrijd willen bezoeken.
- De fanbase heeft een enorme reikwijdte, die zelfs over de landgrenzen reikt. Alleen al de herkomst van seizoenkaarthouders laat deze brede reikwijdte zien: in vrijwel alle postcodegebieden in Nederland zijn seizoenkaarthouders van Feyenoord vertegenwoordigd. Uiteraard is dit aandeel in de eigen gemeente met 20,8% het grootst.
- De bezettingsgraad van voetbalwedstrijden in de Kuip is relatief stabiel en hoog. Zo was de gemiddelde bezettingsgraad in de periode 2010/2014 ca. 84%, ondanks de relatief tegenvallende sportieve prestaties. In de periode 2010/2011 tot en met 2013/2014 eindigde Feyenoord respectievelijk op de vierde, tiende, tweede en derde plek in de Eredivisie. Ook in Europees verband waren dit geen topjaren, met zelfs tweemaal geen Europees voetbal. Mindere sportieve prestaties drukken de bezettingsgraad. In het seizoen 2017/2018 was de bezettingsgraad gemiddeld 82% (exclusief vriendschappelijke wedstrijden). Voor het seizoen 2018/2019 waren de seizoenkaarten al vroeg in de verkoop uitverkocht.
- Naast Eredivisie wedstrijden is met name de vraag naar kaarten voor interlands hoog. Repucom (2014) schat deze vraag in op 101% van de vraag naar Eredivisie wedstrijden. Ook dit is een indicatie dat een grotere capaciteit dan de huidige Kuip nodig is, aangezien de Kuip tijdens Eredivisie wedstrijden veelal uitverkocht is.
- Om te wedijveren om KNVB- en UEFA-wedstrijden is het van belang de capaciteit van de Johan Cruijff Arena – momenteel het grootste stadion van Nederland – minimaal te evenaren. Dit betekent dat een stadion met meer dan 54.990 plaatsen nodig is.

Al deze factoren tezamen laten zien dat de vraag naar (Eredivisie)wedstrijden van Feyenoord relatief hoog en stabiel is. Ook zal de vraag in het nieuwe stadion nog verder toenemen.

KWALITATIEVE VRAAG (VOETBAL)STADION

Ook in kwalitatief opzicht bestaat behoefte aan een nieuw stadion met een grotere capaciteit. Daarnaast creëert een nieuw stadion ook extra behoefte. Deze behoefte komt voort uit diverse factoren:

- De eisen van de FIFA, UEFA en KNVB voor de toekenning van wedstrijden worden steeds strenger. Voor de financiële en sportieve ontwikkeling die Feyenoord voor ogen heeft, is een ingrijpende uitbreiding en vernieuwing noodzakelijk. Spelen in de top van de Nederlandse Eredivisie en de Europese subtop vraagt om een stadion dat daarvoor is toegerust en uitgerust en ook als zodanig door de KNVB en de UEFA wordt erkend. Op dit moment zijn de faciliteiten – zoals de persvoorzieningen – niet op een gewenst kwaliteitsniveau. Renovatie van de Kuip is niet voldoende om de benodigde kwaliteit te behalen.
- Voor de toekenning van KNVB- en UEFA-wedstrijden, maar ook voor de gunning van niet-voetbal evenementen, is het daarnaast van belang dat het nieuwe stadion een grotere capaciteit heeft dan andere Nederlandse stadions.



FIGUUR 8 MARQUETTE VAN HET NIEUWE STADION
Bron: OMA, 2018

Het aantrekken van meer evenementen

Het doel is om in het nieuwe stadion de KNVB Bekerfinale als vast evenement te behouden. Daarnaast bestaat de ambitie om de positie van het nieuwe stadion als vaste locatie voor belangrijke Europese wedstrijden en interlands te heroveren en de voorkeurslocatie te worden voor grootschalige niet-voetbal evenementen van nationale en internationale allure. De inschatting van het aantal evenementen per jaar is als volgt (Notitie Feyenoord City: Capaciteit en Bezetting, 2016):

- Totaal wedstrijden Feyenoord: 25
- Interlands + KNVB bekerfinale: 4
- Totaal niet voetbal evenementen: 12
- **Totaal evenementen per jaar: 41**

De wedstrijden van Feyenoord en de KNVB Bekerfinale vinden op dit moment ook al plaats in De Kuip. Het nieuwe stadion betekent daarmee een toevoeging van maximaal 12 evenementen per jaar.

De kwalitatieve vraag betreft hiermee geen cijfermatige onderbouwing, maar de constatering dat een nieuw stadion nodig is om meer evenementen aan te (blijven) trekken. De Kuip is in kwalitatief opzicht niet meer vergelijkbaar met de Johan Cruijff Arena, dat veelal de voorkeur krijgt voor grote internationale wedstrijden en niet-voetbal evenementen. De ambitie van Feyenoord is om aan te (blijven) haken bij de Nederlandse top en Europese subtop en met het huidige stadion raakt dit steeds verder uit zicht.

3.3 OVERIGE SPORTVOORZIENINGEN

Naast het stadion zelf zijn er nog andere sportfuncties voorzien in Feyenoord City. Enkele hiervan maken nu deel uit van De Kuip en zijn daarmee al bestemd als recreatieve doeleinden. Hiernaast is nog minimaal 6.000 m² aan sportvoorzieningen voorzien op de Strip en eventueel het Waterfront.

Wij zien deze voorzieningen als onderdeel dat bijdraagt aan de kwaliteit van Feyenoord City. Door de toevoeging van ca. 3.800 woningen in het gebied neemt het draagvlak voor deze voorzieningen aanzienlijk toe. Ook draagt het bij aan de ambities van de gemeente Rotterdam op het gebied van sport (zie paragraaf 3.1).

De gemeente Rotterdam ontvangt regelmatig aanvragen voor huisvesting van zelfverdedigingssporten. De gemeente heeft onvoldoende ruimte om deze te huisvesten.

De voorziene sportfuncties passen uitstekend in de sportambities van de gemeente Rotterdam en sluiten bovendien goed aan op het gebiedsprofiel van Feyenoord City. Feyenoord City heeft vergaande sociaaleconomische ambities op het gebied van sport, waaronder het stimuleren van sportparticipatie in heel Rotterdam-Zuid en het opzetten van scholenprogramma's op alle basisscholen van Rotterdam-Zuid. In een gebiedsontwikkeling waar sport centraal staat en voor het waarmaken van deze ambities, is de toevoeging van deze functies essentieel. Wij zien hiermee voldoende vraag voor de 6.000 m² aan sportvoorzieningen.

CONCLUSIE VRAAG (VOETBAL)STADION & SPORT >>

Afgezien van de wens dat het nieuwe stadion groter (en moderner) moet worden dan de Johan Cruijff Arena, is de kwalitatieve vraag beperkt cijfermatig te onderbouwen. De vraag is daarnaast afhankelijk van sportieve prestaties, wat veel onzekerheid met zich mee brengt. De kwalitatieve analyse maakt wel duidelijk dat er behoefte bestaat aan een nieuw en groter stadion, van tenminste 55.000 plaatsen. Tot slot bestaat er vraag naar de aanvullende sportvoorzieningen van 6.000 m².

FIGUUR 9 UITZICHT VANAF DE KUIP OP HET NIEUWE STADION
Bron: OMA, 2018

3.4 HET AANBOD VAN (VOETBAL)STADIONS

Er bestaat zowel in kwantitatief als in kwalitatief geen aanbod dat vergelijkbaar is met, of concurrerend is voor het nieuwe stadion. Stadions van andere voetbalclubs zijn gezien de unieke aard van de doelgroep (namelijk de fanbase van Feijenoord) niet relevant. Daarnaast wordt De Kuip bij realisatie van het nieuwe stadion niet meer gebruikt als voetbalstadion..

3.5 HET AANBOD VAN SPORT

In het beoogde gebied van Feyenoord City bestaan momenteel de sportvoorzieningen in de Kuip die grotendeels gerelateerd zijn aan de voetbalclub Feyenoord. Deze zijn in de huidige situatie bestemd als recreatieve doeleinden en zullen ook als dusdanig mee verhuizen naar het nieuwe stadion. Dit nemen wij dus niet mee als eventueel concurrerend aanbod.

Daarnaast bevindt zich in het gebied een topsportcentrum. Dit centrum is met name bedoeld voor grote topsportwedstrijden en -trainingen. In de nieuwe situatie blijft dit centrum bestaan. Wij zien dit echter niet als concurrerend aanbod voor het nieuwe stadion noch voor de overige sportvoorzieningen: het is zeker niet

vergelijkbaar met het nieuwe stadion (indoor, beperkte capaciteit, etc.), en ook de overige sportvoorzieningen als de gymcampus en de Sport Experience sluiten hier qua gebruik niet op aan. Tot slot bestaat er geen atletiekfaciliteit in Rotterdam-Zuid en een indoor atletiekbaan is afwezig in de gehele gemeente.

FIGUUR 10 SPORT OF ROTTERDAM
Bron: OMA, 2018

3.6 DE BEHOEFTE AAN EEN (VOETBAL)STADION & SPORT

In het nieuwe stadion bestaat de vraag uit 67.000 sta- of zitplaatsen. Er is geen sprake van relevant aanbod. Hierdoor bestaat er een behoefte aan 67.000 plaatsen. Deze behoefte omvat ook de voorzieningen die onlosmakelijk verbonden zijn met een voetbalstadion. Dit betreffen voorzieningen voor spelers en personeel, business gerelateerde hospitality, voorzieningen voor toeschouwers (op wedstrijddagen) en publieke voorzieningen/diensten. Ook voor overig sport bestaat voldoende behoefte: zo heeft de gemeente grote moeite de vraag naar zelfverdedigingssporten te huisvesten en een indoor atletiekfaciliteit is in Rotterdam uniek.

In kwalitatief opzicht bestaat er behoefte aan een nieuw en groter stadion naar moderne maatstaven, dat voldoet aan de nieuwste UEFA- en FIFA-maatregelen. Op deze manier kunnen meer evenementen worden aangetrokken, zoals interlands, Europese wedstrijden en niet-voetbal evenementen. Het aantrekken van deze evenementen is nodig om aan te (blijven) haken bij de top. Hiervoor is het van belang om de grootste capaciteit van alle Nederlandse stadions te hebben (meer dan 54.990 plaatsen; capaciteit Arena); de KNVB kiest het liefst voor het grootste stadion. Daarnaast overstijgt de vraag bij Eredivisie wedstrijden de capaciteit van De Kuip al regelmatig. De capaciteit van De is Kuip is ontoereikend, omdat interlands meer toeschouwers trekken dan Eredivisiewedstrijden.

De kwantitatieve analyse toont aan dat er nu al behoefte is aan een groter stadion. De kwalitatieve analyse laat zien dat een kwaliteitsslag nodig is om evenementen aan te blijven trekken, meer evenementen aan te trekken en de ambities van Feyenoord waar te maken.

Er is voldoende Ladderruimte voor een nieuw stadion in Feyenoord City van 67.000 plaatsen, inclusief de sportvoorzieningen gerelateerd aan dit stadion. De behoefte aan het aantal plaatsen en aanvullende sportvoorzieningen past binnen het programma.

FIGUUR 11 IMPRESSIE NIEUW STADION EN OMGEVING
Bron: OMA, 2018

4 BEHOEFTE WONEN

Uitgangspunten programma wonen (VKA 2.0)

PROGRAMMAONDERDEEL	FASE	AANTAL WONINGEN
Rosestraat	1	296
Colosseumweg	1	500
Mallegatpark	1	170
Waterfront 1-4	1	465
Strip Noord	1	175
Veranda	3 / 4	1045
Kuip	2	156
Kuip Park	3 /4	772
Strip Zuid	3 /4	190
TOTAAL		3.769

TABEL 8 PROGRAMMA WONEN
Bron: Projectbureau Feyenoord, 2019

In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan woningen onderbouwd. Het onderstaande tekstblok geeft alvast de conclusies daarvan weer.

Conclusie behoefte Wonen Feyenoord City

- In de periode tot 2029 bestaat er met een extra behoefte aan circa 14.100 woningen een substantieel tekort aan harde planvoorraad in het marktgebied. Woningbouw in Feyenoord City kan bijdragen aan het terugdringen van dit tekort.
- Er bestaat voldoende ruimte voor alle mogelijke woningtypen en -segmenten.
- Het programma van 3.769 woningen in Feyenoord City past in de kwantitatieve en kwalitatieve behoefte en voldoet daarmee aan de eisen van de Ladder.

4.1 ONDERZOEKSGEBIED WONEN

De begrenzing van het onderzoeksgebied is gebaseerd op het functioneren van de regionale woningmarkt en vastgesteld met behulp van de verhuisbewegingen tussen de gemeente Rotterdam en direct aangrenzende gemeenten (CBS, 2017[7]).

[7] Som over de periode 2012-2016

Het overgrote deel van de verhuizingen (62%) van Rotterdamse huishoudens vindt plaats binnen de eigen gemeente. Het primaire onderzoeksgebied betreft daarom de gemeente **Rotterdam**. Verder zijn buurgemeenten met een sterke verhuisrelatie met Rotterdam meegenomen. Dit zijn **Capelle aan den IJssel, Ridderkerk, Barendrecht, Nissewaard, Vlaardingen en Schiedam**. Deze gemeenten vormen dan ook het secundaire onderzoeksgebied.

4.2 BELEID

De gemeente Rotterdam stelt in haar Woonvisie Rotterdam (2016) de volgende doelen:

- Het realiseren van aantrekkelijke woonmilieus;
- Het zorgen voor een woningvoorraad met toekomstwaarde, voor zowel de bestaande voorraad als nieuwbouw;
- De basis op orde houden, zoals het borgen van voldoende aanbod van goedkope huurwoningen en goed zelfstandig wonen voor iedereen mogelijk maken.

Rotterdam groeit vooral de laatste jaren snel en deze groei zal zich doorzetten. Naast een forse groei van het aantal inwoners, zal ook het aantal huishoudens toenemen.

4.3 DE VRAAG NAAR WONINGEN

In dit hoofdstuk is de vraagzijde van de woningmarkt in beeld gebracht: de huishoudensprognose en de ontwikkeling van de samenstelling van de bevolking. Daarnaast is de kwalitatieve woningvraag in beeld gebracht op basis van het landelijke woonwensenonderzoek van het Ministerie van BZK (WoON2015).

HUISHOUDENSPROGNOSE

- Voor de komende tien jaar wordt in de gemeente Rotterdam een aanzienlijke toename van het aantal huishoudens verwacht (circa 22.500). Zowel absoluut als relatief gezien is de groei het sterkst in de gemeente Rotterdam (+ 7%).
- Het gehele marktgebied groeit in de periode 2019 tot 2029 met circa 29.400 huishoudens (Tabel 9).
- Tussen 2019 en 2029 ontstaat door de huishoudensgroei een extra woningvraag van 29.420 in het marktgebied. Dit komt neer op een jaarlijkse vraag naar circa 2.942 woningen.
- Dit ligt lager dan de jaarlijkse ambitie van de gemeente Rotterdam. In het concept-raamwerk (17 mei 2018) is een jaarlijkse bouw van 4.500 woningen afgesproken voor de periode 2018-2022. Onze prognose valt lager uit, maar hieruit blijkt wel dat de meest omvangrijke huishoudensgroei in de komende jaren plaats zal vinden.

GEMEENTE	AANTAL HUISHOUDENS (2019)	AANTAL HUISHOUDENS (2029)	ONTWIKKELING AANTAL HUISHOUDENS (2019-2029)
Rotterdam	325.420	347.870	+ 22.450
Nissewaard	38.690	40.410	+ 1.720
Capelle a/d IJssel	30.780	31.620	+ 840
Schiedam	37.330	39.440	+ 2.120
Barendrecht	19.170	19.550	+ 390
Vlaardingen	34.430	36.020	+ 1.590
Ridderkerk	20.990	21.300	+ 310
Marktgebied	**506.810**	**536.210**	**+ 29.420**

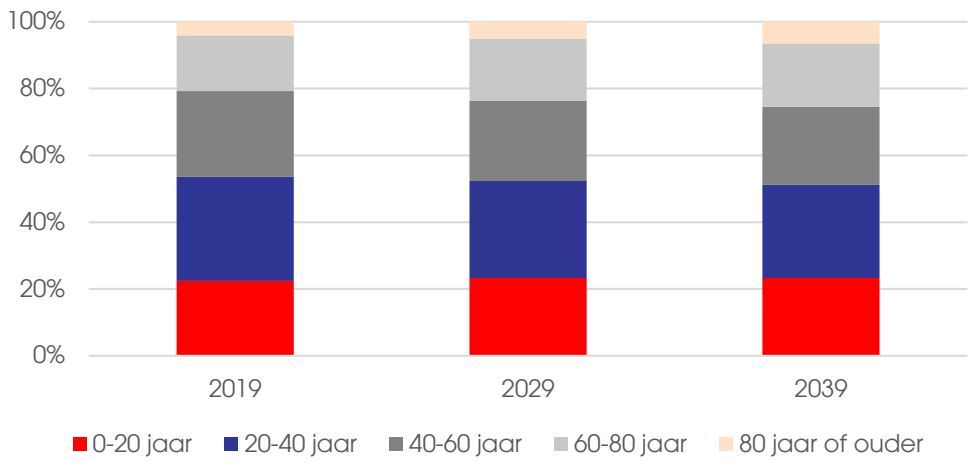
TABEL 9: HUISHOUDENSONTWIKKELING IN HET MARKTGEBIED (2019-2029)
Bron: ABF Research (2019), bewerking Bureau Stedelijke Planning

Doorkijk naar 2039

In de periode 2029 tot 2039 groeit het primaire en secundaire marktgebied nog eens met ca. 18.260 huishoudens. Voor de komende twintig jaar resulteert dit in een totale extra vraag in het marktgebied naar 47.680 woningen.

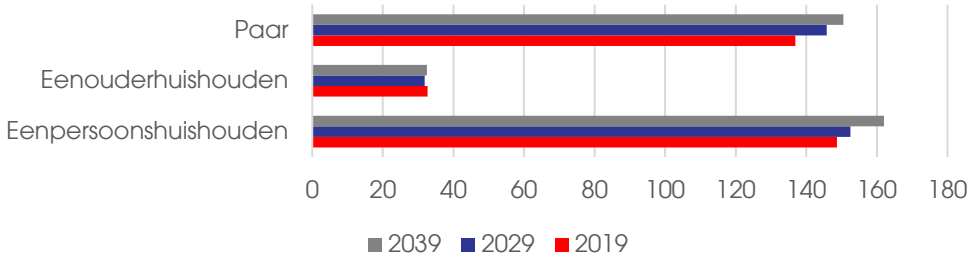
DEMOGRAFISCHE ONTWIKKELINGEN

In lijn met de landelijke ontwikkelingen, vindt er de komende jaren vergrijzing plaats in Rotterdam (Figuur 11)). In de komende twintig jaar neemt het aantal inwoners van 80 jaar of ouder met 76% toe.



FIGUUR 12 ONTWIKKELING LEEFTIJDSGROEPEN ROTTERDAM (2019-2039)
Bron: CBS (2017)

Het aantal paren (tweepersoonshuishoudens zonder kinderen) en eenpersoonshuishoudens neemt de komende twintig jaar in omvang toe in Rotterdam. Tot 2029 is de groei het sterkst voor het aantal paren. In de periode 2029-2039 is de stijging onder eenpersoonshuishoudens het sterkst. Dit hangt deels samen met de vergrijzing (Figuur 13).



FIGUUR 13 ONTWIKKELING HUISHOUDENTYPEN GEMEENTE ROTTERDAM (2019-2039)
Bron: CBS (2015)

GEWENSTE WONINGTYPEN

De gewenste woningtypen zijn voor het marktgebied in beeld gebracht met het landelijke woonwensenonderzoek van het Ministerie van BZK (WoON2015). Hierbij is gekeken naar de omvang van het aantal huishoudens dat aangeeft bij voorkeur naar een woning in Rotterdam te verhuizen (inclusief huishoudens die al in Rotterdam wonen). Rekening houdend met een huishoudensgroei van 29.420 in het marktgebied, bedraagt de totale vraag naar woningen in Rotterdam circa 17.060 woningen voor de periode 2019-2029 (Tabel 10).

GEWENSTE GEMEENTE	VOORKEUR	OMVANG VRAAG
Rotterdam	58%	17.060

TABEL 10 WONINGVRAAG ROTTERDAM VANUIT HET MARKTGEBIED 2019-2029
Bron: WoOn2015, bewerking Bureau Stedelijke Planning

	VOORKEUR (AANDEEL)	OMVANG VRAAG
Woningtypen		
Grondgebonden woningen	30%	5.118
Appartementen	70%	11.942
Woningsegmenten		
Koopwoningen	37%	6.312
Huurwoningen	63%	10.748
Totaal	**100%**	**17.060**

TABEL 11 VRAAG NAAR WONINGTYPEN EN -SEGMENTEN IN ROTTERDAM IN DE PERIODE 2019-2029
Bron: WoON2015, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Op basis van de woonwensen is vervolgens de vraag naar woningtypen en -segmenten berekend, gebaseerd op de woonwensen van huishoudens die Rotterdam als gewenste woonplaats zien (Tabel 11).

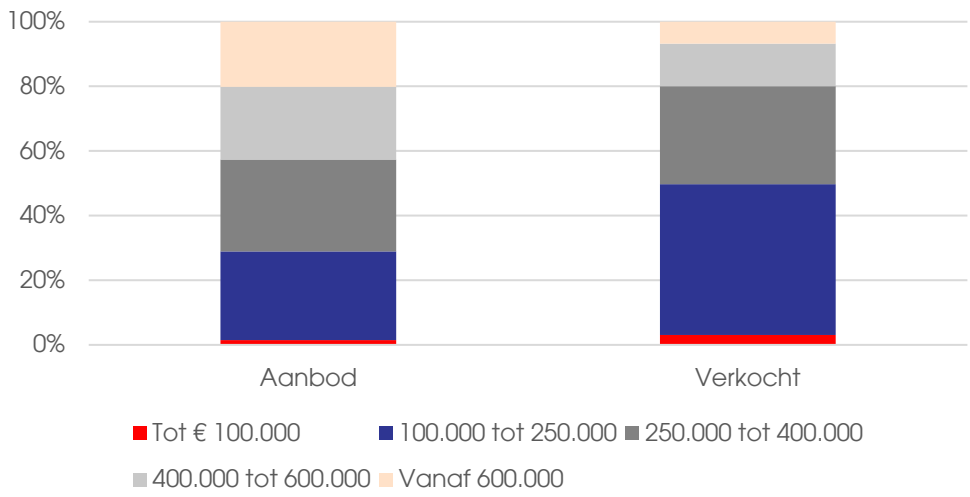
4.4 HET AANBOD VAN WONINGEN

In dit hoofdstuk is de aanbodzijde van het marktgebied in beeld gebracht: het huidige aanbod en het toekomstig aanbod (de planvoorraad).

HUIDIG AANBOD >>

Koopwoningen

- In de gemeente Rotterdam staan circa 2.840 woningen te koop (bestaand en nieuwbouw). 59% hiervan zijn appartementen, 41% zijn grondgebonden woningen. Ook worden 15 bouwkavels aangeboden.[8]
- Circa 3% van de totale voorraad koopwoningen in de gemeente Rotterdam staat te koop. Dit lage aandeel duidt op een krappe woningmarkt.
- Het afgelopen jaar zijn ca. 7.220 woningen verkocht. Ook dit waren vooral appartementen (66%). Voor 35% betroffen dit koopwoningen met een woonoppervlakte van 100 tot 150 m².
- De prijsniveaus van de verkochte woningen in het afgelopen jaar liggen lager dan die van het huidige aanbod. Van de verkochte woningen had 50% een prijs tot € 250.000, in het huidige aanbod is dat 29% (Figuur 14). Daarnaast is het segment tot € 100.000 de laatste jaren vrijwel geheel verdwenen.



FIGUUR 14 AANGEBODEN EN VERKOCHTE KOOPWONINGEN ROTTERDAM NAAR PRIJSKLASSE
Bron: inventarisatie Funda, bewerking Bureau Stedelijke Planning. Meetmoment: 2 juli 2019

[8] Inventarisatie van Funda, situatie juli 2019.

Huurwoningen

- In de gemeente Rotterdam staan circa 1.040 particuliere huurwoningen te huur. Hier ligt de nadruk op appartementen van 75 tot 150 m².[9]
- In het afgelopen jaar zijn in Rotterdam circa 1.680 particuliere huurwoningen verhuurd. 88% hiervan betrof een appartement.
- Dit gaat om woningen die via makelaars zijn aangeboden. In de huidige krappe huurmarkt komen veel huurwoningen niet meer op aanbodsites. We hebben dus niet het gehele huuraanbod in beeld. Ook sociale huurwoningen die via corporaties zijn toegewezen, zijn bij deze analyse buiten beschouwing gelaten. Het totale aantal verhuurde woningen zal dus fors hoger liggen.

TOEKOMSTIG AANBOD >>

- Het toekomstig aanbod is voor Rotterdam in beeld gebracht aan de hand van data van de gemeente Rotterdam. Voor de overige gemeenten is gebruik gemaakt van de data over de planvoorraad uit de Actualisatie Woningmarktstrategie & Woonvisie Regio Rotterdam (2017) en de Planmonitor Wonen.
- In het marktgebied bestaat de komende tien jaar een hard planaanbod van circa 15.309 woningen om tegemoet te komen aan de verwachte huishoudensgroei (Tabel 12). Dit betreft de bruto planvoorraad: onttrekkingen zijn hier niet in meegenomen.
- Een plan is hard als hiervoor een omgevingsvergunning is afgegeven of als de woningen mogelijk worden gemaakt in een vastgesteld bestemmingsplan.

	TOTALE HARDE PLANVOORRAAD 2019-2029	TOTALE ZACHTE PLANVOORRAAD 2019-2029
Rotterdam	**9.045**	**32.226**
Nissewaard	1.786	0
Capelle aan den IJssel	1.099	461
Schiedam	93	25
Barendrecht	725	0
Vlaardingen	1.437	1.437
Ridderkerk	1.124	0
Marktgebied	**15.309**	**34.149**

TABEL 12 PLANVOORRAAD MARKTGEBIED
Bron: Gemeente Rotterdam 2019, planmonitorwonen.nl, Actualisatie Woningmarktstrategie & Woonvisie regio Rotterdam (2017)

- Naast harde plannen, bestaan er tevens zachte plannen in het marktgebied. In totaal betreft het zachte plannen voor circa 34.149 woningen. Of,

[9] Deze gegevens zijn op basis van een inventarisatie van Funda en Pararius, situatie juli 2019

wanneer en in welke vorm deze zachte plannen ontwikkeld zullen worden, is echter onzeker. Gemiddeld bestaat in Rotterdam een realisatiegraad van 60-70% van het zachte planaanbod.
- Alleen de harde planvoorraad is daarom in de behoefteraming meegerekend. Verdere analyses en berekeningen in deze onderbouwing richten zich op de harde planvoorraad in het marktgebied.

PLANVOORRAAD IN ROTTERDAM >>

- De analyse van de kwalitatieve planvoorraad is specifiek gericht op woningen in Rotterdam, omdat de kwalitatieve behoefte draait om Rotterdam als gewenste woongemeente.
- Binnen Rotterdam is het aantal woningen naar woningtypen en -segmenten in beeld gebracht (Tabel 13 harde planvoorraad in rotterdam, naar woningtypen en -segmenten
-).
- De harde planvoorraad in Rotterdam bestaat uit circa 9.045 woningen voor de komende tien jaar.

	HARDE PLANVOORRAAD IN ROTTERDAM, 2019-2029
Woningtypen	
Grondgebonden woningen	2.050
Appartementen	6.995
Woningsegmenten	
Koopwoningen	4.574
Huurwoningen	4.471
Totale planvoorraad in Rotterdam	**9.045**

TABEL 13 HARDE PLANVOORRAAD IN ROTTERDAM, NAAR WONINGTYPEN EN -SEGMENTEN
Bron: Gemeente Rotterdam, 2019

Doorkijk naar 2039

Voor de periode na 2029 zijn geen harde plannen bekend. Mogelijk wordt een deel van de woningen uit de zachte planvoorraad in de periode 2029-2039 gerealiseerd. Momenteel bestaan er voor deze periode zachte plannen voor ca. 16.986 woningen.

4.5 DE BEHOEFTE AAN WONINGEN

KWANTITATIEVE WONINGBEHOEFTE >>

Behoefte tot 2029

Op basis van de verwachte huishoudensgroei en de planvoorraad is de regionale behoefte aan woningen berekend (Tabel 14). Er is in het marktgebied een extra behoefte aan circa 14.111 woningen in de komende tien jaar.

	HUISHOUDENS-GROEI (2019-2029)	HARDE PLANVOORRAAD (2019-2029)	KWANTITATIEVE BEHOEFTE
Rotterdam	22.450	9.045	13.405
Marktgebied	**29.420**	**15.309**	**14.111**

TABEL 14 KWANTITATIEVE WONINGBEHOEFTE IN HET MARKTGEBIED 2019-2029
Bron: Bureau Stedelijke Planning, 2019 o.b.v. Primos, ABF Research

Doorkijk naar 2039

Ook in de periode 2019-2029 zet de huishoudensgroei in het marktgebied fors door. Voor de komende twintig jaar groeit het aantal huishoudens met ca. 47.700. Momenteel bestaan er voor de periode na 2029 nog geen harde plannen. De zachte planvoorraad bedraagt ca. 51.135 woningen voor de periode 2019-2039. In de komende jaren zal een deel van deze zachte planvoorraad hard worden. Daarnaast kunnen nieuwe plannen ontstaan die ook in deze periode hard worden.

Vooralsnog bestaat voor de periode 2029-2039 geen harde planvoorraad. Dit resulteert in een kwantitatieve behoefte aan ca. 32.400 woningen in het marktgebied voor de periode 2019-2039.

BEHOEFTE IN ROTTERDAM

Omdat Rotterdam een specifiek grootstedelijk woonmilieu biedt, dat in de overige gemeenten in de regio niet te vinden is, is met behulp van het woonwensenonderzoek de kwalitatieve woningbehoefte in Rotterdam berekend (Tabel 15). Hierbij is uitgegaan van de vraag naar appartementen, grondgebonden woningen, koopwoningen en huurwoningen. De kolom ‘vraag’ is ontleend aan Tabel 11 en de kolom ‘harde planvoorraad’ aan Tabel 13 harde planvoorraad in rotterdam, naar woningtypen en -segmenten

De laatste kolom – kwalitatieve behoefte – is de vraag minus de harde planvoorraad.

TYPE WONING	VRAAG	HARDE PLANVOORRAAD IN MARKTGEBIED 2019-2029	KWALITATIEVE BEHOEFTE
Grondgebonden woningen	5.118	2.050	3.068
Appartementen	11.942	6.995	4.947
Koopwoningen	6.312	4.574	1.738
Huurwoningen	10.748	4.471	6.277

Totaal aantal woningen	17.060	9.045	8.015

TABEL 15 KWALITITATIEVE WONINGBEHOEFTE IN STEDELIJKE WOONMILIEUS IN ROTTERDAM 2019-2029

- Voor alle woningtypen en segmenten bestaat in het primaire marktgebied kwalitatieve ruimte. Hiermee voldoet het woningbouwplan in Feyenoord City aan de eisen van de Ladder.
- De behoefte is het grootst voor huurwoningen en appartementen.
- Feyenoord City biedt kansen voor een gevarieerd woningprogramma, met zowel appartementen als grondgebonden woningen. Juist deze mix kan het gebied extra kwaliteit bieden. Ook bestaan kansen voor meer specifieke en exclusieve woonconcepten als de ontworpen Kuipwoningen.[10]

Doorkijk naar 2039

De zachte planvoorraad voor de periode 2029-2039 bedraagt 16.986 woningen. De komende periode zal een deel hiervan gaan behoren tot de harde planvoorraad. Op dit moment bestaat er echter geen harde planvoorraad voor de periode na 2029.

Met 3.769 woningen kan in Feyenoord City een substantieel deel van de kwalitatieve behoefte in Rotterdam worden gehonoreerd. De doorkijk naar 2039 laat echter zien dat ook na 2029 de huishoudensgroei fors doorzet en de behoefte aan woningen alleen maar groter wordt. Naast het feit dat in de komende jaren al behoefte bestaat aan woningen in Feyenoord City, zijn er tevens mogelijkheden om te anticiperen op de grote woningbehoefte daarna.

De fasering van het woningprogramma is nog niet geheel vastgelegd en mogelijk zal een groot deel van de 3.769 woningen in de laatste fase van Feyenoord City worden gerealiseerd. Hiermee bestaat de kans dat dit in de periode 2029-2039 valt.

CONCLUSIE >>

In de komende tien jaar biedt het marktgebied ruimte voor circa 14.111 woningen. In Rotterdam bestaat deze behoefte uit 13.405 woningen. Voor alle woningtypen en –segmenten bestaat er ruimte. Er bestaat dus voldoende Ladderruimte voor het plan van 3.769 woningen in Feyenoord City.

Feyenoord City ligt binnen bestaand stedelijk gebied. Een analyse van alternatieve locaties binnen bestaand stedelijk gebied is daarom niet vereist.

[10] In de herontwikkeling van de Kuip worden bovenin woningen ontwikkeld, het hele stadion rond met ramen aan de veldzijde en aan de buitenkant.

Doorkijk naar 2039

In de periode 2019-2039 zet de huishoudensgroei sterk door, terwijl de harde plancapaciteit hier voorlopig fors bij achterblijft. Dit resulteert in een behoefte in Rotterdam aan ca. 26.700 woningen tot 2039. In het gehele marktgebied bestaat dit uit ca. 32.400 woningen. Het is echter zeer aannemelijk dat een deel van de zachte planvoorraad de komende periode hard zal worden. Desondanks vergt het ook na 2029 echter forse inspanningen om de hoge vraag te kunnen bedienen.

5 BEHOEFTE (SPORT)DETAILHANDEL

Uitgangspunten programma detailhandel (VKA 2.0)

Detailhandel is voorzien in De Strip en wordt daarin gecombineerd met leisure (entertainment en horeca). In totaal gaat het om 17.800 m² bruto vloeroppervlakte (bvo). Bij transformatie van de Veranda wordt netto circa 12.140 m² bvo[11] onttrokken aan de markt. De netto toevoeging in het plangebied bedraagt daarmee 5.660 m² bvo.[12] Uitgangspunt voor Feyenoord City is retail gerelateerd aan sport, ondersteund door beperkt aanbod convenience (food). Sleutelconcepten zijn Gezondheid, Innovatieve retail, Brand experience en Made in Rotterdam.

De provincie Zuid-Holland heeft in een brief aan de gemeente Rotterdam aangegeven dat de voorziene toevoeging van reguliere detailhandel op deze locatie in strijd is met het provinciaal beleid. Daarnaast trekt zij ook de behoefte aan een dergelijke uitbreiding van detailhandel in twijfel. Het gewenste metrage acht ze fors en de provincie verwijst naar de in de vele branches negatieve ontwikkelingsruimte in Rotterdam. De gemeente heeft als uitgangspunt dat detailhandel gerelateerd moet zijn aan activiteiten van Feyenoord (City) en niet met bestaand programma of concreet gepland programma elders in de stad mag concurreren.

In een eerdere quick scan van Bureau Stedelijke Planning naar de marktbehoefte Retail en Leisure Feyenoord City (september 2016) is geadviseerd om – onder bepaalde voorwaarden - 14.250 m² bvo (sport)detailhandel (tot max. 20.250 m² bvo) toe te voegen.

PROGRAMMAONDERDEEL	DEELGEBIED	FASE	M² BVO	M² WVO
Detailhandel (8.800 m² Vrije tijd en 2.500 m² convencience/grab & go)	De Strip-Noord	1	11.300	9.040
Detailhandel (Vrije tijd)	De Strip-Zuid	3	5.500	4.400
Detailhandel (Convenience/grab & go)	*Veranda*	*n.v.t.*	*1.000*	800
TOTAAL			17.800	14.240

TABEL 16 PROGRAMMA DETAILHANDEL (VKA 2.0)
Bron: Projectbureau Feyenoord City, 2019

In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan (sport)detailhandel onderbouwd. Het volgende tekstblok geeft alvast de conclusies daarvan weer.

[11] Zijnde het bestaande aanbod aan 9.711 m² winkelvloeroppervlak (wvo) binnen de groep Vrije Tijd op de Veranda, omgerekend naar bvo met een wvo/bvo-factor van 0,8.
[12] Bij transformatie blijft overigens in beginsel 1.000 m² bvo gehandhaafd op de Veranda voor convencience retail (food).

Conclusie behoefte Detailhandel Feyenoord City

- In detailhandel Vrije tijd is van de beschikbare distributieve ruimte 8.670 m² bvo toe te rekenen aan Feyenoord City.
- Verplaatsing van bestaand aanbod (12.140 m² bvo) op de Veranda is noodzakelijk en gewenst om het programma in Feyenoord City verder in te vullen. Daarmee wordt één sterk en innovatief sportcluster gerealiseerd en wordt tevens voorkomen dat er op korte afstand twee vergelijkbare winkelconcentraties ontstaan.
- Naast sportgerelateerde retail is er voldoende marktruimte (ca. 3.500 m² bvo) voor Grab & Go, bijzondere foodconcepten, hybride concepten en specifieke winkels gericht op de nieuwe bewoners, werknemers en toeristische functie van Feyenoord City.

5.1 BELEID

BELEID DETAILHANDEL GEMEENTE ROTTERDAM

Het detailhandelsbeleid in Rotterdam (2017) heeft als doel een evenwichtige detailhandelsstructuur te realiseren, waarbij samenhang tussen verschillende winkelgebieden essentieel is. Een structuur van functioneel onderscheidende en elkaar aanvullende winkelcentra op de verschillende schaalniveaus draagt bij aan een goed voorzieningenniveau voor Rotterdammers enerzijds en een aantrekkelijk aanbod voor bezoekers en consumenten van buiten de stad anderzijds. Om dat te bereiken heeft de gemeente spelregels geformuleerd. Relevant voor Feyenoord City zijn de volgende regels:

- Nieuwe ontwikkelingen zijn alleen mogelijk in de winkelconcentratiegebieden zoals in de notitie Gebiedskoersen Detailhandel zijn vastgesteld.
- Creëren van nieuwe winkelgebieden is onder strikte voorwaarden mogelijk.
- Geen nieuwe solitaire vestiging van winkels buiten de detailhandelsstructuur van winkelgebieden.
- Vestiging van grootschalige detailhandel bekijkt de gemeente kritisch.

De detailhandelskoers voor De Stadionweg / Veranda hangt samen met de gebiedsontwikkeling Feyenoord City en wordt aan de hand daarvan verder gedefinieerd. Randvoorwaarde vanuit het detailhandelsbeleid is dat de ontwikkeling als thematische en doelgerichte perifere locatie het uitgangspunt blijft. Ontwikkeling tot een recreatief winkelgebied, dat de strijd aangaat met de Binnenstad en andere recreatieve aankoopplaatsen is beleidsmatig niet gewenst.

BELEID DETAILHANDEL PROVINCIE ZUID-HOLLAND

De provincie Zuid-Holland voert al jaren een gericht detailhandelsbeleid, ten behoeve van .concentratie en bundeling van detailhandel in de centra van steden, dorpen en wijken. Kansrijke onderdelen van de bestaande structuur worden versterkt en solitaire en perifere vestigingen niet gestimuleerd. De huidige structuur voor reguliere detailhandel binnen de centra bestaat uit drie categorieën: te ontwikkelen centra, te optimaliseren centra en overige centra. De provincie gaat uit van beperkte uitbreidingsmogelijkheden en verkiest kwalitatieve versterking van winkelcentra boven kwantitatieve versterking. Zuid-Holland staat kritisch tegenover nieuwe detailhandel in de periferie omdat die veelal ten koste gaat van de bestaande winkelgebieden in de centra. Binnen de regio Rijnmond vallen Rotterdam Centrum, Alexandrium en Zuidplein onder de zogenoemde “te ontwikkelen centra”. Onder voorwaarde van het voldoen aan de criteria van de ‘Ladder voor duurzame verstedelijking’ kan voor deze categorie sprake zijn van uitbreiding van het winkelareaal. In de andere centra niet.

Naar aanleiding van de uitkomsten van het koopstromenonderzoek Randstad (2016) en de Marktruimtestudie van Zuid-Holland (2017) heeft de provincie in de Discussienota Detailhandel (augustus 2017) de eerste stappen gezet naar het provinciale omgevingsbeleid:

- Driedeling detailhandelsstructuur blijft in stand (maar wel aanpassingen in welke gebied onder welke categorie valt).
- Meer ruimte geven (o.a. aan ontwikkelingen in het centrum van Rotterdam en Den Haag).
- Meepoetsen, een uitgestoken hand bieden aan externe partijen.
- Innovatieve ontwikkelingen in principe binnen het centrum; maatwerk mogelijk.

CONCLUSIE BELEID

Het bundelen van detailhandel staat centraal in het beleid van zowel de provincie als de gemeente. De provincie heeft een streng beleid als het gaat om uitbreidingsplannen en prefereert versterking van bestaand aanbod boven uitbreiding. De provincie Zuid-Holland beschouwt de Veranda (en Feyenoord City) als “overig centrum”, waar uitbreiding van winkelareaal niet mogelijk is. Wellicht kunnen zwaarwegende maatschappelijke belangen rondom de realisatie van Feyenoord City tot een afwijkende beoordeling leiden. De gemeente heeft als belangrijk uitgangspunt dat detailhandel (ook PDV/GDV) niet concurrerend mag zijn met het aanbod in de Binnenstad van Rotterdam. Een afwijkend concept is daarom van belang.

5.2 VRAAG NAAR (SPORT)DETAILHANDEL

ONTWIKKELING VRAAG NAAR FOOD VERSUS NON-FOOD

De bestedingen aan food artikelen zijn sinds 2005 onafgebroken toegenomen. De bestedingen aan non-food artikelen fluctueren sterk met de conjunctuur. In de crisistijd tussen 2008 en 2013 was sprake van afname, sinds 2013 sprake van (lichte) groei.

Eenzelfde ontwikkeling maken sport- en kampeerzaken door. De detailhandelsomzet (excl. puur online) bedroeg in 2018 € 1.575 miljoen; een groei van 3,8% ten opzichte van 2017. De multichannel omzet (de online omzet van winkels met fysieke locaties) én de omzet van pure online spelers neemt een steeds groter aandeel in binnen de detailhandelsomzet (excl. puur online). De multichannel groeit namelijk veel harder - met groeipercentages van meer dan 20% per jaar - dan de fysieke winkelomzet. Dit geldt vermoedelijk ook voor de puur online omzet aan sport- en kampeerartikelen, waarvoor echter specifieke cijfers ontbreken.

SPORT- EN KAMPEERZAKEN (X €1 MLN. EXCL. BTW)	2016	2017	2018
Netto-omzet	1.500	1.608	1.669
Waarvan: Niet-consumenten omzet	91	90	94
Waarvan: Detailhandelsomzet (excl. puur online)	1.409	1.518	1.575
- Fysieke winkelomzet	1.291	1.373	1.402
- Niet in winkelomzet multichannel (excl. puur online)	118	144	174

TABEL 17 OMET EN OMZETONTIWKKELING SPORT- EN KAMPEERZAKEN
Bron: Retail Insiders, augustus 2019

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE SPORTDETAILHANDEL[13]

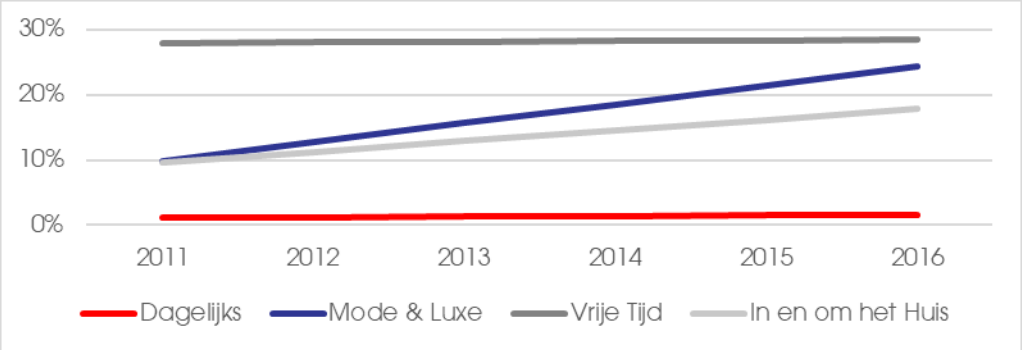
Technologische trends en ontwikkelingen (online aankopen, gebruik van internet en snelle acceptatie van technologische ontwikkelingen door consumenten) hebben op dit moment de meest impact op de sportretail. Deze trends en ontwikkelingen zullen naar verwachting doorzetten en zijn voor de sportsector bovengemiddeld van toepassing ten opzichte van andere detailhandelssectoren. Het geeft retail ruimte om te innoveren en maakt dit tegelijkertijd noodzakelijk. Het prijsbewustzijn van de consument volgt op de tweede plaats. De impact van demografische trends en ontwikkelingen op de bestedingen in de sportdetailhandel blijft vooralsnog achter. In de toekomst zal die impact wel fors

[13] I&O, 2016; Q&A, 2017

toenemen door het belang van gezond en bewust leven (positief) en vergrijzing (invloed afhankelijk van type sport).

Drie specifieke trends die van invloed zijn op het sportwinkellandschap zijn:

- **Verkoop via internet:** De verschillen in internetbestedingen binnen de niet-dagelijkse sector zijn groot. Het online marktaandeel bij bestedingen aan Vrije Tijdsartikelen is met 28% hoog, maar sinds 2011 vrijwel constant gebleven. Winkels in Vrije Tijd hebben de explosieve groei die vooral Mode en Luxe nu doormaakt, al achter de rug. Er lijkt een nieuw evenwicht te zijn ontstaan. Specifiek voor de branchegroep Sport & Spel in Rotterdam ligt het percentage op 19% (I&O, 2016), in de Randstad is dit inmiddels opgelopen tot gemiddeld ca. 24% (KSO 2018). Het bezoeken van een fysieke winkel is geen noodzaak meer, maar een keuze van klanten. Fysieke winkels houden toegevoegde waarde en blijven relevant als consumenten kiezen voor efficiency, experience of expertise.
- **Rechtstreekse verkoop van merken door de fabrikant**: De wereldwijde sportsector loopt samen met mode en schoenen voorop met betrekking tot rechtstreekse verkoopstrategie van merken. Deze ontwikkeling zet de komende jaren door. Voor veel merken zal de focus primair online zijn, eventueel aangevuld met fysieke experience winkels. Dit heeft grote gevolgen voor het omzetpotentieel dat de traditionele sportretail via deze merken kan genereren. Bij dominante merken zou het omzetaandeel van rechtstreekse verkoop de komende vijf jaar wel eens richting de 20% kunnen gaan.
- **Brancheverwaging:** steeds meer winkels hebben sportkleding in hun assortiment (zogenaamde category attackers). Het gaat dan niet alleen om modewinkels als H&M en Primark, maar ook supermarkten als Lidl en Aldi.

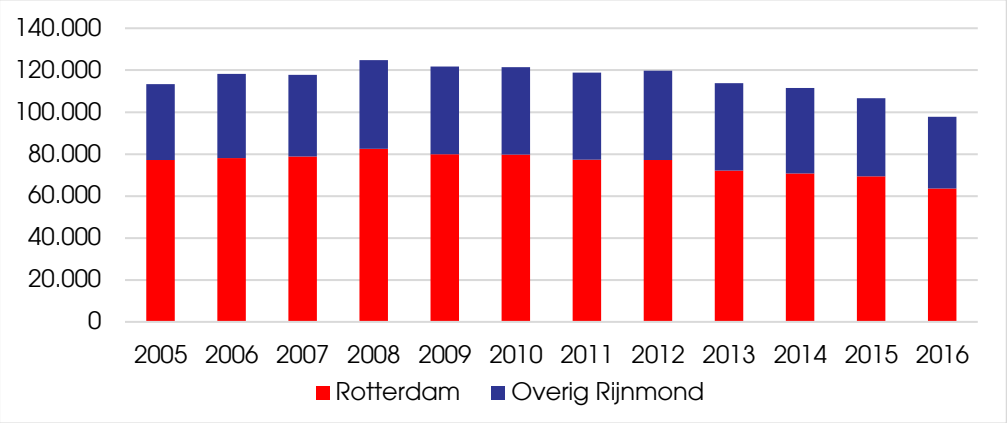


FIGUUR 15 ONTWIKKELING ONLINE MARKTAANDEEL 2011-2016, PER SECTOR
Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011 en 2016, bewerking Bureau Stedelijke Planning.

5.3 AANBOD VAN DETAILHANDEL

ONTWIKKELING AANBOD BRANCHEGROEP VRIJE TIJD IN DE REGIO RIJNMOND

- Retail gerelateerd aan sport valt in de branchegroep Vrije Tijd[14]. Het aanbod winkelvloeroppervlakmeters van deze groep is in Rijnmond tussen 2005 en 2008 toegenomen, maar daarna weer afgenomen.
- De gemiddelde oppervlakte per winkel in de regio Rijnmond is sinds 2005 met 30% toegenomen tot 230 m² wvo.



FIGUUR 16 ONTWIKKELING WINKELVLOEROPPERVLAK IN DE BRANCHGROEP VRIJE TIJD IN DE REGIO RIJNMOND
Bron: Provincie Zuid-Holland, 2018

AANBOD (GROOTSCHALIG) SPORT & SPEL IN ROTTERDAM

De hoofdbranche Sport & Spel maakt in Rotterdam circa 75% uit van de groep Vrije Tijd. Sport & Spel is bovengemiddeld vertegenwoordigd in Rotterdam:

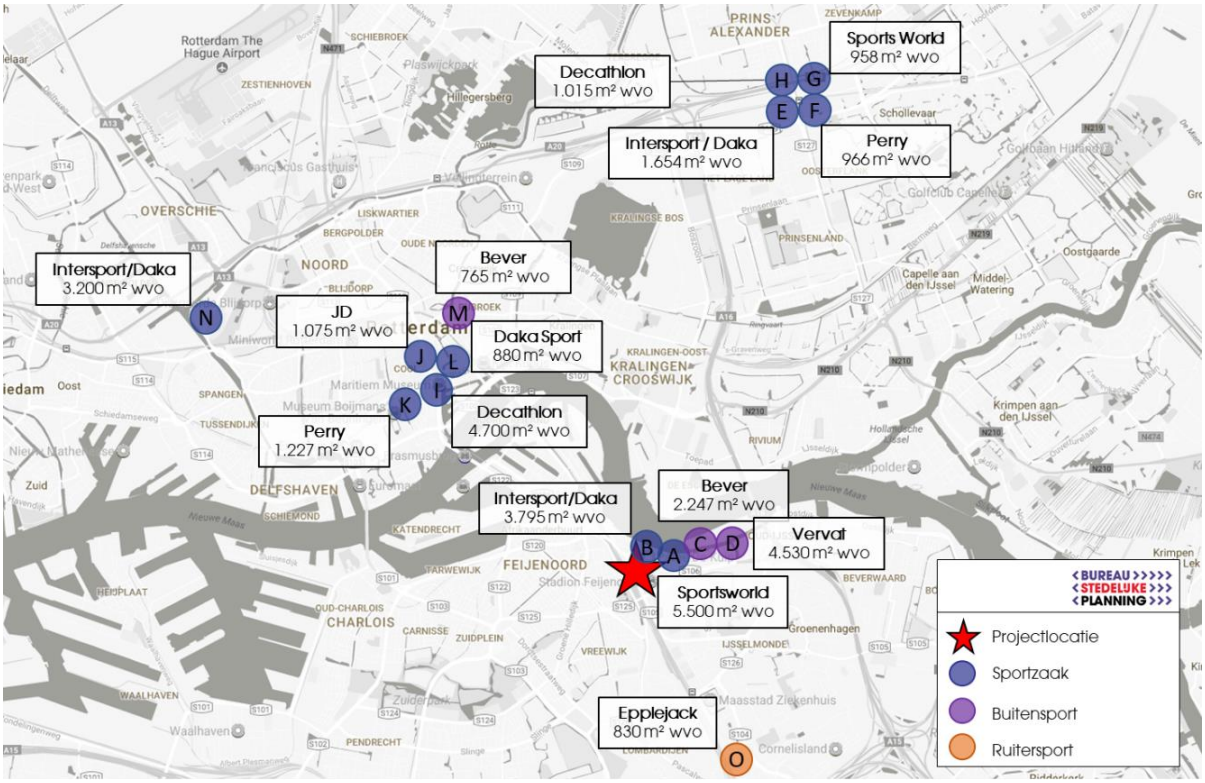
- Het aanbod Sport & Spel per 1.000 inwoners ligt op 76 m² wvo; circa 33% hoger dan landelijk. Dat is niet heel vreemd gezien de regionale functie die Rotterdam vervult.
- Opvallend daarbinnen is het forse aanbod sportzaken per 1.000 inwoners in Rotterdam. Dit aanbod is bijna 2,5 keer zo groot als gemiddeld in Nederland.
- Bovendien zijn de sportwinkels in Rotterdam gemiddeld fors groter dan in Nederland (+ 70%).

[14] Bestaat in deze cijfers uit de hoofdbranches Sport & Spel, Hobby en Media

	ROTTERDAM		NEDERLAND	
	M² PER 1.000 INW.	M² PER VKP	M² PER 1.000 INW.	M² PER VKP
Vrije Tijd[15] totaal	102	340	83	233
Waarvan Sport & Spel	76	535	57	364
Waarvan sportzaken	*47*	*974*	19	573

TABEL 18 WINKELDEKKING SPORT EN SPEL PER 10.000 INWONERS
Bron: Locatus, 2019; Primos, 2019

In onderstaande figuur is het grootschalig (>750 m² wvo) Sport & Spel aanbod weergegeven.



FIGUUR 17 (>750 M²) IN ROTTERDAM * LETTER CORRESPONDEERT MET TABEL IN BIJLAGE 3
bron: Locatus, 2019

Daarin valt het volgende op:

- Op de Veranda zijn twee van de vijf grootste grootschalige sportwinkels van de gemeente Rotterdam gevestigd: Sportsworld van 5.500 m² wvo (voormalig Topshelf Megastores) en Intersport/Daka sport van 3.795 m² wvo. Daarnaast is Jumbo Golfwereld met een winkel van 416 m² wvo er gevestigd. Het totale aanbod sportdetailhandel op de Veranda bedraagt 9.710 m² wvo (12.140 m² bvo).[16]
- In winkelvloeroppervlakte is het grootste aanbod op de Stadionweg/Veranda gevestigd. Aan de Stadionweg is kampeerwinkel

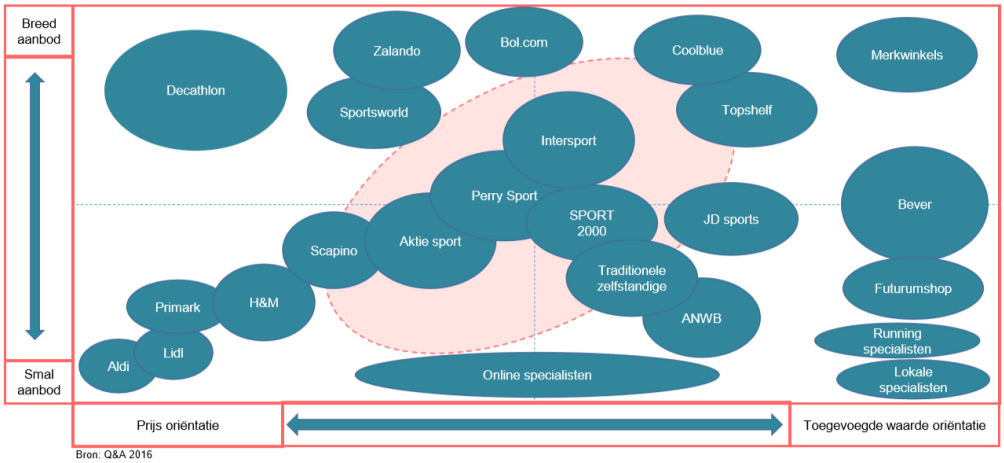
[15] Dit betreft Vrije Tijd zoals gehanteerd door Locatus. Het omvat de hoofdbranches Sport & Spel, Hobby en Media
[16] Locatus, 2019

Vervat (4.530 m² wvo) sinds medio 2017 weer terug na een faillissement. De Flagshipstore van outdoorwinkel Bever (2.247 m² wvo) is sinds juli 2018 gevestigd op de Stadionweg. Na de Stadionweg/Veranda heeft het centrum van Rotterdam het grootste winkelvloeroppervlak.

- In aantal winkels springen zowel Rotterdam Alexandrium als het centrum van Rotterdam eruit, met beide vijf grootschalige sportwinkels.
- Onder meer grote spelers als Bever en Vervat op de Stadionweg zijn recent aan het aanbod toegevoegd. Tegelijkertijd zijn bijvoorbeeld enkele speelgoedwinkels (door o.a. faillissement van Intertoys) verdwenen. Hierdoor is het totaalaanbod licht afgenomen.

Positionering van het huidige aanbod in Rotterdam

De positionering van de retailers ten opzichte van elkaar maakt duidelijk wie de winnaars en (potentiële) verliezers zijn en waarom. De winnaars van vandaag en morgen zijn de retailers die duidelijk gepositioneerd zijn en een onderscheidende positie innemen binnen één van de vier kwadranten. Een groot deel van het huidige (grootschalige) aanbod in Rotterdam bevindt zich in het midden.



FIGUUR 18 POSITIE SPORTMERKEN NEDERLAND
Bron: Q&A, 2016

PLANCAPACITEIT

In de Marktruimtestudie Zuid-Holland[17] is de harde en zachte plancapaciteit opgenomen. Voor Rotterdam is sprake van een harde plancapaciteit van circa 34.000 m² wvo niet-dagelijkse detailhandel. In theorie kan deze nieuwe ruimte helemaal ingevuld worden met detailhandel gerelateerd aan sport (branchegroep Vrije Tijd). Hetzelfde geldt voor panden waar nu een gemengde bestemming op zit, maar die niet voor detailhandel worden gebruikt: in verschillende bestemmingsplannen in Rotterdam-Centrum zit in potentie nog veel plancapaciteit (zie ook hoofdstuk 2.3). Er zijn ons binnen Rotterdam (buiten het

[17] DTNP (2017) Detailhandel Zuid-Holland

project Feyenoord City) geen plannen bekend die zich specifiek richten op sport gerelateerde detailhandel.

Belangrijkste plan buiten Rotterdam in de branche sport & spel is dat voor Decathlon Schiedam. Doel is het mogelijk maken van 7.000 m² bvo sportzaak (grootschalige detailhandel in sportartikelen met bijbehorende try & buy) bij het knooppunt Rijksweg A4 en A20. Het plan behoort nog niet tot de harde plancapaciteit. De Raad van State oordeelde in maart 2019 dat de provincie in haar recht stond om de bouw tegen te houden. Toch ontbrak een gedegen onderzoek van Zuid-Holland dat de belangen van alle betrokken partijen afweegt. De Raad van State dwong de provincie daarom het besluit te heroverwegen. Na heroverweging behaalde het plan in Schiedam een meerderheid in de Provinciale Staten.[18] Tot op heden is er nog niks bekend over de verdere stappen die zullen worden gezet.

5.4 BEHOEFTE AAN SPORTGERELATEERDE DETAILHANDEL

Marktruimtestudie detailhandel Zuid-Holland

In 2017 is de markruimtestudie voor Zuid-Holland verschenen[19]. Rotterdam heeft een positieve uitbreidingsruimte wat betreft de niet-dagelijkse sector (87.800 m² wvo) en daarbinnen in de branchegroep Vrije Tijd (1.650 m² wvo). Ook binnen de regio Rijnmond zijn beide saldi positief (niet-dagelijks 229.050 m² wvo en Vrije Tijd 11.000 m² wvo). Daartegenover is de marktruimte in de gehele provincie Zuid-Holland negatief, maar dus voor Rotterdam en de directe omgeving juist wel positief.

Kwantitatieve behoefte

In tabel 19 is een marktruimteberekening voor de gemeente Rotterdam opgenomen voor de groep Vrije Tijd. In deze berekening is gebruik gemaakt van de meest recente omzetgetallen (notitie Omzetkengetallen 2018, augustus 2019), de meeste recente koopstroomgegevens (Koopstromenonderzoek Randstad 2018) en meest recente aanbodgegevens (Locatus gemeente Rotterdam, augustus 2019).

Om de kengetallen zo goed mogelijk op elkaar te laten aansluiten is gebruik gemaakt van de afbakening voor Vrije Tijd zoals gehanteerd in de notitie Omzetkengetallen 2018. Deze is iets breder dan de afbakening van de branchegroep Vrije Tijd van Locatus en omvat naast de hoofdbranches 35.100-Sport & Spel, 35.110-Hobby, 35.120-Media ook de branches 37.160.177-Fietsen en 37.160.178-Scooters/brommers. In Rotterdam is overigens driekwart van het winkelvloeroppervlakte Vrije Tijd ingevuld met de hoofdbranche Sport & Spel. In bijlage 2 is per onderdeel opgenomen welke getallen zijn gehanteerd.

[18] https://www.rijnmond.nl/nieuws/183580/Provinciale-Staten-positief-over-Decathlon-Schiedam
[19] DTNP (2017) Detailhandel Zuid-Holland

PARAMETER	SITUATIE 2019	SITUATIE 2029
Inwoners	644.616	689.921
Bestedingen per hoofd in €	€ 229	€ 229
Bestedingspotentieel in € mln	€ 148	€ 158
Bestedingspotentieel in € mln, incl inkomenscorrectie	€ 142	€ 152
Koopkrachtbinding	89%	89%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 126	€ 135
Koopkrachttoevloeiing	31%	31%
Omzet door toevloeiing in € mln	€ 57	€ 61
Totale bestedingen in € mln	€ 183	€ 196
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 1.902	€ 1.902
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 2.434	€ 2.605
Haalbaar aanbod in m² wvo	96.100	102.860
Gevestigd aanbod in m² wvo	75.100	75.100
Markruimte in m² wvo	**21.000**	**27.760**

TABEL 19 HUIDIGE MARKTRUIMTE EN MARKTRUIMTE 2029 BRANCHEGROEP VRIJE TIJD

In Rotterdam is nog voldoende marktruimte in de branchegroep Vrije Tijd. De gehele 21.000 / 27.760 m² wvo kan echter niet toegewezen worden aan Feyenoord City. In de huidige situatie is circa 25% van het metrage aan detailhandel in Vrije Tijd[20] in Rotterdam-Zuid[21] gevestigd. Op basis van fairshare is **5.250 m² wvo** (25% van 21.000) tot **6.940 m² wvo** (25% van 27.760 m² wvo) toe te wijzen aan Rotterdam-Zuid c.q. Feyenoord City. Overwogen kan worden om een groter aandeel dan fairshare aan Feyenoord City toe te wijzen, om de ambities van Feyenoord City op het gebied van sport(detailhandel) te steunen. Hier is echter in de berekeningen vooralsnog geen rekening mee gehouden.

PARAMETER	SITUATIE 2019 M² WVO *(M² BVO)*	SITUATIE 2029 M² WVO *(M² BVO)*
Distributieve ruimte Rotterdam	21.000 *(26.250)*	27.760 *(34.700)*
Fairshare Rotterdam-Zuid (25%)	5.250 *(6.560)*	6.940 *(8.670)*

TABEL 20 BANDBREEDTE UITBREIDINGSRUIMTE DETAILHANDEL VRIJE TIJD

Er is dus naast verplaatsing van het bestaande aanbod aan sportdetailhandel (vanuit de Veranda) distributieve ruimte om sportdetailhandel toe te voegen in Feyenoord City, **8.670 m² bvo tot 2029.**

[20] Om aan te sluiten bij de Omzetkengetallen detailhandel (voor wat betreft bestedingen en vloerproductiviteit) en de koopstroomgegevens (binding en toevloeiing vanuit het Koopstromenonderzoek Randstad) zijn de volgende (hoofd)branches gegroepeerd: naast 35.100-Sport & Spel, 35.110-Hobby, 35.120-Media, ook de branches 37.160.177-Fietsen en 37.160.178-Scooters/brommers. Sport maakt wel het overgrote deel (74%) uit van deze groep (we reken hiertoe de branches 35.100.125-Buitensport, 35.100.444-Ruitersport, 35.100.492-Sportzaak, 35.100.591-Hengelsport, 35.100.627-Watersport, 35.100.950-Sport Spec en 37.160.177-Fietsen).
[21] Postcodes 3071 t/m 3086.

Kwalitatieve behoefte: paradepaardjes van het regionale aanbod

Mede door de opkomst van internetwinkelen verandert de vraag naar het type sportwinkels. Winkels met een nadrukkelijke profilering op het gebied van Experience, Efficiency en/of Expertise kunnen zich sterker onderscheiden van het internet en andere sportwinkels. Feyenoord City biedt kansen om het sportwinkelaanbod in het gebied van het stadion van Feyenoord te optimaliseren. Het huidige aanbod op de Veranda is gerealiseerd in de jaren '90 en verdient versterking om tot een volgende generatie sportdetailhandelscluster te komen. Belevenis speelt daarin een belangrijke rol, als ook de combinatie met horeca (al dan niet binnen één pand).

TRY AND BUY BIJ DECATHLON
Bron: Decathlon

WINKELS SPECIFIEK GERICHT OP EEN MERK
Bron: Adidas

Relevante voorbeelden van beleveniswinkels voor Feyenoord City zijn:

- **Try and Buy**: deze winkels zijn ingericht met vloeren en toestellen waarop klanten producten kunnen testen. Het gaat bijvoorbeeld om een voetbalveld, klimmuur en fietsparcours. Dergelijke winkels hebben relatief veel meters nodig om naast het 'reguliere sportaanbod' ruimte te kunnen bieden voor try & buy. Voor een deel kan dat ook in de buitenruimte plaatsvinden.
- **Flagshipstores**: deze winkels zijn meestal aan één merk of product gewijd met extra aandacht door bijvoorbeeld speciale reclameacties, muziek, video's en soms ook voor de ontwikkeling van de producten. Ook aanvullende diensten kunnen een plek krijgen Flagshipstores hebben het karakter van een tentoonstellingsruimte in plaats van een traditionele winkel.
- **Conceptstore**: Een concept store is een winkel die is gebaseerd op een bepaalde levensstijl. Het assortiment is vaak niet gebonden aan één segment. Vaak zie je in concept stores een mix van producten (vaak branchevervaging) die aansluiten bij het thema van de winkel. Voorbeeld is een winkel gericht op skateboarders, waar ook (sport) kleding verkocht wordt, passend bij de doelgroep.
- **Aantal gespecialiseerde (sport)merkwinkels**, zoals Adidas Original Store, NikeTown en Cruijff Sports (en ook een Cruijff Court).

- **Aantal specifieke nicheaanbieders**, denk aan hardloopschoeisel, outdoor, specifieke sporten (racefietsen en mountainbikes, wintersport, skates, ruitersport, duiksport, beachwear), eventueel per seizoen wisselend.
- **Feyenoord Fan Shop:** de Feyenoord Fan Shop is onlosmakelijk verbonden met het nieuwe stadion en Feyenoord City (nu gevestigd in het Maasgebouw naast De Kuip).

Een combinatie van bovenstaande vormen biedt goede uitgangspunten voor een sterk en innovatief sportwinkelcluster. Voor alle losse onderdelen geldt dat ze regionaal, maar beter nog landelijk toonaangevend zijn om een uniek aanbod te bieden aan Rotterdammers, inwoners van de regio en bezoekers van daarbuiten.

Referenties grootschalig sportretail

- **Amsterdam-Zuidoost**: Naast het voetbalstadion zijn twee grote sportzaken gevestigd. Het gaat om Decathlon (circa 2.900 m² wvo) en Perry Sport (circa 1.800 m² wvo).

- **Tilburg Stappegoor**: op deze locatie nabij het stadion van Willem II zijn drie sportwinkels met in totaal 4.000 m² te vinden: Wilkin Sports (sportartikelen), John's Sportshop (golf- en wintersport) en Sportief (outdoor).

Bron foto's: Bureau Stedelijke Planning en Prince Projecten

5.5 BEHOEFTE AAN CONVENIENCE RETAIL (FOOD)

KWANTITATIEVE BEHOEFTE

Naast sportdetailhandel zijn er in Feyenoord City ook mogelijkheden voor convenience retail (food), voor de nieuwe bewoners, verblijvers en bezoekers van Feyenoord City. Daarom is ook een distributieve berekening gemaakt voor dagelijkse detailhandel (levensmiddelen en persoonlijke verzorging).

Het directe potentieel aan inwoners is op termijn voldoende groot om een reguliere supermarkt te rechtvaardigen. Echter, met onder meer de Vuurplaat, Keizerswaard en Beijerlandselaan zijn er diverse winkelgebieden in de omgeving met een volwaardig supermarktaanbod. In Feyenoord City zijn alleen gemakwinkels (convenience retail) voorzien, en geen reguliere supermarkt.

In de berekening[22] is uitgegaan van een relatief lage koopkrachtbinding van 35%. Dit impliceert dat de nieuwe bewoners slechts 35% van de dagelijkse boodschappen besteden in Feyenoord City, en de rest (65% of € 11,5 miljoen per jaar) elders, vooral in de direct omliggende winkelgebieden. **Het is dus nadrukkelijk niet de bedoeling reguliere supermarkten te realiseren in Feyenoord City.** Het is wel van belang dat er een zeker minimumpakket aan convenience retail (food) komt voor:

- toekomstige bewoners, die in Feyenoord City dan terecht kunnen voor hun snelle of vergeten (gemaks)boodschap (voor de weekboodschappen kunnen ze naar omliggende centra); dit (beperkt) aanbod aan dagelijkse voorzieningen is ook noodzakelijk om de afzetkansen van de nieuwe woningen te garanderen, en;
- (toekomstige) bezoekers, die zo een compleet en attractief voorzieningenpakket ter beschikking hebben, daarmee de totale verblijfsduur en bestedingen verhogend.

Het grootste deel van de omzet in dagelijkse detailhandel zal afkomstig zijn van bezoekers van Feyenoord City (aan het stadion, de grootschalige sportretail, de bioscoop, andere attracties en horeca) en werknemers. Deze doelgroepen komen voor to go/convenience food, net niet voor hun reguliere boodschappen. We gaan uit van een koopkrachttoevloeiing van circa € 15 miljoen op jaarbasis, op basis van 7 tot 8 miljoen bezoekers maal een gemiddelde besteding van € 2 per bezoeker. Dit komt neer op een toevloeiing van 71%. In onderstaande distributieve berekening is de distributieve ruimte weergegeven.

PARAMETER	2029
Inwoners Feyenoord City (3.769 woningen * 1,8 gem. huishoudgrootte)	6.784
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.619

[22] Gemakswinkels vormen geen branchegroep bij Locatus, KSO of de Omzetkengetallen. De kengetallen voor de dagelijkse sector zijn als uitgangspunt gebruikt in de berekeningen, omdat deze het dichtst hierbij in de buurt kom.

Bestedingspotentieel in € mln	€ 17,8
Koopkrachtbinding	35%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 6,1
Koopkrachttoevloeiing	71%
Omzet door toevloeiing in € mln (7-8 miljoen bezoekers * € 2)	€ 15,0
Totale bestedingen in € mln	€ 21,3
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 7.604
Haalbaar aanbod in m² wvo (bvo)	**2.800 (3.500 m² bvo)**

TABEL 21 DISTRIBUTIEVE BEREKENING DAGELIJKSE DETAILHANDEL

De distributieve ruimte voor de dagelijkse sector voor Feyenoord City bedraagt **2.800 m² wvo (3.500 m² bvo).** N.B.: Er kan in beginsel een kleine opslag worden gehanteerd voor frequent benodigde niet-dagelijkse detailhandel (zoals bloemist of cadeauwinkel).

KWALITATIEVE BEHOEFTE

Referentie kleinschalige stadssupermarkt

Diverse supermarktorganisaties hebben formules die zich richten op convience: Spar City Stores, Albert Heijn To Go, Jumbo City en COOP Vandaag zijn voorbeelden. Dergelijke winkels vragen in de regel een beperkte oppervlakte van circa 500 m² en zijn op strategische plekken met veel voorbijgangers gevestigd (bijvoorbeeld nabij NS-station) Deze winkels verzorgen niet alleen de inwoners in het directe gebied (die daarnaast ook inkopen blijven doen bij reguliere foodaanbieders), maar door het specifieke aanbod ook werkzame personen en bezoekers in het gebied.

Bron: Bureau Stedelijke Planning

De dienstverlening rondom ons eten maakt nu al meer dan 40% van onze totale bestedingen aan eten en drinken uit. Dit percentage zal de komende jaren naar verwachting alleen maar groeien. Food wordt service[23]. Gemak en blurring zijn daarmee sleutelwoorden. Kleine supermarkten die hier op in spelen zie we opkomen in stedelijke gebieden waar veel mensen wonen, werken, verblijven of passeren. Deze Grab & Go concepten verkopen producten die geschikt zijn voor gebruik/consumptie ter plekke, onderweg of op locatie (thuis, werk, sport). Convenience is een groeimarkt, zowel in aantal als in omzet zullen de gemakswinkels de komende tien jaar groeien[24].

Naast ruimte voor Grab & Go zien we door de grote aantallen nieuwe inwoners, werknemers én bezoekers ook kans voor bijzondere foodconcepten of hybride concepten. Deze mix van horeca, dienstverlening, leisure en/of retail is tevens goed in staat op in te spelen op de trend naar een gezonde levensstijl (voeding, sport en ontspanning). Ook startende ondernemingen en specifieke winkels (geënt op de specifieke toeristische functies in Feyenoord City) die niet direct concurreren met reguliere detailhandel zijn passend. De aantakking van De Strip op het nieuwe treinstation is de aangewezen locatie. Daarmee wordt dit gebied geactiveerd en de vele bezoekers/passanten adequaat bediend.

CONCLUSIE BEHOEFTE DETAILHANDEL

- In de branchegroep Vrije tijd is van de beschikbare distributieve ruimte 11.910 tot maximaal 14.890 m² bvo toe te rekenen aan Feyenoord City. Dit is voldoende om de voorziene detailhandel van de eerste fase toe te voegen (11.300 m² bvo).
- Naast sportgerelateerde retail is er 3.500 m² bvo aan distributieve ruimte voor Grab & Go, bijzondere foodconcepten, hybride concepten en specifieke winkels gericht op de nieuwe bewoners, werknemers en toeristische functie van Feyenoord City.
- Verplaatsing van het bestaande aanbod op de Veranda (12.140 m² bvo) is een randvoorwaarde om kansen te bieden om het gewenste programma in Feyenoord City verder in te vullen. Het aanbod in het gebied wordt daarmee als geheel geoptimaliseerd van een jaren'90 winkelcluster naar een modern sportwinkelcluster waar belevenis centraal staat. Daarmee wordt tevens voorkomen dat er op korte afstand van elkaar twee winkelconcentraties ontstaan. **Verplaatsing van bestaande sportwinkels op de Veranda in de tweede en derde fase is een randvoorwaarde voor het toevoegen van extra nieuwe winkelmeters in Feyenoord City.**
- Het is daarbij van belang dat het aanbod in Feyenoord City (ook als het verplaatsing betreft) afwijkend is van het overige aanbod in de stad. In Feyenoord City zijn straks de paradepaardjes van de winkels/winkelketens gevestigd. Daarin speelt ook mee dat voor sport gerelateerde retail de huidige invloed van internet al groot is en de kwalitatieve invulling van

[23] Rabobank, 2018
[24] FSIN (2018)

winkelmeters verandert. Er is meer en meer behoefte aan Try and Buy, Flagshipstores, Conceptstores, merkspecialisten, nicheaanbieders en op deze locatie natuurlijk ook een Feyenoord Fanshop.
- Tweede randvoorwaarde voor het toevoegen en verplaatsen van winkelmeters in Feyenoord City is de bestemming detailhandel op de Veranda uit het bestemmingsplan te halen. Dat geldt ook voor de winkelmeters die niet in gebruik zijn als sportzaak of andere winkel. In totaal gaat het om 13.000 m² bvo detailhandel (onder de bestemming detailhandel-2[25]), en 8.000 m² bvo PDV (onder de bestemming PDV en gemengd-5).
- In het programma (VKA 2.0) is bij transformatie van de Veranda naar wonen ook nog 1.000 m² detailhandel voorzien. We adviseren die 1.000 m² bvo detailhandel te reserveren voor een convenience supermarkt of te schrappen.
- Naast sportgerelateerde retail is er voldoende marktruimte (indicatief 3.500 m² bvo) voor Grab & Go, bijzondere foodconcepten, hybride concepten en specifieke winkels gericht op de nieuwe bewoners, werknemers en toeristische functie van Feyenoord City.

5.6 RELATIE TOT BESTAANDE DETAILHANDELSSTRUCTUUR

In het vooroverleg met de provincie Zuid-Holland is naar voren gekomen dat de provincie het plangebied niet heeft aangemerkt als bestaande winkelconcentratie als bedoeld in artikel 2.1.4 lid 1 van de verordening. De provincie vraagt scherp in beeld te brengen hoe (toevoeging van) detailhandel op deze plek in relatie staat tot de bestaande detailhandelsstructuur, in het bijzonder de binnenstad, de nabijgelegen winkelstrip aan de Beijerlandselaan en de naastgelegen PDV locatie.

In reactie hierop zou het volgende gesteld kunnen worden[26]:
1. De Veranda is vanaf de start een erkende uitzondering op het provinciaal beleid.[27] Met de verplaatsing van het stadion is ook verplaatsing van sportdetailhandel logisch in het kader van de integrale gebiedsontwikkeling. Er wordt geen precedent geschapen, omdat er geen nieuwe uitzondering wordt gemaakt.
2. Er treden geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten op bij verplaatsingen en opwaardering van sportdetailhandel vanuit de Veranda naar het nieuwe stadion. Er is behoefte aan modernisering en beperkte uitbreiding aan sportdetailhandel in de regio. Feyenoord City c.q. het nieuwe stadion is de meest logische plek om deze behoefte te faciliteren. Het theoretische effect op leegstand voor sportdetailhandel is 3,8% of 2.825 m² bvo. Als er al negatieve

[25] Wanneer deze metrages opgevuld zijn heeft het bestemmingsplan ook nog een wijzigingsbevoegdheid voor extra detailhandel onder de bestemming gemengd-6 van 2.000 m² bvo.
[26] Dit betreft de beknopte samenvatting van een uitgebreidere notitie opgesteld door Rho adviseurs i.s.m. Bureau Stedelijke Planning.
[27] Brief met de reactie van de PPC van de provincie Zuid Holland d.d. 15-1-1998

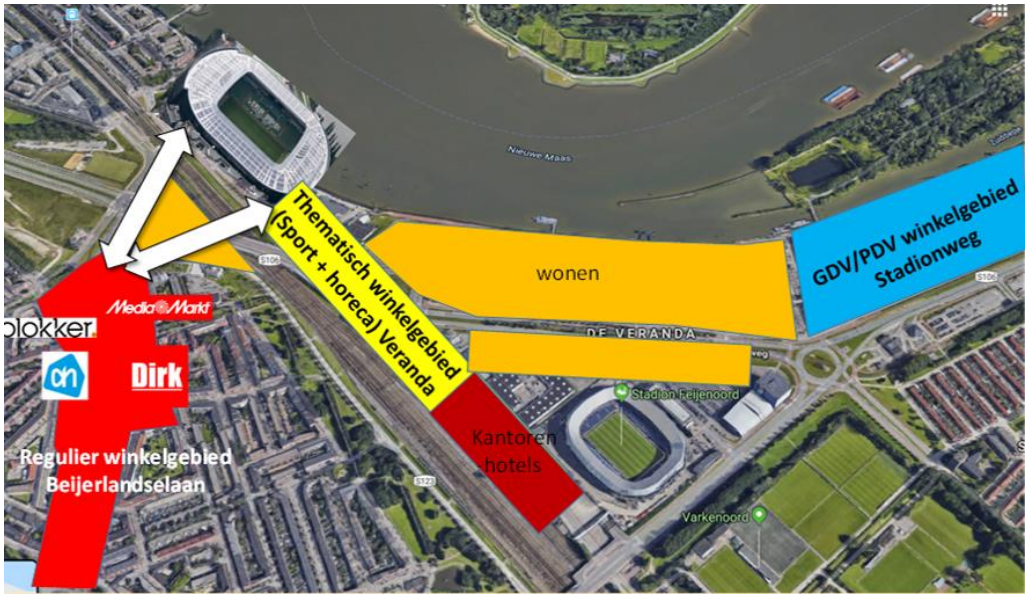
ruimtelijke effecten zijn, dan worden deze snel ingelopen door de het groei van het inwoneraantal in de directe omgeving, de gemeente en de regio.

a. Relatie met Rotterdam Centrum: in het centrum van Rotterdam zijn diverse grotere sportzaken gevestigd (Decathlon, Perry en Daka). De binnenstad van Rotterdam heeft evenwel een dusdanig sterke positie als aankoopplaats in de regio en afwijkend bezoekmotief (recreatief winkelen) dat voor grote vraaguitval niet hoeft te worden gevreesd.
b. Relatie met naastgelegen PDV-locatie Stadionweg: de PDV-locatie Stadionweg is van oudsher ingevuld met bouwmarkten, keuken en badkamerwinkels en meubelzaken (branchegroep In/Om Huis); de Veranda met sportdetailhandel, horeca en leisure. Er is nauwelijks overlap in bezoekmotief. Na verplaatsing en uitbreiding zal dit niet veranderen. De laatste jaren zijn echter Bever en Vervat aan de Stadionweg neergestreken. Daarmee is er meer overlap en de vraag kom top of Bever en Vervat ook niet beter kunnen verplaatsen naar het nieuwe sportdetailhandelscluster aan de Strip.

FIGUUR 19 HUIDIGE SITUATIE (WINKEL)GEBIEDEN BEIJERLANDSELAAN - VERANDA - STADIONWEG
Bron: Rho adviseurs i.s.m. Bureau Stedelijke Planning

c. Relatie met de Beijerlandselaan: de Beijerlandselaan is een langgerekte stedelijke winkelstraat met een breed aanbod van reguliere detailhandel. Momenteel hebben de Beijerlandselaan en de Veranda geen relatie met elkaar of meerwaarde voor elkaar. Door het verplaatsen van de Veranda naar het stadion(gebied) verandert dit. Beide gebieden sluiten dan op elkaar aan, zowel ruimtelijk als functioneel. Mediamarkt die op de kop is gevestigd, met een eigen parkeergarage, vormt dan het scharnierpunt van deze winkelgebieden. Per saldo is er sprake van een positief effect voor beide (winkel)gebieden, omdat ze profiteren van elkaars nabijheid. In de Beijerlandselaan is nauwelijks sportdetailhandel gevestigd (kleinere winkels

van Aktiesport en Sporthuis De Kuip), mede door de nabijheid van de Veranda. Het lijkt dat er voor deze winkels nog steeds bestaansrecht is.



FIGUUR 20 TOEKOMSTIGE SITUATIE (WINKEL)GEBIEDEN BEIJERLANDSELAAN - VERANDA - STADIONWEG
Bron: Rho adviseurs i.s.m. Bureau Stedelijke Planning

3. Er zijn daarnaast ook inhoudelijk zwaarwegende maatschappelijke belangen om zo nodig af te wijken van de verordening, namelijk:
   a. Het nieuwe stadion fungeert als aanjager van de gebiedsontwikkeling.
   b. De verplaatsing van de functies aan de Veranda schept ruimte voor 1.045 nieuwe woningen op een inbreidingslocatie, dringend nodig in het kader van de grote woningbouwopgave vanuit het Nationaal Programma Rotterdam Zuid (NPRZ).
   c. De stadionontwikkeling is een uniek en innovatief concept, met de onlosmakelijke combinatie van stadion-leisure-horeca-sportdetailhandel.
   d. Hiermee wordt het winkelgebied de Beijerlandselaan gekoppeld aan het stadion. Dit draagt bij aan de versterking van de Beijerlandselaan en het realiseren van de doelstellingen uit het NPRZ (zie vorige punt 2.).

Ruimtelijke effecten op de regio

De effecten beperken zich niet Rotterdam; 31% van de omzet in de branchegroep Vrije Tijd is afkomstig van buiten Rotterdam. Echter, het betreft minder dan een derde, en nog belangrijker, deze effecten smeren zich uit over een groot gebied met vele gemeenten, binnen en buiten de Rijnmond (de regio Rijnmond telt alleen al veertien gemeenten inclusief Rotterdam). De ruimtelijke effecten per gemeente zijn daardoor minimaal of verwaarloosbaar, in ieder geval van dien aard dat geen onaanvaardbare leegstand optreedt.

6 BEHOEFTE HORECA

Uitgangspunten programma horeca (VKA 2.0)

In het Masterplan Feyenoord City is op verschillende plekken in het gebied ruimte gereserveerd voor horeca. Er is 5.500 m² bvo (zelfstandige) horeca voorzien in het nieuwe stadion, die ook buiten wedstrijddagen geopend is, en 6.250 m² bvo elders in het plangebied. In totaal gaat het om een ruimtebeslag van maximaal 11.750 m² bvo. De huidige Brasserie (2.450 m² bvo) in het Maasgebouw naast De Kuip zal verdwijnen (gebouw wordt gesloopt). **De netto toevoeging van horeca bedraagt daarmee 9.300 m² bvo** (berekening: 11.750 -/- 2.450). In onderstaande tabel is het programma voor horeca gespecificeerd.

PROGRAMMAONDERDEEL	DEELGEBIED	FASE	M² BVO
Horeca	Stadion	1	5.500
Horeca	Waterfront 1-4	1	2.000
Horeca	De Strip-Noord	1	700
Horeca	De Kuip	2	50*
Horeca	De Strip-Zuid	3	2.500
Horeca	*GD-Veranda*	*3/4*	*1.000*
TOTAAL BRUTO			***11.750***
Onttrekking Brasserie Maasgebouw		*n.v.t.*	*- 2.450*
TOTAAL NETTO			9.300

TABEL 22 PROGRAMMA HORECA
Bron: Projectbureau Feyenoord City, 2019
* Op grond van de exploitatievergunning is momenteel al ruim 2.000 m² bvo horeca toegestaan in de Kuip. Met 2.050 m² bvo horeca voorzien in De Kuip, is de netto toevoeging 50 m².

In het nieuwe stadion is verder 8.177 m² bvo gereserveerd voor congres- en evenementruimten en zijn er nog enkele kiosken gepland, die enkel tijdens de wedstrijden geopend zijn. Deze functies zijn onlosmakelijk onderdeel van het stadion en maken deel uit van de behoefteraming voor het nieuwe stadion (zie hoofdstuk 3), ze worden hier verder niet meegerekend.

In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan horeca onderbouwd. Het volgende tekstblok geeft alvast de conclusies daarvan weer.

Conclusie behoefte Horeca Feyenoord City

- In Rotterdam-Zuid ontstaat tot 2029 behoefte aan 18.650 m² bvo nieuwe horeca als gevolg van de inwoneraanwas en nieuwe bezoekersstromen. Hierbij zal Feyenoord City een groot aandeel kunnen claimen, doordat een groot deel van de inwoners en (nieuwe) attracties/voorzieningen hier landen, met een grote afgeleide horecavraag.
- Specifiek vanuit de (nieuwe) doelgroepen van Feyenoord City zelf (bewoners en bezoekers van voorzieningen) ontstaat alleen al een directe, afgeleide horecavraag van 4.650 tot 6.650 m² bvo. Met gedeeltelijke of gehele verplaatsing vanaf de Veranda neemt de behoefte toe tot 6.400 tot 10.900 m² bvo.
- Het beoogd programma horeca van 9.300 m² bvo past, mits Brasserie Maasgebouw (2.450 m² bvo) wordt onttrokken. (Gedeeltelijke) verplaatsing van de horeca vanaf de Veranda is noodzakelijk om de behoefte te onderbouwen.

6.1 BELEID

Voor horeca is de horecanota van de gemeente Rotterdam (2017-2021) relevant.

Horecanota gemeente Rotterdam (2017-2021)

De Horecanota 2017-2021 geeft invulling aan de visie van Rotterdam ten aanzien van de horeca voor de komende vijf jaar. De belangrijkste aandachtspunten zijn:

- **Gebiedsgerichte aanpak:** in de gemeente Rotterdam kent ieder gebied zijn eigen dynamiek, uitdagingen en ontwikkelopgaven. Vanuit die gedachte wordt de ontwikkeling van de horecasector gebiedsgericht ingevuld. Hiertoe wordt per gebied een horecagebiedsplan opgesteld. De mogelijkheden voor verdere ontwikkeling van horeca zijn gekoppeld aan die lokale visie. Feyenoord-City valt in het gebiedsplan IJsselmonde (zie kader).
- **Gebieden als 'place to be':** een bruisende stad voor bewoners en bezoekers door een aantrekkelijk elkaar versterkend aanbod aan consumentendiensten. Een duidelijk zichtbare trend is de ontwikkeling van gebieden als 'place to be'. Op deze plekken komen verschillende functies samen, die het voor consumenten de moeite waard maken om er te verblijven.
- **Goede relatie met detailhandel en leisure:** in winkelgebieden, in het bijzonder de binnenstad en grote centra, zijn ook de horeca- en leisurefuncties van groot belang. De beleving en aantrekkelijkheid worden juist bepaald door een goede mix van functies, die elkaar versterken. Om die reden is een aantrekkelijk horeca-aanbod als onderdeel van de toekomstbestendige winkelgebieden vaak zeer wenselijk.

Horecagebiedsplan 2017-2019 IJsselmonde
In het horecagebiedsplan IJsselmonde wordt specifiek gerefereerd aan Feyenoord-City. De belangrijkste aandachtspunten zijn:

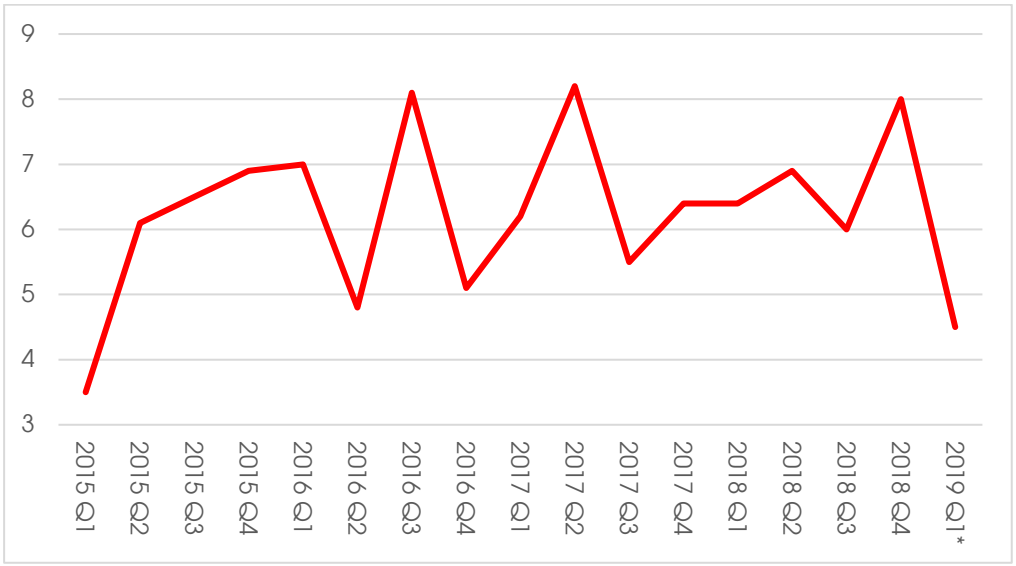
- Met Feyenoord City ontstaan er in het gebied volop kansen voor ondernemers. Er is veel ruimte voor commerciële activiteiten op het gebied van retail, horeca en recreatie.
- In de fase van planvorming van Feyenoord City zal het huidige horecabestand niet uitbreiden, om te voorkomen dat de ontwikkeling van Feyenoord City wordt bemoeilijkt. Zodra de plannen concreter zijn, zal worden gekeken welke ontwikkelingen mogelijk zijn.

Bron: Horecagebiedsplan IJsselmonde 2017-2019

6.2 DE VRAAG NAAR HORECA

TOENEMENDE VRAAG NAAR HORECA[28]

- **Horeca is een groeisector**: de omzet van Nederlandse horecazaken is sinds 2011 elk jaar toegenomen, zowel van logiesverstrekking als van eet- en drinkgelegenheden. Voor 2019 wordt een omzetgroei van ruim 6% verwacht. De verwachting is dat deze groei zich de komende jaren doorzet.



FIGUUR 21 OMZETONTWIKKELING HORECA 2015 - 2019 (2015 = 100)
Bron: CBS, kwartaalmonitor horeca, 2019 *2019 is verwacht

[28] Diverse bronnen waaronder: Rabobank, sectorprognoses 2018; ABN Amro, Fastfood groeit door in 2018, 1 maart 2018; NOS, Opnieuw zet Amerikaanse foodketen voet op Nederlandse bodem, april 2017

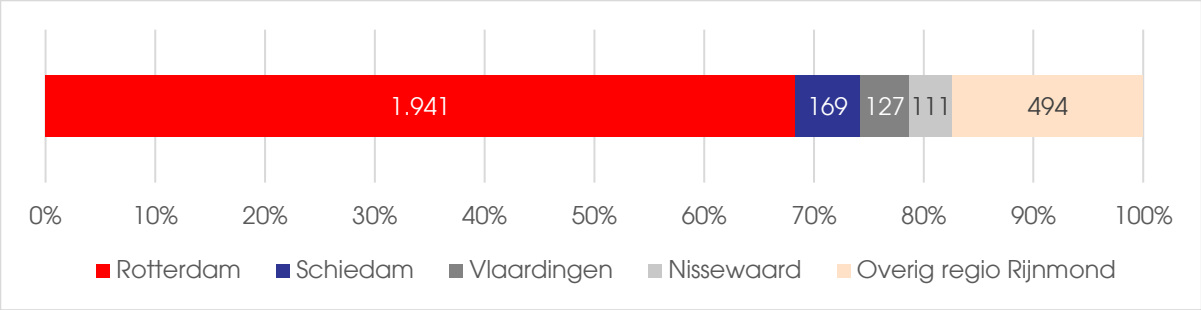
- **Sterke groei in aanbod en diversiteit in steden**: in steden is het aanbod en de diversiteit aan horeca sterk groeiend. Doordat consumenten inmiddels zo'n zes eetmomenten op een dag hebben, in plaats van de traditionele vier eetmomenten, wordt er vaker buitenshuis geconsumeerd. Dit resulteert vooral in de behoefte aan snel en gemakkelijk (kant en klaar-) eten. Dit komt vooral fastfood- en fastcasual ketens ten goede.
- **Vernieuwing, blurring** (binnen en buiten de sector): horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Verder is er ook binnen de sector van vervaging sprake. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Zo zijn er verschillende dag-horecagelegenheden die 's nachts de tafels aan de kant zetten voor een feestje. Hostel King Kong in Rotterdam heeft bijvoorbeeld tevens een openbaar toegankelijke koffiebar.
- **Schaalvergroting, ketenvorming**: deze ontwikkeling vindt op twee manieren plaats. Zo is er sprake van ketenvorming én succesvolle concepten die verschillende vestigingen met hetzelfde concept openen. De schaal hierin is divers, van internationaal (Starbucks) tot op een lager schaalniveau, met enkele vestigingen in het land. Daarnaast is er ook minder zichtbare ketenvorming. Succesvolle ondernemers starten vestigingen met verschillende namen en een iets afwijkende concepten.
- **Opkomst fastcasual**: grootschalige horeca en 'fast-casual' concepten zijn in opkomst in Nederland. Fast-casual concepten worden veelal door grootschalige ketens ontwikkeld, bieden eetgelegenheden met een restaurant-kwaliteit product met een duidelijk concept, snelle service en scherpe pricing. Deze (vaak) grootschalige horeca concepten vestigen veelal op high traffic locaties in de grote steden en langs de snelwegen. Voorbeelden van restaurants met een 'fast-casual' concept zijn Wagamama, Sumo, Salsa Shop en Happy Italy. Specifiek voor de fastfoodsector zijn steeds meer nieuwe ketens de weg richting Europa aan het zoeken, met name fastfoodrestaurants. Het aantal fastfood-restaurants in Nederland heeft dan ook de afgelopen jaren een sterke groei doorgemaakt (+11%). Zo hebben het Amerikaanse Five Guys Burgers and Fries, TGI Fridays, Dunkin Donuts en Pizza Hut grote uitbreidingsplannen in ons land.

6.3 HET AANBOD HORECA

HUIDIGE AANBOD HORECA >>

Regio Rijnmond

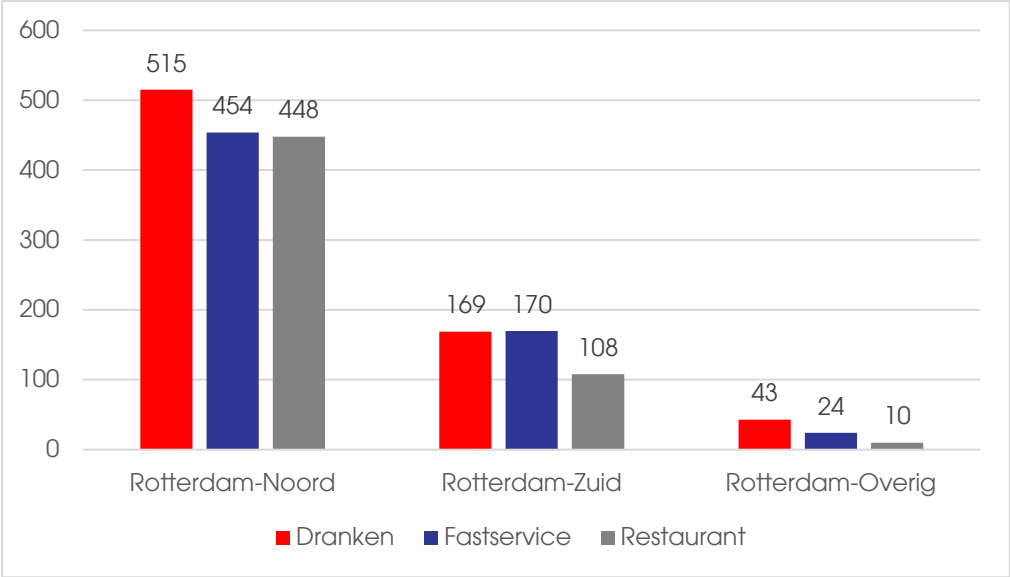
In de regio Rijnmond zijn ruim 2.800 horecagelegenheden gevestigd. Het gros van het aanbod (68%) is gevestigd in de gemeente Rotterdam. Overige gemeenten met een horecaconcentratie zijn de gemeenten Schiedam (6%), Vlaardingen (4%) en Nissewaard (4%). In de gemeenten in de overige regio Rijnmond is 18% van het aanbod gevestigd.



FIGUUR 22 HORECA-AANBOD REGIO RIJNMOND
Bron: HorecaDNA, 2019

Gemeente Rotterdam en Rotterdam-Zuid

- In de gemeente Rotterdam zijn meer dan 1.900 horecagelegenheden gevestigd. Gezamenlijk hebben zij een verkoopvloeroppervlakte (vvo) van ruim 198.000 m².
- Het gros van het aanbod betreft horeca in de sector dranken (37%). Het overige aanbod bestaat uit de sectoren fastservice (33%) en restaurants (29%). In bijlage 2 is het horeca-aanbod in de gemeente Rotterdam uitgesplitst naar deelsector.
- In Rotterdam-Zuid[29] is 23% (447 vestigingen) van het totale aanbod in de gemeente Rotterdam gevestigd. Het gros betreft horeca in de deelsectoren dranken (38%) en fastservice (38%). Het overige aanbod bestaat uit restaurants (24%).
- In bijlage 4 is het horeca-aanbod uitsplitst naar deelsector in Rotterdam-Zuid op de kaart weergegeven.

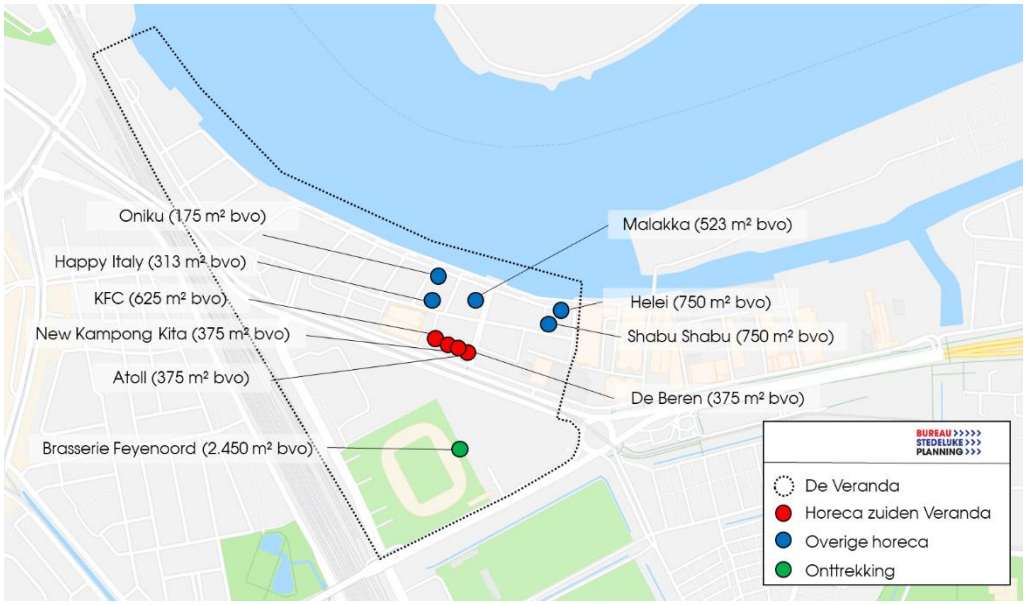


FIGUUR 23 HORECA-AANBOD IN DE GEMEENTE ROTTERDAM
Bron: HorecaDNA, augustus 2019

[29] Dit betreft de postcodegebieden: 3071 t/m 3089, dus exclusief de kernen Hoogvliet, Pernis en Rozenburg en de industriegebieden Botlek, Vondelingenplaat, Europoort/Maasvlakte

Horecaconcentratie op de Veranda

- In de directe nabijheid van de projectlocatie, op de Veranda, zijn tien horecagelegenheden gevestigd met een totaal oppervlakte van 6.711 m² bvo.[30]
- Het aanbod in dit gebied is relatief fors. Het drijft voor een groot deel op de bezoekers van het stadion en de bioscoop. Beide functies gaan verplaatsen naar Feyenoord City. Het is logisch (een deel) van de horeca mee te verplaatsen.
- De horecagelegenheid 'Brasserie Feyenoord' van ca. 2.450 m² bvo (groene stip in de kaart van figuur 24) wordt bij herontwikkeling van De Kuip in ieder geval onttrokken aan de voorraad. Daarmee resteert een oppervlakte van ca. 5.400 m² bvo horeca op de Veranda.
- Voor Feyenoord-City gaan we uit van een tweetal scena rio's: alleen de verplaatsing van de horeca in de panden van het zuidelijk deel van de Veranda (in de panden die met hun rug naar de Stadionweg liggen; rood gekleurd in onderstaande afbeelding; 1.750 m² bvo) of verplaatsing van alle horeca vanaf de Veranda (rood en blauw gekleurd in onderstaande afbeelding; circa 4.260 m² bvo).



FIGUUR 24 HORECA-AANBOD ROTTERDAM-DE VERANDA (IN M² BVO AFGEROND)
Bron: Horeca DNA, bewerking Bureau Stedelijke Planning

TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGEN: ROTTERDAM-ZUID

Voor een beeld van de plancapaciteit zijn bestemmingsplannen waar relatief veel horeca is vergund als uitgangspunt genomen. In Rotterdam-Zuid zijn dat winkelcentrum Zuidplein en Katendrecht.

[30] Horeca DNA, 2019 (uitgaande van een vvo/bvo verhouding van 80%-100%)

- In winkelcentrum Zuidplein is maximaal 5.000 m² bvo aan horeca bestemd. Hiervan is momenteel 3.350 m² bvo aan horeca in gebruik. In totaal is nog 1.650 m² horeca mogelijk.[31]
- Bij de herontwikkeling van Katendrecht tot woongebied is ruimte gereserveerd voor horeca in de plinten. In het bestemmingsplan is voor de gronden met bestemmingen gemengd-1 en gemengd-2 maximaal 5.500 m² bvo aan horeca mogelijk.32

In totaal gaat het om 7.200 m² bvo harde plancapaciteit. We verwachten echter niet dat alle mogelijk gemaakte horecameters daadwerkelijk gerealiseerd worden. Er is immers sprake van een gemengde bestemming waardoor ook andere functies mogelijk zijn. Voor een deel is sprake van een 'Plek', oftewel in het bestemmingsplan is ruimte voor horeca, maar er is geen concreet initiatief. We noemen dit ook wel de niet-relevante harde plancapaciteit.

Aangezien we enkel naar bestemmingsplannen hebben gekeken waar relatief veel horeca is vergund, gaan we voor Rotterdam-Zuid voorzichtigheidshalve uit van een maximale plancapaciteit van 7.200 m² bvo.

6.4 DE BEHOEFTE AAN HORECA

KWANTITATIEVE BEHOEFTE

De kwantitatieve horecabehoefte berekenen we aan de hand van een distributieve berekening voor Rotterdam-Zuid. Hiervoor zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- **Inwoners**: Momenteel telt Rotterdam-Zuid 204.937 inwoners. De verwachting is dat dit aantal zal toenemen naar 214.624 inwoners in 2030.
- **Besteding per inwoner**: Dit betreft de gemiddelde horecabesteding per hoofd van de Nederlandse bevolking. In 2018 bedroeg dit € 623,81, dit betreft de meest actuele data[33].
- **Besteding per huishouden (gecorrigeerd voor inkomen)**: Omdat het inkomen van inwoners van Rotterdam-Zuid gemiddeld 24% lager ligt dan het landelijke gemiddelde, liggen de horecabestedingen naar verwachting ook een stuk lager. Het gecorrigeerde bestedingspotentieel voor de inwoners van Rotterdam-Zuid ligt, na correctie met een prijselasticiteit van 0,5, op € 547,60. De bestedingen worden naar de toekomst constant verondersteld.
- **Koopkrachtbinding**: De koopkrachtbinding betreft het aandeel dat aan horeca besteed wordt in Rotterdam-Zuid. Hierbij gaan we uit van een binding van 55%. Dit betekent dat van elke euro die inwoners van Rotterdam-Zuid besteden aan horeca, 55 eurocent terecht komt in

[31] Ruimtelijkeplannen.nl, 2018; Rotterdam Hart van Zuid, Distributieve toets en effecten uitbreiding retailprogramma, juli 2015
[32] Ruimtelijkeplannen.nl; bestemmingsplan Katendrecht-Pols
[33] Gemiddeld geeft een Nederlander jaarlijks €623,81 uit in de horeca (drankensector, fastservicesector en restaurantsector, op basis van Foodstep en CBS Statline, 2018)

Rotterdam-Zuid zelf. De rest vloeit af, waarschijnlijk vooral naar de rest van Rotterdam.

- **Koopkrachttoevloeiing**: In Rotterdam-Zuid zijn de bestedingen van overige doelgroepen, zoals toeristen, werknemers en andere bezoekers (bijvoorbeeld van het stadion of de bioscoop) van groot belang voor de horeca. We schatten dat deze doelgroepen goed zijn voor 25% van de totale omzet in de horecasector in Rotterdam-Zuid. De toevloeiing zal toenemen tot 35% door de groei van de huidige bestaande voorzieningen (stadion en bioscoop) en de komst van onder andere nieuwe attractie(s), evenementen, detailhandel en maatschappelijke voorzieningen.
- **Huidig aanbod Rotterdam-Zuid**: In 2019 bedroeg het totale horecametrage in Rotterdam-Zuid 60.401 m² bvo. Op basis van de normatieve vloerproductiviteit (€ 1.258 per m² bvo[34]) genereert dit € 76 miljoen aan horeca omzet.

De totale marktruimte betreft 5.017 m² bvo in de huidige situatie. **Tot 2030 betreft de uitbreidingsruimte voor Rotterdam-Zuid 18.650 m² bvo**. Het is aannemelijk dat niet al deze ruimte, maar een aanzienlijk deel, kan worden toebedeeld aan Feyenoord City. Omdat Feyenoord City wel een belangrijke, dan wel niet de belangrijkste, nieuwe attractie gaat worden binnen Rotterdam-Zuid, achtten we het toebedelen van ten minste de helft van de marktruimte hieraan als redelijk.

VRAAG		
1: INWONERS ROTTERDAM-ZUID		
	Huidig	2029
Inwoners Rotterdam-Zuid (CBS, 2018)	204.937	214.624
Besteding horeca per inwoner (Foodstep, CBS, 2018)	€ 623,81	€ 623,81
Bestedingspotentieel incl. inkomenscorrectie prijselasticiteit 0,5 (€ mln)[35]	€ 547,60	€ 547,60
Bestedingspotentieel (€ mln)	€ 112,2	€ 117,5
Koopkrachtbinding Rotterdam-Zuid	55%	55%
Gebonden bestedingen inwoners Rotterdam-Zuid (€ mln)	€ 61,7	€ 64,6
2. TOEVLOEIING ROTTERDAM-ZUID		
	Huidig	2029
Koopkrachttoevloeiing Rotterdam-Zuid	25%	35%
Omzet door toevloeiing (€ mln)	€ 20,6	€ 34,8
TOTALE VRAAG ROTTERDAM-ZUID (€ MLN)	€ 82,3	€ 99,4

[34] Jaarlijkse omzet horecasector €10.718 mln. (Foodstep, 2018) / totale metrage horeca 8.521.781 m² bvo (6.817.425 m² vvo) (HorecaDNA, 2018)
[35] Berekening: ((((19.350/25.600) – 1) * 0,5) * € 623,81) + € 623,81. Inkomen betreft 2017 (CBS)

AANBOD		
	Totaal	
Huidig horeca-aanbod Rotterdam-Zuid (in m² bvo)	60.401	
Normatieve vloerproductiviteit (omzet per m² bvo)	€ 1.258	
TOTALE OMZET HORECA ROTTERDAM-ZUID, IN MLN (2029)	€ 76	
MARKTRUIMTE (2019 – 2029)		
	Huidig	2029
Marktruimte in € (vraag-aanbod)	€ 6,3	€ 23,5
Uitbreidingsruimte (in m² bvo) (afgerond)	**5.000**	**18.650**

TABEL 23 DISTRIBUTIEVE BEREKENING MARKTRUIMTE HORECA ROTTERDAM-ZUID (2019-2029)

TOENEMENDE HORECAVRAAG VANUIT DOELGROEPEN FEYENOORD CITY

De doelgroepen die in het gebied Feyenoord City wonen en verblijven zorgen samen voor een grote behoefte aan horeca. De komende jaren zal dit alleen nog maar gaan toenemen, door 1) de komst van nieuwe inwoners, 2) de toename van bezoekers van de bestaande voorzieningen, en 3) de toename van bezoekers door de komst van nieuwe functies en voorzieningen.

Ad 1. Bewoners Feyenoord City

In Feyenoord City zullen tot 2029 circa 3.400 inwoners komen te wonen[36]. Deze inwoners zullen extra horecavraag met zich meebrengen. Uitgaande van een gemiddelde jaarlijkse horecabesteding van € 623,81[37] per inwoner en een hoger inkomen van 25%[38] bedraagt het bestedingspotentieel van inwoners uit Feyenoord City circa € 2.386.000 (na een correctie van 0,5[39]). We schatten in dat 50% van het potentieel wordt besteed bij de horecavestigingen in Feyenoord City, wat neerkomt op € 1.193.000. Uitgaande van de gemiddelde vloerproductiviteit van een horecavestiging van € 1.258 per m² bvo[40] **resulteert dit in een horecabehoefte van circa 948 m²** vanuit de bewoners van het gebied zelf. De horeca in Feyenoord City zal echter niet alleen voor de inwoners van het eigen gebied, maar voor heel Rotterdam en Rotterdam-Zuid een functie gaan vervullen. Daarom is het aannemelijk dat de behoefte in de praktijk een stuk hoger uit zal vallen.

Ad 2. Extra vraag vanuit bestaande voorzieningen

Het stadion en de bioscoop vormen in de huidige situatie de belangrijkste klantenbasis voor de bestaande horeca op en rond de Veranda. De twee

[36] Zie voetnoot **Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**
[37] Gemiddeld geeft een Nederlander jaarlijks €623,81 uit in de horeca (drankensector, fastservicesector en restaurantsector, op basis van Foodstep en CBS Statline, 2018)
[38] We verwachten dat de inwoners van Feyenoord City gemiddeld 25% meer verdienen dan de gemiddelde Nederlander. Zie kopje kwalitatieve behoefte hierna voor een uitgebreidere toelichting.
[39] Berekening: € 623,81 + (25% * 0,5 * €623,81) = € 701,79 * 3.400 inwoners =
[40] Jaarlijkse omzet horecasector €10.718 mln. (Foodstep, 2018) / totale metrage horeca 8.521.781 m² bvo (6.817.425 m² vvo) (HorecaDNA, 2018)

voorzieningen trekken samen op jaarbasis de meeste bezoekers in het gebied, namelijk 2,8 miljoen (de Kuip een miljoen en Pathé 1,8 miljoen). De voorzieningen zullen in Feyenoord City fors toenemen in omvang. Hierdoor zullen ze in de toekomst nog meer bezoekers gaan trekken: de Kuip naar schatting 1,5 miljoen en de Pathé twee miljoen. Van deze toename zullen ook de overige voorzieningen, zoals de sportwinkels, profiteren. De toename van bezoekers heeft daardoor ook een positieve invloed op de horecabehoefte.

De toename van 25% (700.000 bezoekers) in het stadion en de bioscoop vormt het uitgangspunt voor de groei van de horecabehoefte in het gebied c.q. voor de verdere uitbreiding van het aanbod. Het huidige aanbod op de Veranda en de Boulevard kan worden beschouwd als toereikend voor de huidige horecabehoefte. Met de bezoekerstoename van 25% kan worden gesteld dat de vraag naar horecameters met hetzelfde percentage zal toenemen. Uitgaande van de huidige horeca-omvang van 6.711 m² bvo zal de behoefte stijgen naar 8.389 m² bvo. **Dit komt neer op een toename van de horecabehoefte met 1.678 m² bvo**.

Ad 3. Nieuwe functies en voorzieningen

Ten slotte kan ook worden gekwantificeerd wat de extra behoefte aan horeca zal zijn met de komst van de overige nieuwe voorzieningen. Dit zijn een of meerdere attracties, evenementen, nieuwe detailhandel en maatschappelijke voorzieningen. We gaan daarbij uit van 1,5 miljoen extra bezoekers. Op basis van inwonerequivalenten en de gemiddelde dekking in Nederland **is behoefte aan circa 2.033 m² bvo horeca**[41]. Dit is de minimale behoefte. Omdat veel van deze bezoekers met een leisuremotief naar Feyenoord City komen, is de behoefte aan horeca (veel) groter, indicatief gaat het om het dubbele (4.000 m² bvo).

	DOELGROEP	MINIMAAL M² BVO	MAXIMAAL IN M² BVO
1	Behoefte (nieuwe) inwoners Feyenoord City	948	948
2	Extra behoefte door groei bezoekers bestaande voorzieningen	1.678	1.678
3	Extra behoefte door nieuwe functies en voorzieningen	2.033	4.000
	Totaal vraag nieuwe horeca (afgerond)	**4.650**	**6.650**
	Verplaatsing vanaf Veranda	1.750	4.260
	Totaal inclusief verplaatsing (afgerond)	**6.400**	**10.900**

TABEL 24 BEHOEFTE HORECA 2029 FEYENOORD CITY NAAR DOELGROEP
*verplaatsing van horecavestigingen in de strip bij de bioscoop **verplaatsing van alle horeca De Veranda

[41] Berekening: 1,5 miljoen / 365 = 4.110 inwonerequivalenten. 4.110 / 10.000 * 23,9 (gemiddelde dekking per 10.000 Nederlanders) = 9,8 horecavestigingen. 9,8 vestigingen * gemiddeld 207 m² bvo = 2.033 m² bvo

Conclusie kwantitatieve behoefte Horeca

In totaal is tot 2029 kwantitatieve ruimte voor het toevoegen van 4.650 tot 6.650 m² bvo nieuwe horeca, ervan uitgaande dat Pathé verplaatst en vergroot en zich nieuwe attractie(s) in Feyenoord City vestigen (met aan afgeleide horecavraag). Met de verplaatsing vanaf de Veranda neemt de behoefte toe tot 6.400 tot 10.900 m² bvo (gedeeltelijke of gehele verplaatsing). Dit betreft enkel de extra horecavraag die ontstaat vanuit het gebied zelf. Omdat de horeca in Feyenoord City een functie gaat vervullen voor heel Rotterdam-Zuid (en daarbuiten), zal de behoefte in de praktijk nog hoger kunnen uitvallen. Tot 2029 bestaat er naar verwachting ruim voldoende marktruimte om het totale netto toevoeging van 9.300 m² bvo te motiveren, mits de bestaande horeca vanuit de Veranda in zijn geheel of grotendeels wordt verplaatst.

KWALITATIEVE BEHOEFTE >>

Het is te verwachten dat ook (het profiel van) de nieuwe bewoners én (nieuwe) bezoekers van Feyenoord City zullen bijdragen aan additieve horecabestedingen, en daarmee ook de vraag naar extra horecameters:

- **Bewoners**. Een groot deel van het woonprogramma bestaat uit middeldure en dure (huur)woningen. Mensen met een hoger inkomen geven gemiddeld meer uit aan horeca. Daarnaast bestaat circa 75% van het woonprogramma uit appartementen, waardoor er een relatief groot aandeel kleinere huishoudens komen te wonen. Eenpersoonshuishoudens kiezen over het algemeen vaker voor gemak en tijdswinst met betrekking tot eten[42].
- **Werknemers**. In de buurt Oud IJsselmonde, waar Feyenoord City gelegen is, zijn momenteel 3.500 mensen werkzaam. Er is in totaal een netto toevoeging van 10.875 m² bvo kantoorruimte voorzien in Feyenoord City (zie hoofdstuk 8). Uitgaande van ons eerdere onderzoek[43] komt dit neer op circa 550 extra werknemers. Deze werknemers zullen zorgen voor een extra horecabehoefte.
- **Toerisme.** Rotterdam heeft een explosie meegemaakt als het gaat om het aantal toeristen dat naar de stad is gekomen. Sinds 2017 is het toeristenhoofdstad nummer 2 in Nederland. In 2018 had de stad 1,3 hotelgasten en 2,1 miljoen hotelovernachtingen, een stijging van respectievelijk 15% en 17% ten opzichte van 2017[44].
- **Zakelijk toerisme.** Ook groeit het zakelijk toerisme in Rotterdam. De helft van de hotelovernachtingen bestond uit deze doelgroep. De zakelijke toerist bezoekt congressen en evenementen in de regio. Omdat er in het

[42] https://fsin.nl/actueel/nieuws/497/bestedingen-aan-directe-consumptie-grootste-groeimarkt-2018
[43] Uit ons eerder onderzoek bleek het volgende: *Het gemiddelde ruimtegebruik per werknemer van kantoorbanen in de provincie Noord-Holland ligt momenteel volgens het PBL (2017) op 22 m². Onder invloed van 'het nieuwe werken' is dit metrage flink gedaald. Wij verwachten echter dat de grootste daling inmiddels achter de rug is. Allereerst omdat veel organisaties het nieuwe werken al hebben geïntroduceerd. Maar ook omdat het nieuwe werken in de crisis is gebruikt als bezuinigingsmaatregel. Nu het economisch voor de wind gaat, is de noodzaak tot minder ruimte per werknemer minder groot. Naast ruimtebesparende ontwikkelingen is hiermee ook sprake van tegengestelde ontwikkelingen (behoefte aan meer vergaderruimten, ontmoetingsruimten etc.). Vanwege deze ontwikkelingen, gaan wij uit van een kantoorquotiënt voor de komende periode van 20 m² per werknemer.*
[44] https://evr010.nl/toerisme-in-rotterdam-blijft-groeien/

stadion van Feyenoord veel ruimte wordt gemaakt voor zalen(verhuur) is de verwachting dat dit ook veel (internationale) evenementen en congressen, en daarmee ook zakelijke toeristen, trekt. Dit is gunstig voor de horeca in Feyenoord City, omdat het gemiddelde bestedingspatroon van de zakelijke reiziger hoger ligt dan van de vrijetijdstoerist[45].

Het toevoegen van horeca draagt bij aan de versterking van de positie van Feyenoord City en de ruimtelijk-functionele structuur van het gebied. Daarbij zijn de volgende zaken van belang:

- Aantrekkelijke horeca draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven en daarmee aan het concurrentieprofiel van het gebied.
- Het toevoegen van horeca is in lijn met de landelijke trends en ontwikkelingen. De vraag naar horeca is de afgelopen jaren flink toegenomen en de omzetten stijgen al 6 jaar op rij. De verwachting is dat er ook de komende jaren kansen blijven bestaan:
  - Door de veranderende samenstelling in huishoudens en het doorbreken van traditionele leefpatronen, zal de consument meer en meer op andere plekken en tijdstippen willen consumeren.
  - Door die andere keuzes van consumenten zijn ‘food-to-go’-concepten in opkomst. Deze bevinden zich op locaties met heel veel traffic, zoals stations, winkelcentra en luchthavens. Dit heeft als gevolg dat ‘fast-casual’ fastfoodconcepten met restaurantservice en –kwaliteit in opkomst zijn.
  - Tijdens een avondje uit is consumentengedrag hybride: consumenten laten zich verleiden door ófwel zoveel mogelijk tegen een scherpe prijs (all you can eat), ófwel door een uniek product (belevingsconcept) met een meerprijs.
  - Steeds meer gemeentes stimuleren horeca om de leefomgeving aantrekkelijker te maken, onder meer door ruimere openingstijden en het flexibiliseren van de regelgeving in de horeca.
- In het gebied is het aanbieden/toevoegen van (grote) horecaconcepten nodig om de piekbelasting tijdens wedstrijddagen aan te kunnen. Bij grote concepten gaat het om horecazaken van circa 1.000 m² bvo.
- In het stadion kan de horeca in combinatie met hospitality (meetings en events) ingezet worden en vice versa. Ook daarmee kan piekbelasting worden opgavangen. Tevens delen beide concepten bijvoorbeeld de keukens e.d..
- Aansluiting bij het sportconcept van Feyenoord City biedt kansen. Het gaat dan bijvoorbeeld om themahoreca in de vorm van een zogenaamde sportsbar.
- Het verdient aanbeveling om Rotterdams en Neerlands trots te omarmen en lokale ondernemerskracht te mobiliseren. Het gaat bijvoorbeeld om: Bram Ladage, Schmidt Zeevis, Fenix Food Factory en Ketelbinkie.

[45] https://www.events.nl/nieuws/groei-zakelijk-toerisme-rotterdam-houdt-aan

O'LEARYS SPORTSBAR & RESTAURANT
Bron: LG Bussiness Solutions

VOORBEELD FASTCASUAL CONCEPT (LUMEE)
Bron: Lumeestreet.com

7 BEHOEFTE HOTEL & WELLNESS

Uitgangspunten programma hotel & wellness (VKA 2.0)

In het Masterplan Feyenoord City is ruimte gereserveerd voor een tweetal hotels en wellness/spa-faciliteiten. In totaal gaat het om een ruimtebeslag van maximaal 19.750 m² bvo. In dit hoofdstuk zijn beide functies aan de criteria van de Ladder getoetst.

In een eerdere quick scan door Bureau Stedelijke Planning naar de marktbehoefte Retail en Leisure Feyenoord City (september 2016) is geadviseerd om 19.750 m² bvo aan hotel en wellness toe te voegen.

PROGRAMMAONDERDEEL	DEELGEBIED	FASE	M² BVO
Feyenoord Hotel (200 kamers)	Waterfront	1	11.000
Economy Hotel (75 Kamers)	De Kuip	2	3.750
Wellness / Spa	De Kuip	2	5.000
Totaal			**19.750**

TABEL 25 PROGRAMMA HOTEL & WELLNESS
Bron: Projectbureau Feyenoord City, 2019

In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan hotel & wellness onderbouwd. Het onderstaande tekstblok geeft alvast de conclusies daarvan weer.

Conclusie behoefte Hotel & Wellness Feyenoord City

- In de gemeente Rotterdam is tot 2029 marktruimte voor het toevoegen van 421 (extra) hotelkamers.
- De gemeente Rotterdam heeft in haar beleid kerngebieden aangewezen waar hotelontwikkelingen gewenst zijn. Feyenoord City is niet opgenomen in één van deze kerngebieden. Het beleid is namelijk vastgesteld voordat de ontwikkeling bekend was.
- Uitgaande van het kwalitatieve toetsingskader zijn hotels echter wel passend in Feyenoord-City. Enerzijds zorgen beide hotels voor meer diversiteit en kwaliteit (beoogd zijn Feyenoord Hotel inclusief wellness en Economy Hotel). Anderzijds biedt de hotelontwikkeling een duidelijke meerwaarde voor de gebieds- en locatieontwikkeling.

- Er is voldoende behoefte voor de ontwikkeling van twee hotels inclusief wellness. Het maximale programma van 19.750 m² bvo is haalbaar.

7.1 BELEID

- De gemeente Rotterdam heeft een Toetsingskader voor hotelontwikkelingen opgesteld.[46] Het toetsingskader dient als instrument voor de gemeente om hotelinitiatieven op kwaliteit te beoordelen en het maakt zo duidelijk welke plannen ze wil faciliteren.
- In het beleid geeft de gemeente door middel van een ruimtelijk kader aan in welke delen van Rotterdam hotelontwikkelingen gewenst zijn en in welke gebieden niet of minder. Daarvoor heeft de gemeente verschillende kerngebieden gehanteerd.[47] Het meest kansrijk zijn hotelontwikkeling in de binnenstad, gevolgd door Kop van Zuid, Ahoy en Hoek van Holland. Overige gebieden zijn minder kansrijk.
- Feyenoord City is niet opgenomen in één van deze kerngebieden. Het beleid is echter vastgesteld vóór de ontwikkeling bekend was. Daardoor is het ruimtelijk kader verouderd en behoeft het een actualisering.
- De gemeente heeft ook een kwalitatief toetsingskader opgesteld. Hierin zijn twee kwaliteitscomponenten onderscheiden:
  - **Markttechnisch:** het hotel biedt meerwaarde voor de stad omdat het zorgt voor meer diversiteit en kwaliteit in het hotelaanbod waardoor Rotterdam aantrekkelijker wordt voor meerdaagse bezoekers en/of het vestigingsklimaat wordt versterkt.
  - **Ruimtelijk-economisch:** een hotel biedt meerwaarde voor een gebieds-/locatieontwikkeling. Deze meerwaarde is voor Feyenoord City zeker aan de orde.

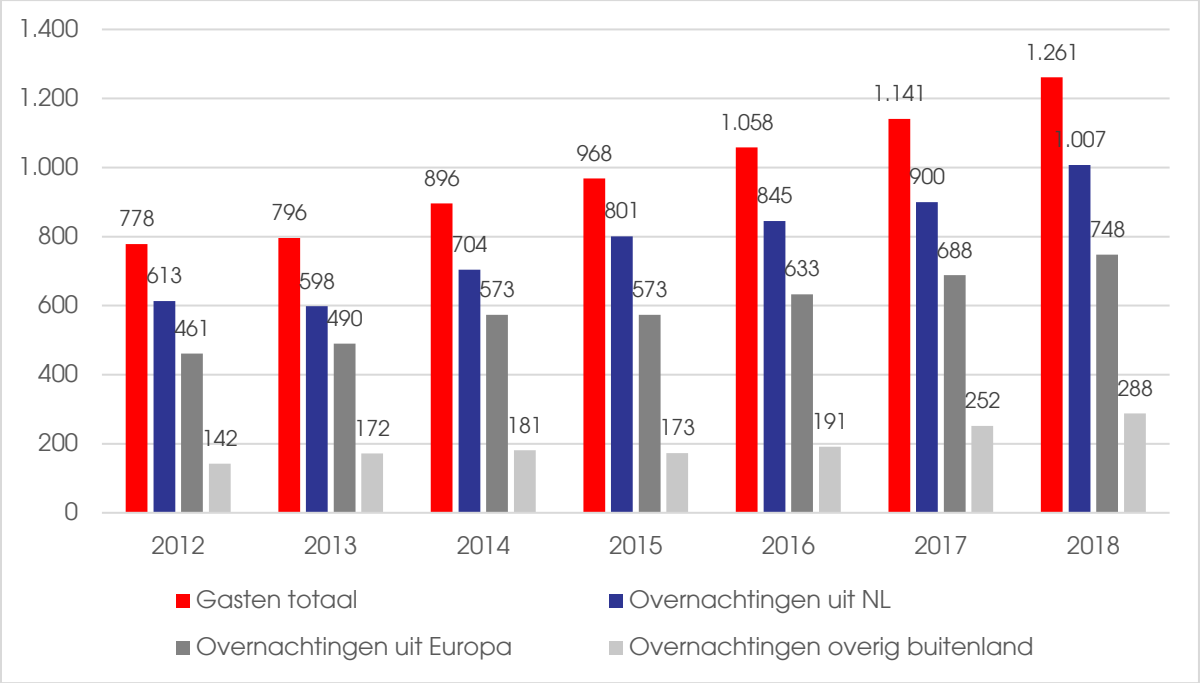
7.2 DE VRAAG NAAR HOTELS & WELLNESS

HOTELS: TOERISME ROTTERDAM IN DE LIFT >>

- Het toerisme in Rotterdam blijft groeien. Binnen de regio Rijnmond staat de stad dan ook met kop en schouders bovenaan. Tussen 2012 en 2018 is het aantal hotelgasten in Rotterdam toegenomen met 62% (landelijk: 41%).[48]

[46] Toetsingskader Hotelinitiatieven Rotterdam, gemeente Rotterdam; 1 december 2015
[47] Kerngebieden voor hotels zijn: (1) Binnenstad/centrum (2) Kop van Zuid (3) Ahoy/Zuidplein en omgeving (4) Rotterdam The Hague Airport (5) Overig Rotterdam waaronder Hoek van Holland, havengebied en snelweglocaties (waaronder Alexandrium).
[48] CBS, 2019

- De toenemende interesse in Rotterdam is zowel nationaal als internationaal. Tussen 2012 en 2018 groeide het aantal overnachtingen van gasten uit Nederland met 64%, gasten uit Europa (exclusief Nederland) met 62% en gasten uit het overige buitenland met 103%.
- Rotterdam groeit ook als zakelijke bestemming. Ruim de helft van het aantal hotelgasten kwam vanwege zaken naar de stad. Het aantal congressen nam ook toe.[49]



FIGUUR 25 ONTWIKKELING AANTAL GASTEN EN OVERNACHTIGNEN IN ROTTERDAM
Bron: CBS, 2019

Bezettingsgraden en REVPAR (opbrengst per kamer)

- De bezettingsgraad van hotels in de regio Rotterdam heeft zich de afgelopen jaren goed ontwikkeld. In 2013 tot 2015 lag de gemiddelde bezettingsgraad op 65,1% en de gemiddelde kamerprijs op € 85.
- Voor hotels in de Stadsregio Rotterdam was 2017 een absoluut top jaar. De bezettingsgraden stegen naar 73,9% en de gemiddelde kamerprijs naar € 93. De REVPAR[50] (opbrengst per kamer) ligt in de regio Rotterdam hoger dan in de rest van Nederland (exclusief Amsterdam en Schiphol).

[49] https://www.events.nl/nieuws/groei-zakelijk-toerisme-rotterdam-houdt-aan
[50] Revenue per available room, oftewel opbrengst per kamer (berekening: bezettingsgraad * gemiddelde kamerprijs) bron: Hosta, 2017

	BEZETTINGS-GRAAD	GEMIDDELDE KAMERPRIJS	REVPAR
Stadsregio Rotterdam	73,9%	€ 93	€ 69
Nederland	77,2%	€ 120	€ 87
Nederland (excl. A'dam en Schiphol)	72,0%	€ 91	€ 65

TABEL 26 FUNCTIONEREN HOTELS IN DE STADSREGIO ROTTERDAM IN 2017
Bron: Hosta Report, Horwarth HTL, 2018

WELLNESS: MEER NEDERLANDERS NAAR DE SAUNA

- **Bezoekparticipatie:** In de periode 2010-2016 is de bezoekparticipatie met maar liefst 38,5% toegenomen. Steeds meer Nederlands maken gebruik van de sauna. Uit de meest recente cijfers blijkt dat 10,4% van de Nederlandse bevolking in 2016-2017 minimaal één of meerdere keren per jaar een sauna heeft bezocht. Dit komt neer op circa 1,8 miljoen saunabezoekers in Nederland.[51]
- **Bezoekfrequentie:** Gemiddeld gaan Nederlandse saunabezoekers, 8,9 keer per jaar naar de sauna (bezoekfrequentie). Dit is een lichte daling ten opzichte van 2010 (10,3 keer per jaar). Nederlands gaan dus gemiddeld minder vaak naar de sauna. Kortom: steeds meer Nederlanders maken gebruik van de sauna, maar gaan gemiddeld wel minder vaak.
- De koopmoeitebereidheid van bezoekers van wellnesscentra is gemiddeld 35 tot 50 minuten.[52] De koopmoeitebereidheid geeft aan hoe lang een bezoeker bereid is te reizen voor een bezoek. In het hele verzorgingsgebied tot 50 autominuten wonen circa 4,8 miljoen inwoners. Hiervan wonen in totaal 1,3 miljoen inwoners in de regio Rijnmond.
- Ervan uitgaande dat 10,4% van de inwoners uit het totale verzorgingsgebied minimaal één keer per jaar een bezoek aan een wellnesscentrum brengt, zijn dat bijna 500.000 bezoekers. Deze bezoekers brengen in totaal gemiddeld 4,4 miljoen[53] keer een bezoek aan een wellnesscentra. Daarnaast is er ook enige toevloeiing te verwachten van toeristen uit overige delen van Nederland, Europa of overig buitenland.

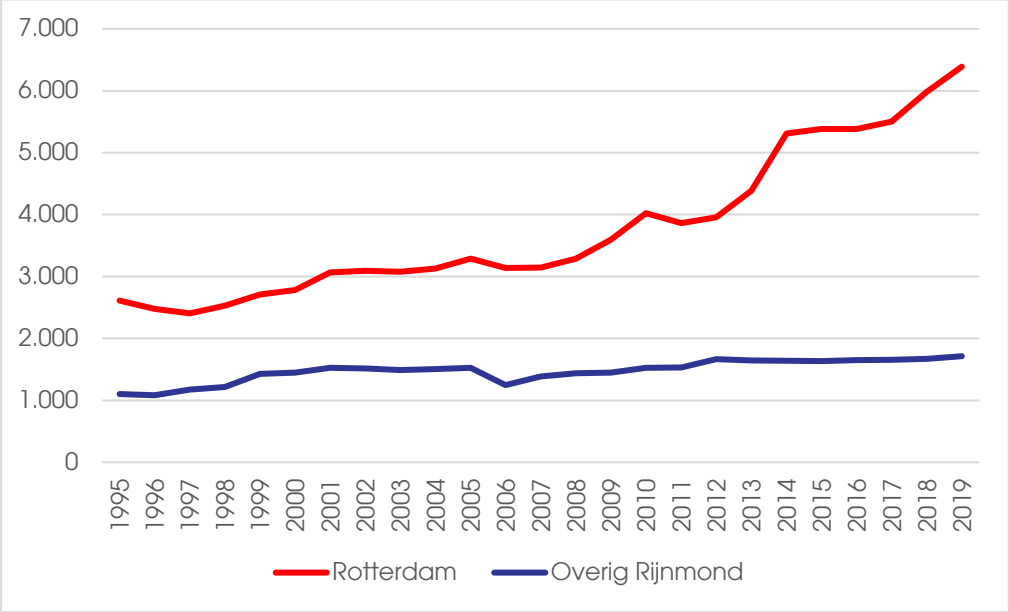
[51] Van Spronsen, Het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek, 2017
[52] Heavy users (meer dan 40 bezoeken per jaar) zijn bereid 36 minuten te rijden. Light users (1-12 bezoeken per jaar) zijn bereid 47 minuten te rijden.
[53] Berekening: 500.000 (saunabezoekers) * 8,9 (bezoekfrequentie)

7.3 HET AANBOD VAN HOTELS & WELLNESS

HOTELS

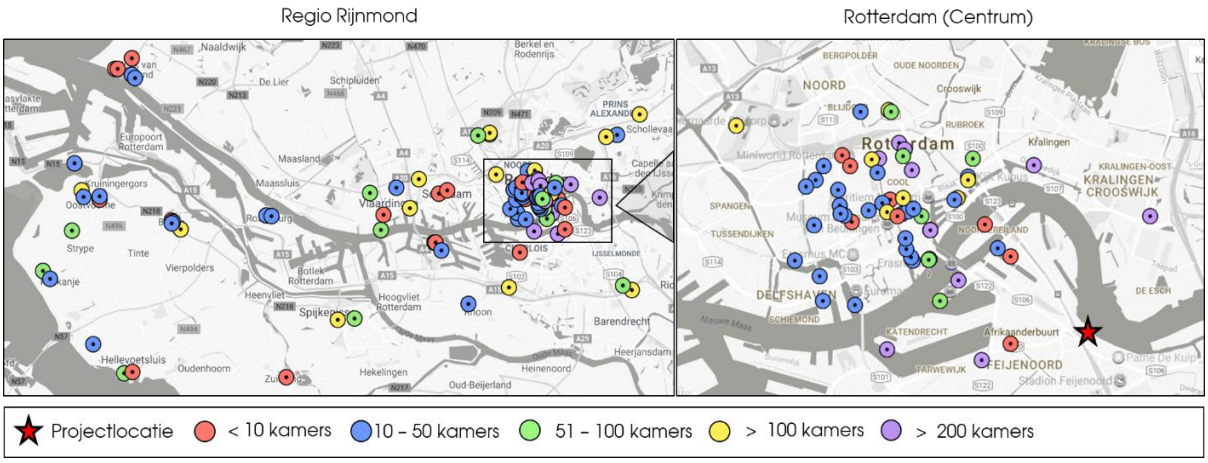
Ontwikkeling en huidige aanbod

- Tussen 1995 en 2017 is het kameraanbod in de gemeente Rotterdam meer dan verdubbeld. Met name vanaf 2012 was er sprake van een sterke groei. In de overige regio Rijnmond is het aanbod gestegen met 54%.
- Momenteel zijn in de regio Rijnmond 107 hotels gevestigd met in totaal 7.340 hotelkamers. Hiervan zijn 77 hotels gevestigd in de gemeente Rotterdam (72% van het aanbod). Deze Rotterdamse hotels zijn goed voor 77% van het totale kameraanbod in de regio.



FIGUUR 26 ONTWIKKELING AANTAL HOTELKAMERS 1995-2019
Bron: HorecaDNA, database 2019; bewerking Bureau Stedelijke Planning

- Hotels in de gemeente Rotterdam zijn met gemiddeld 75 hotelkamers, bovengemiddeld groot In overig regio Rijnmond zijn hotels met gemiddeld 55 kamers iets kleiner. Het landelijk gemiddelde ligt op 38 kamers per hotel.
- De meeste hotels in Rotterdam liggen in en rond het centrum. De grotere hotels (meer dan 100 kamers) bevinden zich veelal in de directe omgeving van het centraal station of langs belangrijke ontsluitingswegen.



FIGUUR 27 HOTELAANBOD REGIO RIJNMOND EN ROTTERDAM (CENTRUM)
Bron: HorecaDNA, 2018; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Toekomstige aanbod

Voor het toekomstige aanbod zijn de hotels in aanbouw en de relevante harde plancapaciteit (nieuwbouwproject of uitbreidingsproject en mogelijk in het bestemmingsplan) van Rotterdam en omgeving in kaart gebracht. In totaal gaat het om minstens 1.743 nieuwe kamers.

TYPE	AANTAL KAMERS
In aanbouw	380
Relevante harde plancapaciteit (project en mogelijk in bestemmingsplan)	1.363
Totaal relevante plancapaciteit	**1.743**

FIGUUR 28 RELEVANTE HARDE PLANCAPATEIT HOTELS ROTTERDAM EN OMGEVING

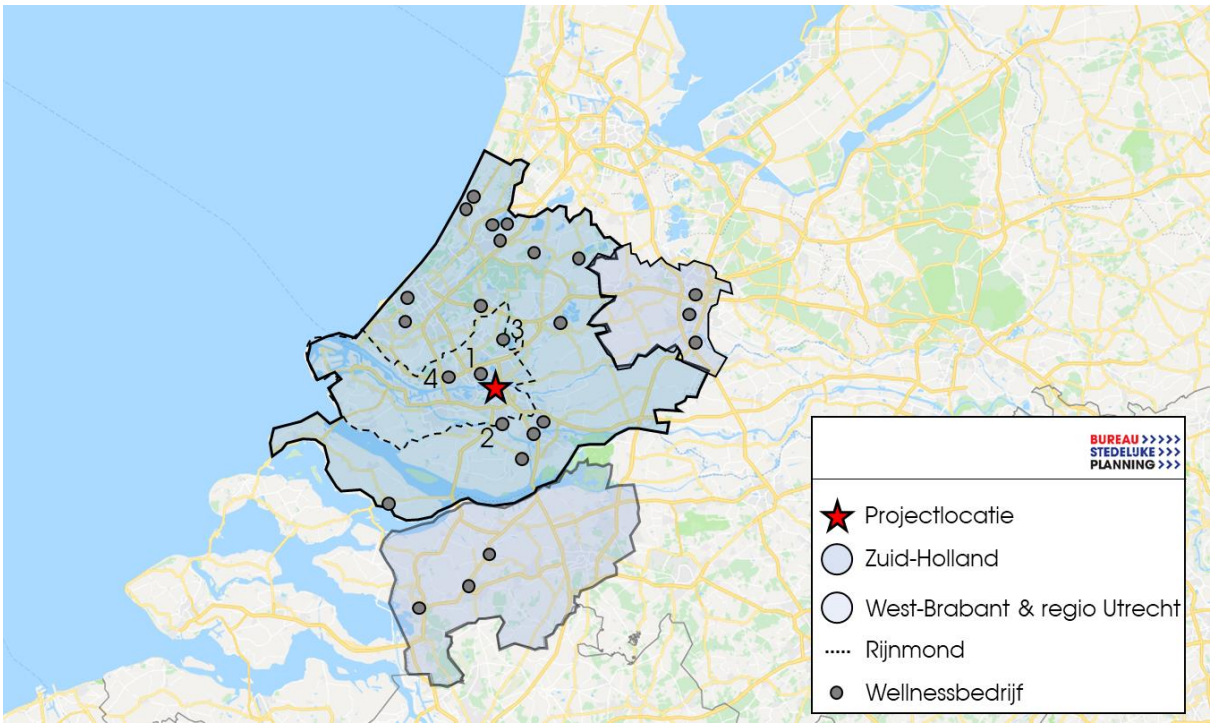
In de gemeente Rotterdam zijn **1.263 hotelkamers voorzien in zes hotels**. De grote plannen betreffen de ontwikkelingen nabij Ahoy (250 kamers), The One aan Blaak 22-24 (250 kamers) en het Kimpton Hotel bij het Post gebouw aan de Coolsingel (231 kamers). Ook buiten Rotterdam zijn plannen voor de bouw van nieuwe hotels. Meest relevant zijn het Van der Valk in Schiedam (179 kamers) en het Schiehotel bij Europscoop Schiedam (schatting van ca. 300 kamers).

WELLNESS >>

- Er zijn naar schatting 140 tot 150 (middel-) grote openbare wellnesscentra in Nederland.[54] Daarvan zijn er 20 gevestigd in de provincie Zuid-Holland. Daarmee heeft de provincie Zuid-Holland een wellnessdichtheid van 0,56 per 100.000 inwoners. Dit is fors lager dan het landelijk gemiddelde van 0,84.[55]

[54] Fitnessbedrijven en zwembaden met saunafaciliteiten, spa's en thermen enkel gericht op behandelingen (massages, (gezichtsbehandeling, pedicure etc.), hotels met wellness exclusief toegankelijk voor hotelgasten, privé-sauna's, gay-sauna's en alle overige bedrijven die sauna bieden als nevenactiviteit, zijn niet meegenomen.
[55] Van Spronsen, Het wellnesscentrum in beeld, 2015

- In de regio tot 50 autominuten[56] zijn momenteel 26 openbare wellnesscentra gevestigd, waarvan 20 in de provincie Zuid-Holland en drie in zowel de regio West-Brabant als regio Utrecht.
- In de regio Rijnmond zijn vier wellnessbedrijven gevestigd. De grootste wellnesscentra (meer dan 10 cabines) liggen in Bleiswijk (circa 18 kilometer afstand) en Schiedam (circa 20 kilometer afstand).



FIGUUR 29 AANBOD WELLNESS TOT 50 AUTOMINUTEN VAN DE PROJECTLOCATIE
Bron: BRT achtergrondkaart, Van Spronsen, 2015; bewerking Bureau Stedelijke Planning

NR	NAAM	PLAATS	LIGGING	CATEGORIE[57]	AFSTAND*
1	Spa & Wellness Hammam	Rotterdam	Stedelijk	Klein	8 km
2	Thermen Barendrecht	Barendrecht	Buitengebied	n.b.	14 km
3	Elysium	Bleiswijk	Recreatieplas	Landelijk	18 km
4	Thermen Holiday	Schiedam	Stedelijk	Landelijk	20 km
OVERIG (RAND RIJNMOND)					
Thermen Bodyland		*Zwijndrecht*	*Stedelijk*	*n.b.*	*15 km*
Thermen Papendrecht		*Papendrecht*	*Stedelijk*	*n.b.*	*16 km*
Centre Du Lac		*Pijnacker*	*Rand-stedelijk*	*n.b.*	*27 km*
Spa Gouda		*Gouda*	*Stedelijk*	*n.b.*	*28 km*

[56] Dit betreft grofweg de gehele provincie Zuid-Holland, COROP gebied West-Brabant en regio Utrecht (gemeenten IJsselstein, Lopik, Montfoort, Nieuwegein, Oudewater, Utrecht, Vianen en Woerden)
[57] Klein: 1-2 cabines; Middel: 3-4 cabines; Groot: 5-9 cabines; Landelijk: 10+ cabines.

Thermen Binnenmaas	's-Gravendeel	Buitengebied	Middel	23 km
Sauna Cleopatra	Oude-Tonge	Industriegebied	Klein	44 km

TABEL 27 WELLNESS EN SAUNABEDRIJVEN DIRECTE OMGEVING
Bron: inventarisatie Bureau Stedelijke Planning *via google maps (autoafstand)

7.4 DE BEHOEFTE AAN HOTELS & WELLNESS

BEHOEFTE HOTEL >>

Kwantitatieve toets hotel

Voor de kwantitatieve behoefte van hotels zoomen we in op Rotterdam. Circa 79% van het huidige aanbod in de regio Rijnmond is in de stad gevestigd. De huidige en toekomstige behoefte aan hotels in Rotterdam is afhankelijk van twee componenten:

- **De autonome vraag/behoefte naar hotelkamers**, op basis van het huidig aanbod, de huidige bezettingsgraad en te verwachten groei van de economie[58] en (daarmee) het aantal overnachtingen.
- **De vervangingsvraag** als gevolg van veroudering (en onvoldoende mogelijkheden voor vernieuwing), faillissement, opvolgingsproblematiek en transformatie naar andere functies zoals bijvoorbeeld (tijdelijke) migrantenhuisvesting.

In tabel 29 zijn de uitkomsten van de kwantitatieve toets weergegeven. In bijlage 5 is de volledige berekening opgenomen.

PARAMETER	UITKOMST
Benodigde extra kamercapaciteit 2029	929
Vervangingsvraag nieuwe kamercapaciteit 2019-2029	755
Totale behoefte extra kamercapaciteit	**1.684**

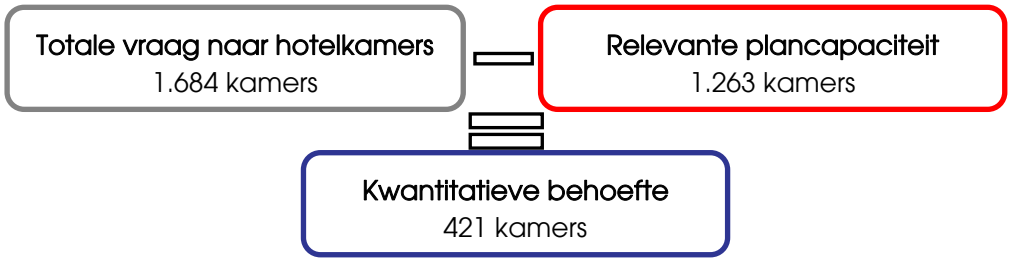
TABEL 28 UITKOMSTEN BEHOEFTERAMING HOTELS ROTTERDAM

Kwantitatieve behoefte hotel

Voor het bepalen van de behoefte is de relevante plancapaciteit van belang. Er zijn in totaal zes hotel initiatieven die ook mogelijk (zijn gemaakt) in bestemmingsplannen (zie ook paragraaf 7.3 en 2.3) met een gezamenlijke capaciteit van 1.263 kamers.

Als de extra vraag naar hotelkamers geconfronteerd wordt met de harde relevante plancapaciteit resteert een kwantitatieve behoefte van 421 kamers. De 250 kamers in Feyenoord City passen binnen deze behoefte.

[58] Er is rekening gehouden met een voorzichtige economische groei.



Kwalitatieve behoefte

Hotelgasten kiezen hun hotel voornamelijk vanwege de locatie, de functie en het concept. Het aantal sterren dat een hotel heeft is minder belangrijk. Er zijn twee hotels voorzien, die in kwalitatief opzicht onderscheidend zijn van elkaar:

FEYENOORD HOTEL (200 KAMERS)

- Het Feyenoord hotel zal zich richten op het Casual Luxury segment (moderne hoogwaardige hotels voor een betaalbare prijs). Prijzen variëren van circa € 60 oplopend tot € 150 per nacht.
- Dergelijke hotels zijn veelal aangesloten bij grote (inter)nationale ketens en bedienen zowel de toeristische als zakelijke markt.
- Gericht op een hoge verblijfskwaliteit met aanvullende faciliteiten die een zichtbare bijdrage leveren aan het verblijf. Potentieel interessant zijn horeca (ontbijtzaal, café-bar, restaurant met kwalitatief goed eten), moderne congres- en vergaderfaciliteiten en aanvullende faciliteiten als fitness en wellness.

ECONOMY HOTEL (75 KAMERS)

- Gericht op doelgericht verblijf, zeer scherp geprijsd (vanaf € 30 tot € 70 per nacht).
- Budgethotels liggen vaak in (hoog)stedelijke gebieden bij belangrijke vervoersknooppunten (snelweg, luchthavens of grotere trein- en metrostations).
- Bedienen vooral de toeristische markt. De kamers zijn basic ingericht en er zijn weinig aanvullende faciliteiten die het verblijf veraangenamen. Budgethotels zijn zowel zelf opererend als aangesloten bij een hotelketen.
- De doelgroep is divers. Van jongeren tot (jong)volwassenen.

	• Het Economy hotel in Feyenoord City sluit goed aan bij de diverse sport gerelateerde functies in het gebied.

TABEL 29 HOTELCONCEPTEN FEYENOORD-CITY
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Beide hotels bedienen een andere markt. Het Feyenoord hotel richt zich zowel op zakelijke als toeristische markt. Het segment richt zich op luxe voor een betaalbare prijs. Het Economy hotel richt zich specifiek op een overnachting en is zeer scherp geprijsd. Beide hotels dragen bij het toeristische profiel van de stad en de (internationale) bekendheid van Feyenoord.

Hotel Football, Manchester (UK)

Direct naast het Old Trafford stadion van Manchester United staat Hotel Football. Dit viersterren hotel met 133 kamers is geheel doorgestyled in het voetbalthema. Naast de hotelkamers is er een restaurant met 185 zitplekken, een café, verschillende congres- en vergaderzalen en een shop.

Bron: The Guardian, 12 maart 2015; website Hotel Football

BEHOEFTE WELLNESS

Kwantitatieve behoefte

De wellnessdichtheid in de regio Rijnmond blijft met 0,32 bedrijven per 100.000 inwoners achter bij de provinciale, regionale (tot 50 autominuten) en landelijke dichtheid. In de regio Rijnmond is er dan ook, mede gezien het feit dat het aantal inwoners in de regio nog verder zal toenemen, de nodige uitbreidingsruimte voor wellness.

	AANTAL WELLNESS	AANTAL INWONERS	DICHTHEID
Rijnmond	4	1.262.714	0,32
Zuid-Holland	20	3.709.900	0,54
Regio tot 50 automin.	26	4.905.700	0,53
Nederland	142	17.081.507	0,83

TABEL 30 WELLNESSDICHTHEID RIJNMOND
Bron: Van Spronsen; CBS; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Kwalitatieve behoefte

- Binnen het plangebied Feyenoord-City is 5.000 m² bvo aan wellness voorzien. Dergelijke metrages passen bij landelijk opererende saunabedrijven met een groot verzorgingsbereik, zie ook bijlage 5. Veelal beschikken deze wellnessbedrijven over de nodige buitenruimte (tuin, ligweide, buitencabines en baden).
- Voor Feyenoord-City is, gezien de ligging in een hoogstedelijke omgeving, een stadswellness beter passend. Voor stadswellness ligt een combinatie met een hotel voor de hand. In Nederland zijn reeds verschillende voorbeelden van binnenstedelijke wellnessbedrijven (zie kader wellnessresort Leiden).
- Met een beoogde stadswellness (in combinatie met hotel) is het concept onderscheidend aan het huidige aanbod in de regio Rijnmond (aanbieders met veel buitenruimte, zonder hotel).

City Resort Leiden

City Resort Leiden ligt direct aangrenzend aan het Centraal Station in de binnenstad van Leiden. Het complex beschikt over een viersterren hotel met 117 hotelkamers, een restaurant op de bovenste verdieping, een congres en fitnesscentrum en een volwaardig luxe beauty- en wellnessresort.

Het wellnessresort ligt op de elfde verdieping en beslaat circa 3.500 m² bvo aan verschillende (panorama) sauna's, baden, rust- en relaxruimtes, een zonnedek en een restaurant. Naast Leiden zijn er ook vestigingen van City Resorts in Helmond, Roosendaal, Sittard, Goes en Mill.

Bron: City Resort Leiden

CONCLUSIE >>

- De beoogde 275 hotelkamers zijn zowel vanuit kwantitatief als kwalitatief oogpunt goed te motiveren.
- Voor het Feyenoord Hotel is de combinatie met stadswellness zeer wenselijk. Een grootschalig stadswellnessconcept inclusief hotel ontbreekt nog in de stad én regio. Daarbij is het toevoegen van 5.000 m² bvo wellness in combinatie met hotel passend bij een grootstedelijk gebied als Rotterdam.

8 BEHOEFTE KANTOREN

Uitgangspunten programma VKA 2.0

In totaal is 23.200 m² bvo kantoren opgenomen in het programma voorkeursalternatief 2.0. Er wordt door de herontwikkeling van het gebied 8.825 m² bvo aan de markt onttrokken. De netto toevoeging bedraagt daarmee 14.375 m² bvo. Daarnaast bestaat in het huidige bestemmingsplan Olympus nog 3.500 m² onbenutte plancapaciteit. Feitelijk betekent dit dat **10.875 m² bvo kantoorruimte** onderbouwd dient te worden aan de criteria van de Ladder.

PROGRAMMA	FASE	M² BVO
Totaal bruto		23.200
Onttrekking markt		*-8.825*
Plancapaciteit BP Olympus		-3.500
Totaal netto		10.875

TABEL 31 PROGRAMMA KANTOREN
Bron: Projectbureau Feyenoord, 2019

In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan kantoren onderbouwd. Het onderstaande tekstblok geeft alvast de conclusies daarvan weer.

Conclusie behoefte Kantoren Feyenoord City

- Er bestaat in Rotterdam een behoefte aan ca. 422.000 tot 814.000 m² kantoorruimte tot 2029.
- Naar kantoorruimte op stationslocaties (exclusief grootstedelijke toplocaties) bestaat in Rotterdam een behoefte van ca. 126.000 tot 363.000 m².
- Het programma van (de netto toevoeging van) ca. 10.875 m² kantoorruimte in Feyenoord City past binnen de Ladderruimte.

8.1 ONDERZOEKSGEBIED KANTOREN

Voor de berekening van de behoefte voor kantoren richten we ons op de gemeente Rotterdam, met name omdat de kantorenmilieus hier een heel ander karakter hebben dan in omliggende gemeenten. Deze worden vooral gekenmerkt door het hoogstedelijke karakter, de goede multimodale bereikbaarheid en het uitgebreide pakket aan voorzieningen. Hierdoor trekt ook een gebied als Feyenoord City een ander type kantoorgebruiker aan dan kantorenlocaties in omliggende gemeenten.

8.2 BELEID

De belangrijkste beleidsgegevens op provinciaal, regionaal en lokaal niveau voor de kantorenmarkt in Rotterdam zijn als volgt:

- In de Verordening Ruimte (2019) stelt de provincie Zuid-Holland dat een bestemmingsplan kan voorzien in nieuwe kantoren binnen de *invloedsfeer* van de concentratielocaties voor kantoren met treinhalte en binnen de *begrenzing* van de concentratielocaties voor kantoren zonder treinhalte. Als uitzondering op deze algemene regels geldt onder meer het opnieuw bestemmen van een vigerende kantoorbestemming voor zover passend in een actuele regionale visie die is aanvaard door gedeputeerde staten.
- Uit de Behoefteraming Kantoren Zuid-Holland (2018) blijkt dat op locaties rondom intercitystations in Rotterdam meer ruimte moet komen voor moderne kantoorruimte.
- De regiogemeenten van de MRDH reduceren tot 2023 bijna 1.000.000 m² kantoorruimte ten opzichte van januari 2017 (verdunnen en verlagen). Dit gebeurt grotendeels buiten de grootstedelijke toplocaties, tenzij blijkt dat overloop noodzakelijk is vanwege onoplosbare tekorten op de grootstedelijke locaties (MRDH, Strategie Werklocaties 2019-2030).
- Op andere dan grootstedelijke toplocaties kan binnen de MRDH alleen uitbreiding plaatsvinden indien de gemeente de behoefte en locatiegeschiktheid aantoont door (1) een gebiedsvisie die de kwalitatieve meerwaarde aangeeft ten opzichte van naburige locaties in dezelfde locatietypologie, en/of (2) door een concrete nieuwe gebruiker of uitbreidingsruimte ten behoeve van een bestaande gebruiker. Wanneer er sprake is van uitbreiding van plancapaciteit voor kantoorruimte van meer dan 1.000 m², dan verzorgt de MRDH regionale afstemming over de planvorming (MRDH, Strategie Werklocaties 2019-2030).
- In de Nota Kantoren van de gemeente Rotterdam (mei 2019) is naast de belangrijkste toekomstbestendige vestigingsgebieden voor kantoren een aantal toplocaties voor specifieke doelgroepen aangewezen, waaronder Feyenoord City. In deze gebieden wordt alleen een positief advies afgegeven voor plannen waarmee de kantorenvoorraad wordt uitgebreid als de AV-ratio[59] lager is dan 10%; dit is het geval voor Feyenoord City.

8.3 DE VRAAG NAAR KANTOREN

KWANTITATIEVE BEHOEFTE KANTOREN

De toekomstige vraag naar kantoren is berekend op basis van de ontwikkeling van de werkgelegenheid (netto vraagtoename) en op basis van de historische opname (optelsom van nettovraag en verplaatsingsvraag) van kantoren.

[59] De balans tussen aanbod en vraag.

Berekening vraag kantoren op basis van ontwikkeling werkgelegenheid

Groeiscenario op basis van ontwikkeling werkgelegenheid

- In Rotterdam waren in 2018 ca. 110.800 banen in kantoorhoudende sectoren[60].
- Het PBL (2017) hanteert twee scenario's voor de economische ontwikkeling in Nederland tot 2030: het scenario Hoog en het scenario Laag. Het scenario Hoog gaat voor de komende periode uit van een groeipercentage van de werkgelegenheid in Rijnmond van ca. 1,0% per jaar. In het scenario Laag groeit de werkgelegenheid in Rijnmond tot 2030 met ca. 0,4%.
- Opvallend is echter dat de kantoorhoudende werkgelegenheid in Rotterdam in de afgelopen tien jaar met 14% is toegenomen. Deze groei deed zich voor ondanks de zwaarste economische crisis sinds de Tweede Wereldoorlog. Daarom achten wij het groeiscenario van het PBL te voorzichtig voor de komende periode.
- Gezien de positieve verwachting voor de economie gaan wij uit van een groei die in lijn ligt met de afgelopen periode: een jaarlijkse groei van 1,4%.
- Dit betekent een toename van ca. 16.800 banen in kantoorhoudende sectoren tot 2029.

Kantoorquotiënt

Het gemiddelde ruimtegebruik per werknemer in Rijnmond ligt volgens het PBL (2017) op 22 m² verhuurbaar kantooroppervlak (vvo). Onder invloed van 'het nieuwe werken' is dit metrage wel licht gedaald. Wij verwachten echter dat de grootste daling inmiddels achter de rug is omdat veel organisaties het nieuwe werken al hebben geïntroduceerd. Bovendien is het nieuwe werken in de crisis vaak gebruikt als bezuinigingsmaatregel. Nu het economisch beter gaat, is de noodzaak tot minder ruimte per werknemer minder groot.

Wij gaan uit van een beperkte daling van het kantoorquotiënt voor de komende periode naar 20 m² bvo per werknemer.[61]

Een toename van 16.800 banen en een kantoorquotiënt van 20 m² bvo leiden tot een **uitbreidingsvraag** van ca. **336.000 m²** tot 2029.

Vervangingsvraag

Naast de uitbreidingsvraag is er behoefte aan vervanging van verouderde kantoren. De veroudering is afgeleid van de verwachte levensduur van kantoren. Kantoren verouderen, verliezen langzaam aan kwaliteit en raken uiteindelijk voor gebruik ongeschikt (incourant). De vervanging van kantoren is de komende periode extra aan de orde in het kader van de verplichting van een energielabel C voor kantoren

[60] Dit betreffen de volgende sectoren: J Informatie en communicatie, K Financiële instellingen, L Onroerend goed, M Advies en onderzoek, N Overige zakelijke Dienstverlening en O Openbaar bestuur

[61] De kantoorquotiënt in de regio Rotterdam lag in 2016 op 24 m² vvo en de provincie Zuid-Holland raamt een kantoorquotiënt van 20 m² vvo in het jaar 2040. De aanname voor Rotterdam is dat de kantoorquotiënt lager ligt, omdat hier de ruimtedruk hoger is en er efficiënter om wordt gegaan met kantoorruimte. Dit geldt zeker voor nieuwbouw. Daarom zal de kantoorquotiënt in Rotterdam rond de 15-20 m² vvo bedragen. Dit kan vertaald worden naar ca. 20 m² bvo.

vanaf 2023. Daarnaast is de ambitie van het Rijk om in 2030 een energielabel A verplicht te stellen. Wij gaan uit van een gemiddelde levensduur van kantoren van 50 jaar. Dit komt neer op een jaarlijks vervangingspercentage van ca. 2%. In de Behoefteraming kantoorruimte provincie Zuid-Holland (2018) wordt voor de regio Rotterdam een jaarlijks vervangingspercentage van 2 tot 2,5% van de voorraad gehanteerd. Voorzichtigheidshalve gaan wij in Rotterdam uit van een vervanging van 2% van de voorraad per jaar. Met de kantorenvoorraad in Rotterdam van ca. 3.330.500 m² (NVM, 2019) bedraagt de vervangingsvraag ca. 66.600 m² per jaar. Dit betekent dat er tot 2029 sprake is van een **vervangingsvraag** van ca. **666.000 m²**.

Totale vraag op basis van werkgelegenheidsontwikkeling
De uitbreidingsvraag (336.000 m²) en vervangingsvraag (666.000 m²) tezamen resulteert in een totale vraag van ca. 1.002.000 m² tot 2029 (Tabel 32).

UITBREIDINGSVRAAG	VERVANGINGSVRAAG	TOTALE VRAAG
336.000 m²	666.000 m²	1.002.000 m²

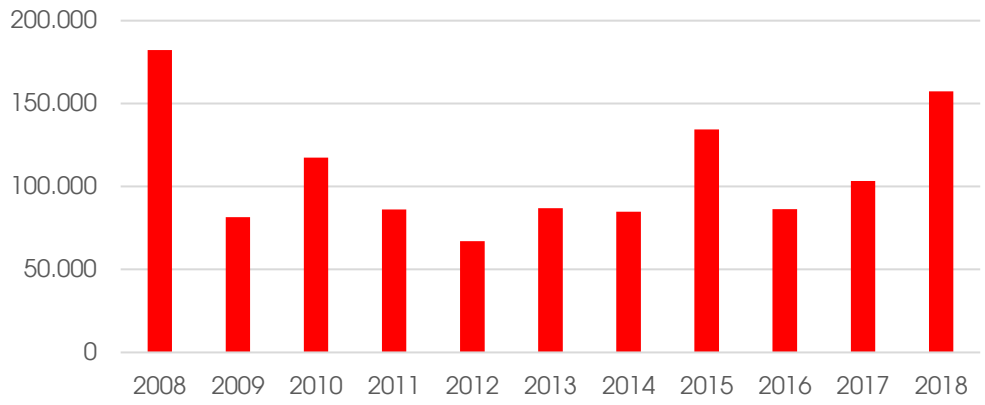
TABEL 32 VRAAGBEREKENING KANTOORRUIMTE ONDERZOEKSGEBIED TOT 2029[62]

Berekening vraag op basis van historische opname kantoorruimten

De vraag kan ook ingeschat worden op basis van historische opname van kantoorruimte. De gemiddelde opname in de periode 2008-2018 (> 250 m²) in het onderzoeksgebied bedroeg ca. 108.000 m² per jaar. Deze periode had betrekking op zowel laag- als hoogconjunctuur en is daarom representatief voor de toekomst. Ook voor de komende periode gaan wij daarom uit van een jaarlijkse opname van 108.000 m² kantoorruimte. Dit resulteert in een totale opname tot 2029 van ca. 1.080.000 m².

In deze opnamecijfers is de opname van kantoren tot 250 m² echter niet meegerekend. Het aandeel kantoorruimten kleiner dan 250 m² bedroeg in Nederland in 2014 13% van de totale opname (Dynamis, 2015). Dit aandeel groeit als gevolg van schaalverkleining in de kantorenmarkt, maar harde cijfers zijn hiervan niet beschikbaar. Indien we de opname ophogen met 13%, resulteert dit in een totale opname van ca. 122.000 m² per jaar. Dit betekent een totale opname tot 2029 van ca. 1.220.000 m².

62
De totale vraag is lager dan in 2018 berekend. De vraag is nu afgeleid van de werkgelegenheidsontwikkeling tussen 2009-2019 (in 2018 van tussen 2008-2018). Over 2009-2019 viel dit 0,4% lager uit. Dit vermenigvuldigd met 10 (jaren), rekening houdend met een kantoorquotient van 20 maakt een relatief groot verschil. ZOU DIT KUNNEN DUIDEN OP EEN AFVLAKKENDE VRAAG? EN MOET JE DAAR DAN IETS MEE?



FIGUUR 30: HISTORISCHE OPNAME KANTOORRUIMTE ROTTERDAM 2008-2018 IN M² (> 250 M²)
Bron: Bureau Stedelijke Planning obv data Dynamis

De opname is een combinatie van verplaatsingsvraag (de verplaatsing van bedrijven binnen de regio) en uitbreidingsvraag (nieuwe vestiging of uitbreiding). Uit onderzoek van Dynamis (2015) blijkt dat in 2015 (Q2) ca. 46% van de opname aan kantoren in Nederland uitbreidingsvraag betrof. In grote steden zal dit percentage hoger liggen dan het landelijk gemiddelde. Ook profiteren grote steden als eerste van een aantrekkende kantorenmarkt. Daarnaast is na een crisis de uitbreidingsvraag doorgaans hoger. Daarom hogen wij de uitbreidingsvraag iets op tot 50%. Met een aandeel van 50% bedraagt de uitbreidingsvraag in het onderzoeksgebied ca. 610.000 m² tot 2029 (50% van ca. 1,22 mln. m²) .

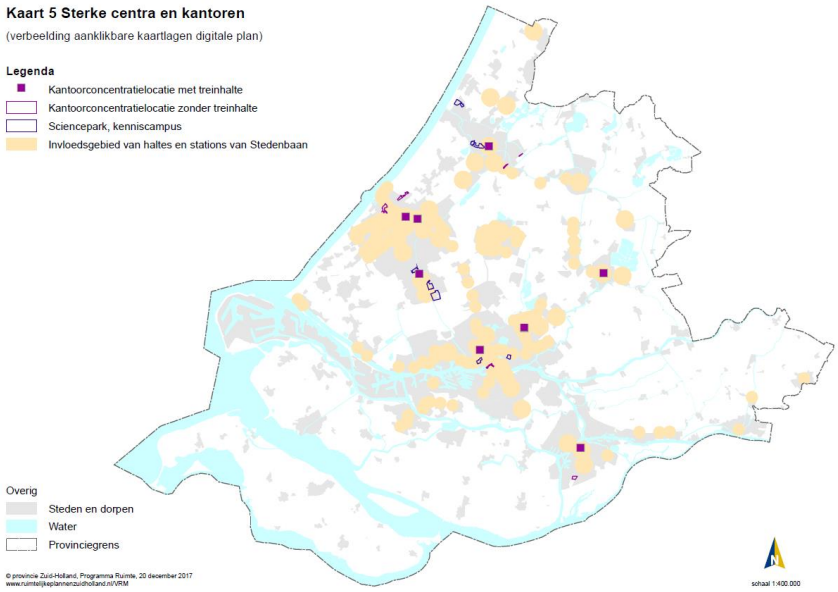
Voor de periode tot 2029 leiden de twee methoden tot een vraag naar nieuwe kantoorruimten die zich in een bandbreedte beweegt van ca. 610.000 tot 1.002.000 m².

KWALITATIEVE VRAAG KANTOREN

Op de kantorenmarkt is een duidelijke trend zichtbaar waarbij kantoorhoudende bedrijven zich bij voorkeur vestigen in het centrum van de stad of nabij belangrijke openbaarvervoersknooppunten en diverse voorzieningen. Dit zorgt voor een trek van huurders van de randgemeenten en stadsranden naar centrumgebieden. Het gevolg van deze ontwikkeling is een duidelijke scheiding tussen commercieel succesvolle locaties en locaties met substantiële leegstand. Door de beperkte nieuwbouw van kantoren in de afgelopen periode zal naar verwachting snel een tekort ontstaan aan (A-kwaliteit) kantoorruimte op multifunctionele locaties in de binnensteden.

Feyenoord City wordt goed bereikbaar met het openbaar vervoer. Er liggen plannen voor een eigen station als onderdeel van Stedenbaan in plaats van het huidige evenementenstation Rotterdam Stadion, dat de bereikbaarheid van de Zuidvleugel van de Randstad substantieel zal verbeteren. In de huidige situatie ligt het gebied op ca. 1 kilometer afstand van station Rotterdam Zuid en op loopafstand van haltes en stations van Stedenbaan. Dit betekent dat zelfs nu al wordt voldaan aan de vereiste om kantoren te ontwikkelen binnen het

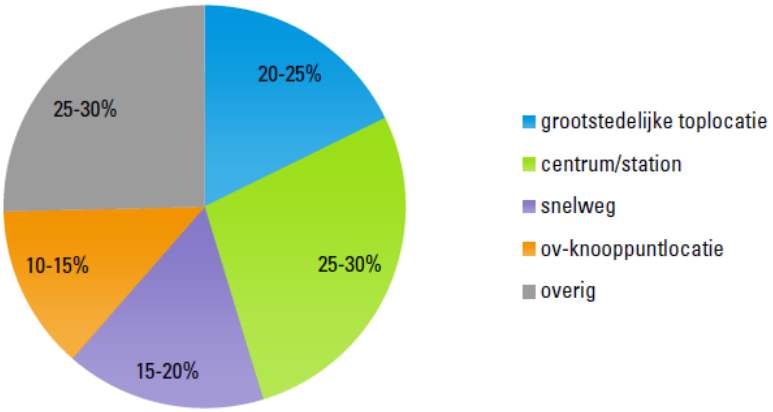
invloedsgebied van stations, zoals gedefinieerd in het Programma Ruimte van de provincie Zuid-Holland (2017). Feyenoord City kan daarom beschouwd worden als stationslocatie voor kantoren. Deze term hanteren wij voor een locatie die op loopafstand van een treinstation ligt. Overigens is de autobereikbaarheid van het gebied ook goed, met de nabije ligging van de oprit van de A16 (ca. 1,4 kilometer). Daarnaast wordt Feyenoord City een multifunctioneel gebied, met een mix van woningen, bedrijvigheid en voorzieningen. Dit vergroot de aantrekkelijkheid van Feyenoord City als kantorenlocatie.



FIGUUR 31 KANTOORCONCENTRATIELOCATIES EN INVLOEDSGEBIEDEN ZUID-HOLLAND
Bron: Programma Ruimte, Provincie Zuid-Holland, 2017

Uit de behoefteraming kantoorruimte provincie Zuid-Holland (2018) blijkt dat de vraag naar kantoorruimte zich met name manifesteert rond stationslocaties.

Aangezien Feyenoord te typeren is als stationslocatie komen hiervoor twee typen kantorenmilieus in aanmerking: centrum/stationsgebieden en ov knooppuntlocaties. Aangezien de grootstedelijke toplocaties vooral betrekking hebben op de kantorenmilieus in de binnensteden van Rotterdam en Den Haag valt deze categorie voor Feyenoord af. De andere twee categorieën hebben een aandeel van 35-45% van de totale vraag.



FIGUUR 32 VERDELING VRAAG KANTOORRUIMTE NAAR LOCATIETYPE IN DE PROVINCIE ZUID-HOLLAND
Bron: Provincie Zuid-Holland (2018)

Kwalitatieve vraag op basis van ontwikkeling werkgelegenheid

Op basis van de ontwikkeling van de werkgelegenheid betreft de totale vraag in Rotterdam 1.002.000 m² (ca. 336.000 m² uitbreidingsvraag en ca. 666.000 m² vervangingsvraag). 35% tot 45% hiervan richt zich op stationslocaties. De kwalitatieve vraag naar kantoren op stationslocaties in Rotterdam tot 2029 betreft hiermee ca. **351.000 tot 451.000 m²**.

Kwalitatieve vraag op basis van historische opname

Op basis van de historische opname betreft de opname (alleen uitbreidingsvraag) tot 2029 ca. 610.000 m². 35 tot 45% hiervan richt zich op stationslocaties. De kwalitatieve vraag naar kantoren op stationslocaties in Rotterdam tot 2029 betreft hiermee ca. **214.000 tot 275.000 m².**

Conclusie kwalitatieve vraag

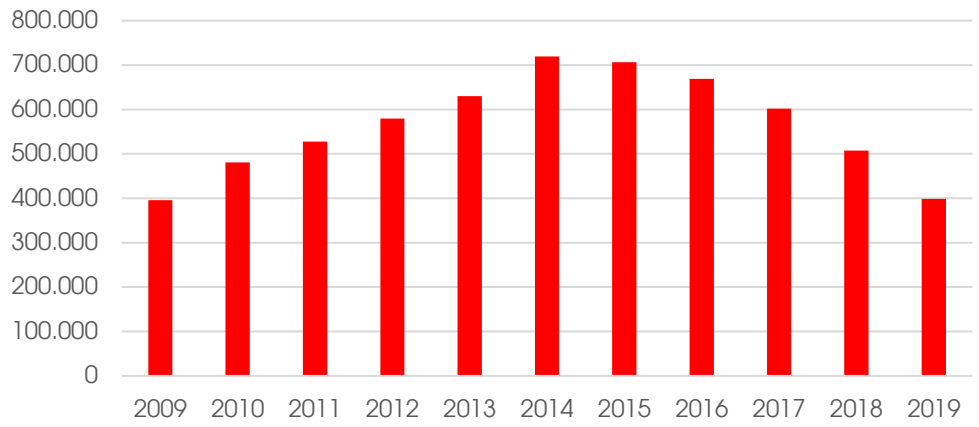
Bovenstaande twee methoden leiden tot een kwalitatieve vraag naar kantoren op stationslocaties in Rotterdam tot 2029 van **214.000 tot 451.000 m²**.

8.4 HET AANBOD VAN KANTOREN

KWANTITATIEF AANBOD KANTOREN

Huidig aanbod en ontwikkeling

Het aanbod van direct of op korte termijn beschikbare kantoorruimte in Rotterdam nam vanaf 2009 gestaag toe tot ca 719.000 m² in 2014. Na 2014 nam het aanbod af tot ca. 398.700 m² in 2019 (Figuur 33).



FIGUUR 33: ONTWIKKELING AANBOD ROTTERDAM 2008-2017
Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. data drs R.L. Bak en Dynamis

Transformatie en courant aanbod

In Rotterdam werd in 2018 ca. 14,8% van de totale voorraad kantoren aangeboden. Dit is meer dan het Nederlands gemiddelde van 11,7% (Cushman & Wakefield, 2018). Een deel van de leegstand wordt drie jaar of langer aangeboden en is hiermee structureel aanbod dat niet meer voldoet aan de huidige vraag van de markt (incourant). Naar verwachting wordt een deel hiervan vanwege ligging, omvang en/of uitstraling uit de markt gehaald. Uit analyse van het PBL (november 2017) blijkt dat ca. 62% van het kantorenaanbod in Nederland structureel is.

In de afgelopen vijf jaar is in Rotterdam ca. 262.400 m² kantoorruimte getransformeerd (Provincie Zuid-Holland, 2017). Gemiddeld betrof dit ca. 52.500 m² per jaar. Ook voor de komende periode bestaan al diverse transformatieplannen. Zo staat het grootste transformatieproject van Nederland in Rotterdam in de steigers: de Marconitorens (80.000 m²) worden getransformeerd naar huurwoningen, en krijgt de naam ‘Lee Towers’.

Gezien het incourant worden van een deel van het aanbod en de verduurzamingsopgave, verwachten wij dat de komende periode een substantieel deel van de leegstaande kantoren uit de markt wordt gehaald. Dit aandeel zal lager liggen dan de afgelopen jaren, omdat het laaghangend fruit grotendeels is getransformeerd. Daarom gaan wij voor de periode tot 2029 uit van ca. 26.000 m² kantoorruimte per jaar dat getransformeerd wordt (circa de helft van de afgelopen vijf jaar). Dit betekent een transformatie tot 2029 van 260.000 m² aan kantoren.

Het metrage dat incourant wordt en zal worden onttrokken, wordt van het totale huidige aanbod afgetrokken. Met een totaal aanbod van 398.700 m² kantoorruimte, bedraagt het courante aanbod na aftrek van de transformatieopgave ca. **139.000 m².**

Plancapaciteit

In totaal betreft de *harde plancapaciteit* aan kantoren tot 2029 in Rotterdam, ca. 380.000 m² (gemeente Rotterdam, 2019). Het Central Business District (RCD, Coolsingel en Blaak) is met 60.000 m² de grootste planlocatie.

Daarnaast bestaat er ca. 115.000 m² *zachte plancapaciteit* voor kantoren in het onderzoeksgebied. Die bevindt zich met name rond het centraal station van Rotterdam. Voor de behoefteraming in het kader van de Ladder telt dit niet mee, omdat realisatie hiervan nog onzeker is.

KWALITATIEF AANBOD KANTOREN >>

Aanbod

Het aanbod van kantoren is geïnventariseerd rond stations in Rotterdam, met uitzondering van grootstedelijke toplocaties[63]. Het aanbod op deze stationslocaties betreft ca. **61.000 m²**.[64]

Plancapaciteit

Ten aanzien van de plancapaciteit zijn ook de locaties opgenomen die op loopafstand van een treinstation liggen, met uitzondering van grootstedelijke toplocaties. Dit betreft **27.500 m²** harde plancapaciteit op NS Alexandrium (Alexandrium I-II-III).

8.5 DE BEHOEFTE AAN KANTOREN

KWANTITATIEVE BEHOEFTE KANTOREN >>

In deze paragraaf is de marktruimte voor kantoren in beeld gebracht in Rotterdam tot 2029. Hiervoor is de totale vraag geconfronteerd met het beschikbare aanbod. De plancapaciteit bestaat alleen uit de harde plannen. Met betrekking tot het huidige aanbod is alleen het courante aanbod betrokken. Wij gaan er namelijk vanuit dat het incourante aanbod in de komende jaren wordt getransformeerd naar andere functies.

Tot 2029 bestaat in Rotterdam een behoefte aan ca. 422.000 tot 814.000 m² kantoorruimte.

[63] Dit omvat het aanbod dat door Funda geclassificeerd is als 'stationslocatie'.
[64] Bron: Funda in Business. Meetmoment 4 juli 2019.

	VRAAG	PLAN-CAPACITEIT	COURANT AANBOD	MARKTRUIMTE
Onderkant bandbreedte	610.000 m²	49.200 m²	139.000 m²	421.800 m²
Bovenkant bandbreedte	1.002.000 m².	49.200 m²	139.000 m²	813.800m²

TABEL 33 CONFRONTATIE VAN KWANTITATIEVE VRAAG EN AANBOD

KWALITATIEVE BEHOEFTE KANTOREN

De vraag naar kantoren op stationslocaties, exclusief grootstedelijke toplocaties, in Rotterdam bedraagt ca. 214.000 tot 451.000 m² tot 2029. Er bestaat 27.500 m² kantoorruimte aan harde plancapaciteit en het aanbod is momenteel 61.000 m². Dit betekent een kwalitatieve behoefte aan ca. 126.000 tot 363.000 m² kantoorruimte op stationslocaties tot 2029.

	VRAAG	PLAN-CAPACITEIT	AANBOD	MARKTRUIMTE
Onderkant bandbreedte	214.000 m²	27.500 m²	61.000 m²	125.500 m²
Bovenkant bandbreedte	451.000 m²	27.500 m²	61.000 m²	362.500 m²

TABEL 34 CONFRONTATIE VAN KWALITATIEVE VRAAG EN AANBOD

In lijn met deze behoefteraming constateert ook de provincie Zuid-Holland dat er in Rotterdam meer ruimte nodig is voor kantoren op toplocaties. Volgens de provincie bestaat tot 2030 voldoende ruimte voor kantoren, maar dit aanbod bevindt zich met name op snelweglocaties en bedrijventerreinen, terwijl er juist vraag is naar locaties rondom stations (Provincie Zuid-Holland, 2018).

CONCLUSIE

De kwantitatieve behoefte aan kantoren in Rotterdam tot 2029 bedraagt ca. 422.000 tot 814.000 m² kantoorruimte. De behoefte aan kantoren op stationslocaties buiten de grootstedelijke toplocaties in Rotterdam bedraagt ca. 126.000 tot 363.000 m² kantoorruimte. Hiermee bestaat voldoende Ladderruimte voor de geplande kantoren van ca. 10.875 m² in Feyenoord City.

9 BEHOEFTE OVERIGE VOORZIENINGEN

Uitgangspunten programma Overige commerciële voorzieningen

Onder de groep overige commerciële voorzieningen vallen twee grote voorzieningen: de bioscoop en een aanvullende attractie (nog nader in te vullen). Bij de bioscoop gaan we uit van de verplaatsing van Pathé vanaf de Veranda. Daarnaast zijn een aantal kleinere voorzieningen en een flexibel deel voorzien. Van de kleine voorzieningen is het Feyenoord Museum met shop mogelijk onder de huidige bestemming van De Kuip. Daarnaast is binnen Feyenoord City ruimte voor maatschappelijke voorzieningen en dienstverlening zoals scholen, fysiopraktijken, verzorgingsinstellingen of kinderdagverblijven en zijn er ideeën voor een bierbrouwerij in De Kuip, een stadstrand en een jachthaven.

In eerder onderzoek door Bureau Stedelijke Planning naar de marktbehoefte Retail en Leisure Feyenoord City (2016) is geadviseerd om de verplaatsing en vergroting van Pathé tot 3.200 -3.500 stoelen te faciliteren en de mogelijkheden voor een aanvullende grote attractie nader te verkennen (0 - 15.000 m² bvo).

In totaal betreft het programma 68.000 m² bvo inclusief verplaatsing van de bioscoop. In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan overige voorzieningen onderbouwd. Het onderstaande tekstblok geeft alvast de conclusies daarvan weer.

Conclusie behoefte overige commerciële voorzieningen Feyenoord City

- Er is behoefte voor een bioscoop met 3.200 à 3.500 stoelen (uitgaande van verplaatsing van Pathé De Kuip).
- De behoefte aan de overige commerciële voorzieningen is ook te motiveren, mits 1) ze voorzien in directe vraag vanuit Feyenoord City en/of 2) een hoge mate van uniciteit hebben en daarmee een eigen vraag/behoefte creëren..

9.1 DE VRAAG NAAR OVERIGE VOORZIENINGEN

De uiteindelijk vraagzijde van de markt voor overige voorzieningen / attracties is sterk afhankelijk van de invulling ervan. De doelgroep voor attracties in het algemeen is immers zo breed als dat het woord attracties is. Onderstaand zijn de belangrijkste trends en ontwikkelingen van de sector geschetst.

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN [65]

- **Leisure zit in de lift**. Toerisme groei wereldwijd sneller dan de economie. De verwachting is dat de leisurebranche in 2018 met 3,8% groeit en in 2019 met 3%. Voor attracties is de verwachting een groei van 2,5% in 2018 en 2019 en voor bioscopen een groei van 2,8% in 2018 en 2% in 2019.
- **Het aantal bioscopen neemt toe en ze worden groter**. De laatste 10 jaar is het aantal bioscopen met 18% gegroeid, het aantal doeken met 37% en het aantal stoelen met 33%. Ook het bioscoopbezoek in Nederland is voor het tiende achtereenvolgende jaar gestegen naar bijna 36 miljoen. De stijging bedroeg 5,3% ten opzichte van 2016. Het gemiddeld aantal bezoeken per hoofd van de bevolking komt hiermee uit op 2,1 keer per jaar.
- **De toekomt van de jachthavens is niet rooskleurig**. Landelijk gezien daalt het aantal boten in Nederland en het aantal passanten in jachthavens neemt af. Havens met een breed aanbod voorzieningen zijn winnaars.
- **Toenemende verzadiging van de markt en brancheverveging**. Voorbeeld is de opkomst van 'edutainment': musea brengen hun educatieve boodschap met entertainment en beleving.
- Er is sprake van **schaalvergroting en toenemende ketenvorming**. Daarnaast is er toenemende integratie van retail met dagattracties en horeca en vice versa. Ook dag- en verblijfsrecreatie integreren steeds meer.
- Opkomst van **multigeneratie dagjes uit**: uitjes die geschikt zijn voor de hele familie zijn in trek.
- Door het grote en nog steeds toenemende aanbod is het voor bedrijven van groot belang om zich te **blijven onderscheiden**. Klantbeleving, de juiste combinatie van prijs en kwaliteit en focus op de juiste doelgroep zijn doorslaggevend voor een succesvol business model.
- Het creëren van een **bijzondere herinnering** is ook een must voor het realiseren van herhaalbezoeken; dit kan door het ontwikkelen van unieke concepten en nieuwe vormen van beleving.
- Investeringen in nieuwe attracties worden steeds groter, terwijl de productlevenscyclus juist korter wordt.

Synergie tussen detailhandel, horeca, en entertainment[66]

Ruwweg de helft van de bezoekers die primair naar een (groot) centrumgebied komen om te winkelen, combineren dat met horecabezoek. Vooral voor horeca met een dagfunctie zoals een lunchroom of koffiebar heeft dit een positief effect. Ze maken het verblijf aangenamer en creëren daarnaast de mogelijkheid om rustmomenten in te bouwen. Hierdoor wordt de verblijfsduur verlengd en wordt er meer geld uitgegeven. Restaurants hebben voornamelijk een avondfunctie en werken niet zozeer versterkend als wel aanvullend op de winkelfunctie. De vraag naar horeca is dus voor een groot deel afhankelijk van de overige functies in het gebied.

[65] ABN AMRO, 2018, Rabobank, 2017, ING, 2017, NVBF, 2016 en NVBF, 2017, Waterrecreatie Advies, 2016
[66] Uit Het economisch belang van leisure en de rol van leisure in gebiedsontwikkeling (2009), Bureau Stedelijke Planning in opdracht van NVM Business.

Ook treden er synergievoordelen op tussen entertainment en horeca. Circa een derde van de bezoekers met als bezoekmotief ‘entertainment’ bezoeken ook winkels en/of horeca. Omgekeerd maken bezoekers met een primair bezoekmotief ‘horeca’ of ‘detailhandel’ slechts sporadisch (< 10%) gebruik van entertainmentvoorzieningen.

SECUNDAIR BEZOEKMOTIEF -> PRIMAIR BEZOEKMOTIEF	ENTERTAINMENT	HORECA	DETAILHANDEL
Entertainment	n.v.t.	++	+
Horeca	+	n.v.t.	++
Detailhandel	+	+++	n.v.t.

TABEL 35 COMBINATIEBEZOEK PER ACTIVITEIT
Bron: Bureau Stedelijke Planning

9.2 HET AANBOD VAN OVERIGE VOORZIENINGEN

BIOSCOOP

- Pathé De Kuip is met circa 1,8 miljoen bezoekers per jaar de best bezochte bioscoop van Nederland.
- Tot oktober 2017 was 80% van de bioscoopstoelen in de regio Rijnmond is in Rotterdam gevestigd. De opening van Euroscoop in Schiedam heeft een tweede multiplex aan het aanbod in Rijnmond toegevoegd. Momenteel is circa 63% van de stoelen in Rotterdam gevestigd.
- Pathé is met twee bioscopen en 5.116 stoelen de grootste aanbieder in Rotterdam en de regio.
- Relevante plancapaciteit bestaat uit de nieuwe bioscoop van Pathé in Hart van Zuid. Het gaat om circa 2.500 stoelen en beoogd openingsjaar is 2020[67]. De mogelijke plannen voor een bioscoop in Berkel nemen we niet mee (zachte plancapaciteit)[68].

NAAM	LOCATIE	ZALEN	STOELEN	STOELEN / ZAAL	TYPE*
Pathé De Kuip	Veranda	14	2.745	196	Multiplex
Cinerama	Centrum	7	1.060	151	Regulier
Pathé Schouwburgplein	Centrum	7	2.371	339	Regulier
KINO Rotterdam	Oude Westen	4	457	114	Regulier
LantarenVenster	Kop van Zuid	6	782	130	Filmtheater
Theater Zuidplein	Zuidplein	1	500	500	Filmtheater klein
TOTAAL ROTTERDAM		**39**	**7.915**	**203**	

[67] https://vastgoedjournaal.nl/news/34205/1-miljoen-bezoekers-verwacht-voor-nieuwe-vestiging-pathe-op-ahoyplein
[68] https://www.lansingerland.nl/zelf-regelen/nieuws_43547/item/samenwerkingsovereenkomst-berkel-centrum-west_95860.html

Euroscoop	Schiedam	11	2.598	236	Multiplex
Theater het Kruispunt	Barendrecht	1	380	380	Filmtheater klein
Isala Theater	Capelle ad IJssel	1	150	150	Filmtheater klein
Tivoli Theater	Hellevoetsluis	2	244	122	Regulier
Filmhuis Schiedam / Wenneker Cinema	Schiedam	2	263	132	Filmtheater klein
Vue Vlaardingen	Vlaardingen	6	972	162	Regulier
Filmtheater Het Zeepaard	Vlaardingen	-	-		Filmtheater intern bij Vue Vlaardingen
TOTAAL OVERIG RIJNMOND		**13**	**4.607**	**354**	

TABEL 36 BIOSCOPEN IN ROTTERDAM
Bron: NVBF, 2017
*Multiplex > 8 zalen, Regulier = tot 8 zalen

OVERIG VOORZIENINGEN

Attracties

Rotterdam heeft een groot aantal leisure(sub)trekkers die meer dan 100.000 bezoekers per jaar trekken. Pathé en Blijdorp zijn de grootste trekkers en worden ieder door (meer dan) 1,5 miljoen bezoekers per jaar bezocht.

NAAM	SECTOR	VOORZIENING	LOCATIE	BEZOEKERS-AANTAL 2017
Pathé De Kuip	Entertainment	Bioscoop	De Veranda	1,8 MLN.
Diergaarde Blijdorp	Entertainment	Dierentuin	Blijdorp	1,5 mln.
Spido Rondvaarten	Entertainment	Rondvaarten	Voet Erasmusbrug	557.738
Euromast	Entertainment	Uitkijktoren	Nieuwe Werk	551.000
Plaswijckpark	Entertainment	Speeltuin	Hillegersberg	426.000
Museum Boijmans van Beuningen	Cultuur	Museum	Museumpark	280.000
Kunsthal	Cultuur	Museum	Museumpark	211.677
SS Rotterdam (tours)	Cultuur	Schip	Katendrecht	200.000
Maritiem Museum	Cultuur	Museum	Centrum	200.000
Het Nieuwe instituut	Cultuur	Museum	Museumpark	267.863

TABEL 37 TREKKERS EN SUBTREKKERS LEISURE ROTTERDAM
Bron: Respons en NBTC, 2017 en Inventarisatie Bureau Stedelijke Planning, 2018

Jachthaven

Er zijn twee bestaande jachthavens in Rotterdam:

- City Marina (200 vaste plaatsen en 50 passantenplaatsen)
- Veerhaven (40 vaste plaatsen en 5 passantenplaatsen)

Jachthaven City Marina -gelegen in de Entrepothaven, Kop van Zuid- is van plan uit te breiden van 200 ligplaatsen naar 360 ligplaatsen. Die groei in Rotterdam zou worden veroorzaakt door het toenemend aantal appartementen in de hogere

prijsklasse én de toenemende populariteit van de stad. Veel extra voorzieningen zijn in zo'n stadshaven niet nodig, omdat er al genoeg te doen is in Rotterdam. Veel passanten blijven er daarom een paar dagen liggen[69]

Zwembad in de rivier

In en rondom Rotterdam zijn een aantal buitenzwembaden gevestigd. Het concept van een zwembad in de rivier is in Rotterdam en ook Nederland niet aanwezig. In het verleden heeft Rotterdam wel drie zwembaden in de rivier gehad. Een daarvan was het in 1922 geopende Mallegat aan de Maaskade. Het bestond uit 3 bassins met een gezamenlijk oppervlak van 650 m², die in open verbinding met de rivier stonden. Er werd dus eigenlijk in de rivier gezwommen, maar dan veilig en bewaakt. In de jaren '60 is het zwembad gesloten, omdat de rivier te vervuild was geworden om er nog in te kunnen zwemmen.

MAASKADE ZWEMBAD 1952 (GESLOTEN IN 1962)
Bron: Senior Plaza - Ingestuurd door Lou Ekelmans

BADESCHIFF IN BERLIJN
Bron: Arena Berlin

Bestaand aanbod leisure Veranda

Op de Veranda zijn momenteel naast de bioscoop ook twee andere leisurevoorzieningen gevestigd. Beide zijn sportgerelateerd:

- Atoll is een entertainmentcenter met 12 bowlingbanen, 16 pooltafels, 2 airhockeytafels en drie speelautomaten. Daarnaast heeft het centrum een restaurant, en een bar met lounge.
- Glowgolf Rotterdam biedt glow in the dark minigolf in Hollywood stijl aan. Er is een gethematiseerd café aanwezig, waar eten en drinken wordt geserveerd.

[69] AD, 22-11-2016

9.3 DE BEHOEFTE AAN OVERIGE VOORZIENINGEN

INDICATIEVE BEHOEFTE BIOSCOOP

Op basis van eerder onderzoek[70] gaan we uit van een nieuwe bioscoop van circa 3.200 à 3.500 stoelen[71]. Dat betekent een uitbreiding van 455 à 755 stoelen ten opzichte van de huidige bioscoop. De nieuwe bioscoop kan zich daarmee meten met Pathé Amsterdam (3.250 stoelen) en Kinepolis Utrecht (3.200 stoelen).

Uitgangspunten kwantitatieve berekening

- **Binding.** Voor de afvloeiing en toevloeiing wordt uitgegaan van een evenwichtige situatie; er komt net zoveel de regio binnen (toevloeiing) als dat er uit gaat (afvloeiing). Per saldo betekent dit een binding van 100% en een toevloeiing van 0%.
- **Bezoekfrequentie**. De gemiddelde bezoekfrequentie in Rotterdam bedraagt 4,7 per inwoner. In Zuid-Holland ligt die op 2,1 per inwoner. De frequentie voor Rijnmond totaal is berekend op basis van animocijfer van 4,7 voor inwoners gemeente Rotterdam (638.751 inwoners) en 2,1 voor overig verzorgingsgebied (615.424 inwoners).
- **Gemiddelde stoelbezetting**. De gemiddelde stoelbezetting in Nederland ligt op 257 en vormt het uitgangspunt voor een gezonde exploitatie.

	ROTTERDAM	RIJNMOND TOTAAL
Inwoners gebied	638.751	1.254.175
Toekomstige binding aan bioscopen in gebied	100%	100%
Bezoekfrequentie	4,7	3,4
Vraagpotentieel	3.002.130	4.264.195
Huidige aanbod bioscoopstoelen	7.915	12.522
Gemiddelde stoelbezetting per jaar (Nederland)	257	257
Claim bestaand aanbod totaal	2.034.155	3.218.154
Saldo vraag/aanbod totaal	967.975	1.046.041
Saldo vraag/aanbod in stoelen per jaar	***3.766***	***4.070***
Plancapaciteit (Pathé Hart van Zuid)	***2.500***	***2.500***
Marktruimte	**1.266**	**1.570**

TABEL 38 MARKTRUIMTEBEREKENING BIOSCOOP FEYENOORD CITY ROTTERDAM

Er is voldoende marktruimte om Pathé De Kuip te verplaatsen naar Feyenoord City en daarbij uit te breiden tot 3.200 à 3.500 stoelen.

[70] Bureau Stedelijke Planning (2016) Marktbehoefte Retail en Leisure Feyenoord City
[71] In theorie zijn meer stoelen mogelijk. Er is maximaal 15.000 m² bvo voorzien; uitgaande van 1 stoel per 3 m² bvo betekent dat circa 5.000 stoelen. Moderne bioscopen hechten echter steeds meer waarde aan een ruim opzet concept.

Kwalitatieve behoefte

Met de verplaatsing en uitbreiding van Pathé nemen de mogelijkheden voor aanvullende activiteiten toe:

- Diverse bioscopen in Nederland worden voor congressen, bijeenkomsten en onderwijs gebruikt.
- Steeds vaker zijn filmtheaters intern bij een reguliere bioscoop gevestigd.
- Alternatieve content, zoals het vertonen van 'live' sport- en muziekevenementen kan worden toegevoegd aan het aanbod. Uit onderzoek van ABN AMBRO blijkt dat met name voor Live concerten, populaire series en sportwedstrijden interesse is (zie tabel 40).

TYPE	< 40 JAAR (N=350)	>40 JAAR (N=685)	TOTAAL (N=1.035)
Sportwedstrijden	31%	21%	24%
Live concerten[72]	40%	36%	37%
Opera's	11%	18%	16%
Kerkdiensten[5]	8%	5%	6%
E-gaming (met participatie)	22%	6%	11%
Afleveringen populaire series	47%	19%	28%

TABEL 39 INTERESSE VOOR BEPAALDE CONTENT
Bron: ABN AMRO, 2018

Om twee grote bioscopen in Rotterdam-Zuid succesvol naast elkaar te kunnen laten bestaan, is het aanbieden van een onderling aanvullende programmering in de verschillende bioscopen essentieel. Het feit dat de bioscopen in handen zijn van één eigenaar biedt die ruimte.

OVERIG (COMMERCIELE) VOORZIENINGEN / ATTRACTIES

- **Feyenoord City leent zich door de schaal en opzet voor toevoeging van (leisure)iconen naast het nieuwe stadion.**[73] In het programma is hier rekening mee gehouden. Bioscoop Pathé is er daar een van. We willen Pathé uitdagen in Feyenoord City het paradepaardje van Europa te realiseren. Andere opties zijn een Feyenoord / Rotterdam / Holland experience of een hoogte-icoon (tweede Euromast, reuzenrad Londen Eye, kabelbaan, schommel, glazen hangbrug, combi met klimmuur; Rotterdam enige Nederlandse stad met echte skyline). Dit kan zijn een grote (leisure)icoon (met meer dan een miljoen bezoekers) of meerdere kleinere en middelgrote attracties met tienduizenden tot enkele honderdduizenden bezoekers per

[72] Bij live-concerten is het verschil tussen beide leeftijdscategorieën niet significant. Of dit bij kerkdiensten het geval is, is een twijfelgeval. De verschillen bij andere categorieën zijn (evenals de genoemde verschillen wat betreft online diensten en Virtual Reality) significant.
[73] Zie hiervoor ook het rapport (Markt)behoefte retail & leisure Feyenoord City (Bureau Stedelijke Planning, 28 september 2016)

jaar, zoals meer gebruikelijk (zie referentieprojecten als Cardiff Bay in Wales). Daarmee wordt eenzelfde of misschien nog wel een groter effect bereikt.

- In kwantitatieve zin laat de behoefte aan een attractie/leisurevoorziening zich moeilijk bepalen. Veel meer dan bijvoorbeeld bij detailhandel **creëren goede, innovatieve leisurevoorzieningen hun eigen vraag**. Het succes van dergelijke voorzieningen hangt af van de (moeilijk kopieerbare) concepten die worden aangeboden. Ook het zwembad in de Maas valt onder deze categorie.(Leisure)iconen met hoge mate van uniciteit zijn te motiveren omdat ze hun eigen vraag/behoefte creëren.
- Het **combineren van leisurevoorzieningen** binnen één gebied draagt tevens bij aan de totale vraag. Bij verplaatsing van de bioscoop vanaf de Veranda verdient het de voorkeur ook de bowling en Glowgolf te verplaatsen. Beide zijn sportgerelateerde leisurevoorzieningen en passen daarmee bij het concept van Feyenoord City.
- De vraag naar ligplaatsen in jachthavens neemt landelijk af. In Rotterdam lijkt er nog extra vraag te bestaan, gezien het feit dat City Marina wil uitbreiden. Deze groei lijkt samen te hangen met de groei van het aantal appartementen in het duurdere segment en de populariteit van de stad. Of na de uitbreiding van City Marina Ook ligplaatsen die gebruikt worden voor sloepenverhuur biedt kansen. Extra onderzoek naar de mogelijkheden, veiligheid en aantrekkelijkheid van Feyenoord City is nodig.
- De behoefte van een zwembad in de rivier laat zich lastig bepalen. Dergelijk concepten zijn er wel in het buitenland en vaak gecombineerd met horeca. Het zwembad Badeschiff in Berlijn heeft een dubbele functie: in de zomer is het een openbaar zwembad, in de winter maakt het onderdeel uit van een saunacomplex. Eenzelfde combinatie is denkbaar in Feyenoord City. Een koppeling met de zwembaden (bijvoorbeeld de naam of het uiterlijk) die in het verleden in Rotterdam in de Nieuwe Maas lagen biedt commerciële kansen.

MAATSCHAPPELIJKE VOORZIENINGEN EN DIENSTVERLENING

Naast andere commerciële voorzieningen en attracties is er in Feyenoord City ook ruimte voor maatschappelijke voorzieningen (zoals eerstelijns zorg, onderwijs, kinderopvang, cultuur, welzijn en publieksfuncties) en (commerciële) dienstverlening (zoals een kapper, schoonheidssalon, stomerij en makelaar). De vraag/behoefte naar maatschappelijke voorzieningen en dienstverlening hangt samen met de forse toename van het potentieel in de integrale gebiedsontwikkeling van Feyenoord City.

BIJLAGE 1 LITERATUUR EN BRONNEN

Algemeen

- ABF Research (2019) Primos Prognose
- CBS (2017) Kerncijfers wijken en buurten

(Voetbal)stadion en sport

- Feyenoord (2016) Notitie Feyenoord City: capaciteit en bezetting. 31 oktober 2016.
- Gemeente Rotterdam (2016) Sport beweegt Rotterdam: Sportnota Rotterdam 2017 – 2020.
- Gemeente Rotterdam (2016) Bevolkings- en huishoudensprognose Rotterdam 2015-2035.
- Repucom (2014) Validatie Business Case het Nieuwe Stadion.
- RIVM (2016) Gezondheidsmonitor Volwassenen en Ouderen 2016.
- Sport+Markt (2010) Development of a profitable and sustainable “De Nieuwe Kuip”.

Wonen

- ABF Research 2019, “Primos-prognose”.
- CBS 2019, “Statline.nl”.
- Gemeente Rotterdam (2016) Woonvisie Rotterdam: koers naar 2030, agenda tot 2020.
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) 2015, “WoON-onderzoek”.
- Rijksoverheid 2017a, “Primos.datawonen.nl”.
- SvWrR (2017) Actualisatie Woningmarktstrategie & Woonvisie Regio Rotterdam 2014 tot 2020.

Detailhandel

- Dynamis (2017) Sprekende cijfers winkelmarkten
- Detailhandel.info (2017) Omzetkengetallen 2016
- DTNP (2017) Marktruimteonderzoek Detailhandel Zuid-Holland
- FSIN (2018) Consumentenvertrouwen en lifestyle doet food opleven [online] https://fsin.nl/nieuws/495/consumentenvertrouwen-en-lifestyle-doen-food-opveren
- Gemeente Rotterdam (2017) Detailhandel Rotterdam 2017.
- Gemeente Rotterdam (2017) Gebiedskoers Detailhandel IJsselmonde 2017-2020.
- I&O Research (2016) Koopstromenonderzoek Randstad 2016
- Provincie Zuid-Holland (2014) Visie Ruimte en Mobiliteit
- Provincie Zuid-Holland (2014) Verordening Ruimte

- Provincie Zuid-Holland (2017) Discussienota detailhandel Zuid-Holland 2017
- Q&A en ABN Amro 2015 (2015) Consument van de toekomst komt nog altijd naar de winkel
- Rabobank (2017) Sectorprognose detailhandel non-food 2018
- Rabobank (2017) Sectorprognose detailhandel food 2018

Horeca

- Rabobank (2018) sectorprognoses horeca
- ABN Amro (2018) Fastfood groeit door in 2018, 1 maart 2018
- NOS (2017) Opnieuw zet Amerikaanse foodketen voet op Nederlandse bodem, april 2017
- Gemeente Rotterdam (2017) Horecanota gemeente Rotterdam (2017-2021); Balans tussen levendigheid en een aantrekkelijk woon- en leefklimaat.
- Gemeente Rotterdam (2017) Horecagebiedsplan 2017-2019; gebied IJsselmonde
- CBS (2017) kwartaalmonitor horeca
- HorecaDNA (2018) aanbod en ontwikkeling horeca

Hotel en Wellness

- Gemeente Rotterdam (2015) Toetsingskader Hotelinitiatieven Rotterdam, gemeente Rotterdam; 1 december 2015
- NOS.nl, Recordaantal toeristen in Rotterdam, 05-02-2018
- CBS (2017) Statline
- Horwarth HTL (2017) Hosta Report
- Van Spronsen (2017) Het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek
- Van Spronsen (2015) Het wellnesscentrum in beeld
- HorecaDNA (2018) database en huidig aanbod

Kantoren

- Dynamis (2015) Sprekende cijfers kantorenmarkten Q3.
- Dynamis (2019) Sprekende Cijfers kantorenmarkt 2019.
- EIB (2016) Verplicht energielabel voor kantoren.
- MRDH (2015) Agenda kantoren MRDH 2015-2025: Een gezonde kantorenmarkt met sterke vestigingsmilieus.
- NVM (2017) Kantorenmarkt Randstad 2017.
- PBL (2016) Leegstand van kantoren, 1991-2016.
- PBL (2017) De toekomst van kantoren: een scenariostudie naar de ruimtebehoefte.
- Provincie Zuid-Holland (2017) Visie Ruimte en Mobiliteit.
- Provincie Zuid-Holland (2018) Behoefteraming kantoorruimte provincie Zuid-Holland.

Overige commerciële voorzieningen

- ABN AMRO (2018) Visie op sectoren Leisure – sectorprognose april 2018
- ABN AMRO (2018) Sector update bioscopen
- Algemeen Dagblad (2016) 'Je bent al blij als je een klant hebt' [22-11-2016]

- Rabobank (2017) Cijfers en Trends Dagrecreatie
- Respons en NBTC (2017) top 50 dagattracties Nederland 2016
- ING (2017) Trends en ontwikkelingen leisure
- NVBF (2016) Jaarverslag 2016
- NVBF (2017) Samenvatting Kerncijfers jaar 2017
- Waterrecreatie Advies (2016) Prognose ontwikkeling recreatievaart in 2030, 2040 en 2050

BIJLAGE 2 DETAILHANDEL

AANBOD GROOTSCHALIG SPORT & SPEL

WINKELGEBIED	LETTER*	NAAM	TYPE	M² WVO
Veranda	A	Sportsworld	Sportzaak	5.500
	B	Intersport / Daka	Sportzaak	3.795
Stadionweg	C	Bever	Buitensport	2.247
	D	Vervat	Buitensport	4.530
Rotterdam Alexandrium	E	Intersport / Daka Sport	Sportzaak	1.654
	F	Perry	Sportzaak	966
	G	Sports World	Sportzaak	958
	H	Decathlon	Sportzaak	1.015
Centrum Rotterdam	I	Decathlon	Sportzaak	4.700
	J	JD	Sportzaak	1.075
	K	Perry	Sportzaak	1.227
	L	Daka Sport	Sportzaak	880
Jonker Fransstraat	M	Bever	Buitensport	765
Overig (bedrijventerreinen)	N	Intersport / Daka Sport	Sportzaak	3.200
	O	Epplejack	Ruitersport	830

TABEL 40 AANBOD SPORT EN SPEL (>750 M²) IN ROTTERDAM * LETTER CORRESPONDEERT MET KAART IN FIGUUR 12
Bron: Locatus, 2019

DISTRIBUTIEVE TOETS VRIJE TIJD

Een distributieve toets (of DPO) kan op verschillende geografische schaalniveaus gedaan worden. Het DPO in hoofdstuk 5.4 is uitgevoerd op het niveau van Rotterdam Bij de distributieve berekening zijn de volgende (ken)getallen gehanteerd:

- Voor het draagvlak is uitgegaan van een inwoneraantal van 644.616 in 2019. Naar verwachting zal het inwoneraantal in 2029 gestegen zijn naar bijna 690.000 inwoners (Primos, 2019).
- Jaarlijks geldt een bestedingscijfer van € 229 per persoon in winkels in de branchegroep Vrije Tijd (exclusief BTW). Dit cijfer is gebaseerd op gegevens over bestedingen van Panteia[74] (2018). Omdat het gemiddelde inkomen in het verzorgingsgebied circa 8% onder het landelijk gemiddelde ligt, ligt het feitelijke bestedingsbedrag lager. De bestedingen zijn hiervoor gecorrigeerd (met een prijselasticiteit van 0,5 voor de niet-dagelijkse sector). De

[74] http://nrw.nl/wp-content/uploads/2018/07/Omzetkengetallen-2017-ruimtelijk-economisch-onderzoek.pdf

bestedingen in de toekomst worden als gelijk verondersteld doordat online al sterk is toegenomen en er een nieuw evenwicht is ontstaan: € 229,- per inwoner (exclusief BTW). Deze bedragen zijn ook door Bureau Stedelijke Planning gehanteerd in de marktruimtestudie voor Noord-Holland (2018).

- De gehanteerde koopstromen zijn afkomstig uit het Koopstromenonderzoek 2018 (I&O Research, 2018). De koopkrachtbinding is aangepast om toe te kunnen passen in de huidige methodiek voor ruimtelijk-economisch onderzoek. Deze methode is opgenomen in de notitie omzetkengetallen 2018.

	KSO 2018 – VRIJE TIJD ROTTERDAM	TE GEBRUIKEN IN DPO
Koopkrachtbinding	63%	89% (=63%/71%)
Koopkrachtafvloeiing	8%	11% (8%/71%)
(sub)totaal koopstromen naar fysieke winkels	**71%**	**100%**
Koopkrachtafvloeiing naar internet	29%	n.v.t.
Totale koopstromen	**100%**	**n.v.t.**

OMZETTING KOOPSTROMEN KSO NAAR METHODIEK RUIMTELIJK-ECONOMISCH ONDERZOEK

- De koopkrachttoevloeiing bedraagt 31% voor de branchegroep Vrije Tijd (KSO, 2018). Dat wil zeggen dat van elke euro die in de branchegroep Vrije Tijd in Rotterdam wordt besteed € 0,31 afkomstig is vanuit buiten de gemeente. De toevloeiing wordt veroorzaakt door de aantrekkingskracht die de stad heeft op omliggende gemeenten.
- De vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde winkel in de branchegroep Vrije Tijd per jaar en per m² wvo omzet. Er wordt hier een vloerproductiviteit van € 1.902 gehanteerd (exclusief BTW). Dit cijfer is het kengetal gebaseerd op cijfers van Panteia uit 2019.
- Het gevestigde aanbod Vrije Tijd (optelsom van de hoofdbranches Sport & Spel, Hobby en Media en de branches Fietsen en Scooters/Brommers) in Rotterdam bedraagt 75.102 m² wvo (Gemeente Rotterdam, uit Locatus).

BIJLAGE 3 HORECA

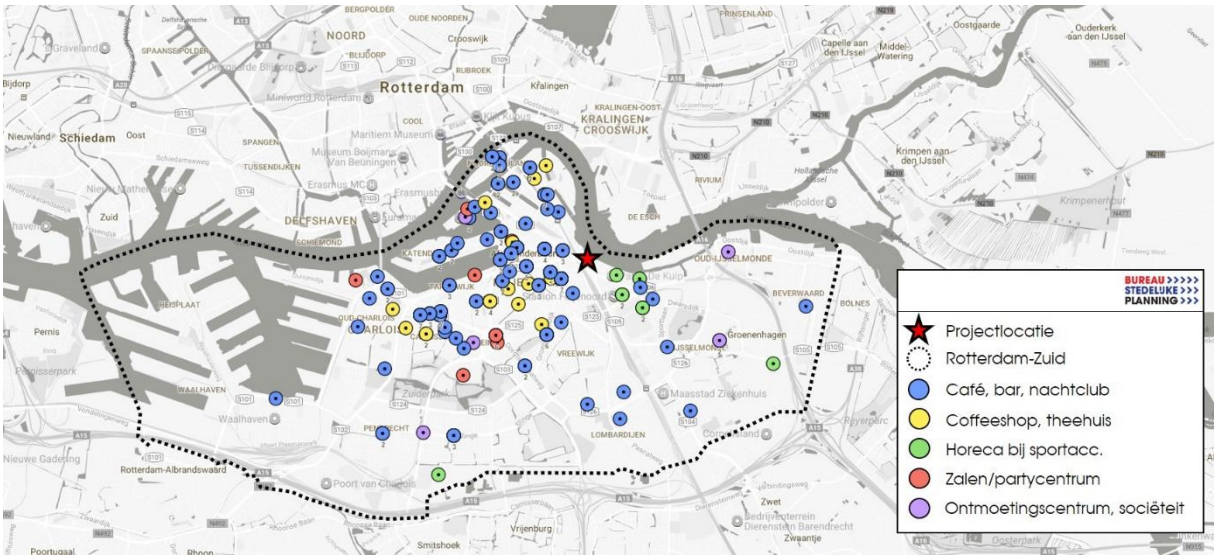
HUIDIG AANBOD GEMEENTE ROTTERDAM >>

AANBOD DRANKEN (GEMEENTE ROTTERDAM)			
Deelsector	**VKP**	**M² VVO***	**GEM. OMVANG**
Café, Bar, Nachtclub	456	39.028	86
Coffeeshop, Theehuis	118	7.100	60
Discotheek, Dancing	6	1.892	315
Horeca bij recreatie	25	4.764	191
Horeca. bij sportacc.	33	9.129	277
Kiosk, Consumptietent	6	43	7
Ontmoetingscentrum, Sociëteit	17	1.735	102
Strandbedrijf	15	2.844	190
Zalen-/Party-/Congrescentrum	46	7.290	158
Totaal dranken	**722**	**73.825**	**102**
AANBOD FASTSERVICE (GEMEENTE ROTTERDAM)			
Deelsector	**VKP**	**M² VVO**	**GEM. OMVANG**
Broodjeszaak, Lunchroom e.d.	193	11.652	60
Cafetaria, Snackbar, Automatiek	178	8.156	46
Creperie	7	758	108
Fastfoodrestaurant	39	8.026	206
Grillroom,Shoarmazaak	125	6.019	48
IJssalon	28	821	29
Overig spijsverstrekkend	83	3.040	37
Restauratie	7	445	64
Totaal fastservice	**660**	**38.917**	**59**
AANBOD RESTAURANT (GEMEENTE ROTTERDAM)			
Deelsector	**VKP**	**M² VVO**	**GEM. OMVANG**
Café-restaurant	158	26.659	169
Petit-rest., Bistro, Pizzeria	75	4.560	61
Restaurant	342	53.911	158
Wegrestaurant	3	790	263
Totaal restaurant	**1.960**	**198.662**	**101**

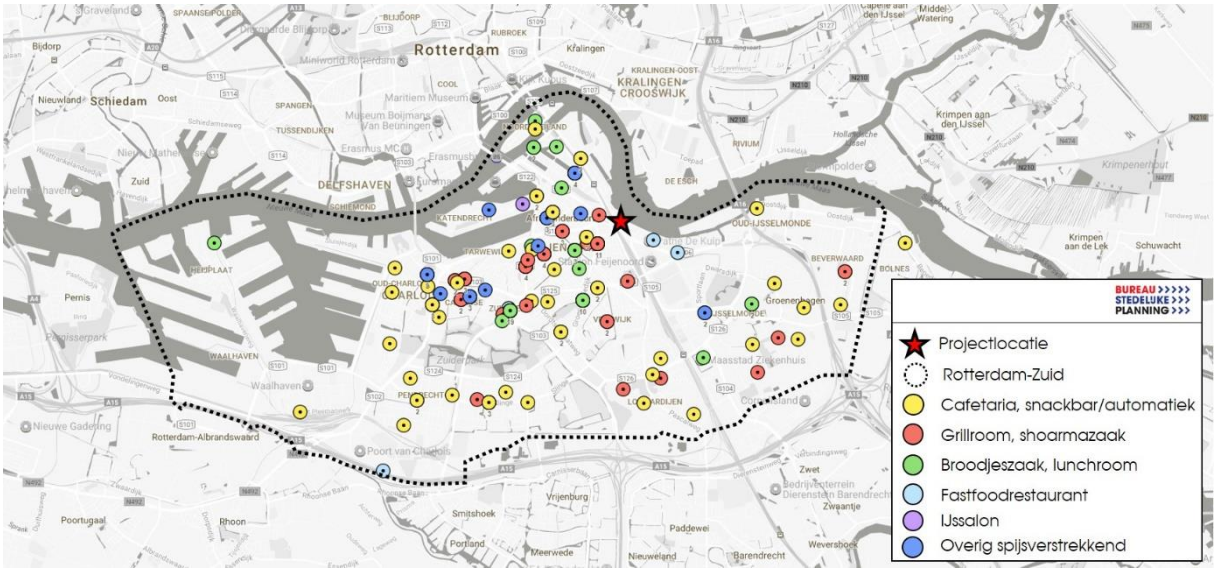
EINDTOTAAL HORECA (GEMEENTE ROTTERDAM)			
	VKP	M² VVO	GEM. OMVANG
Eindtotaal horeca	1.960	198.662	101

TABEL 41 HORECA-AANBOD GEMEENTE ROTTERDAM
Bron: HorecaDNA, maart 2018 m² vvo (verkoopvloeroppervlakte, is enkel toegankelijk voor bezoekers) *exclusief oppervlakte van eventueel aanwezige zalen

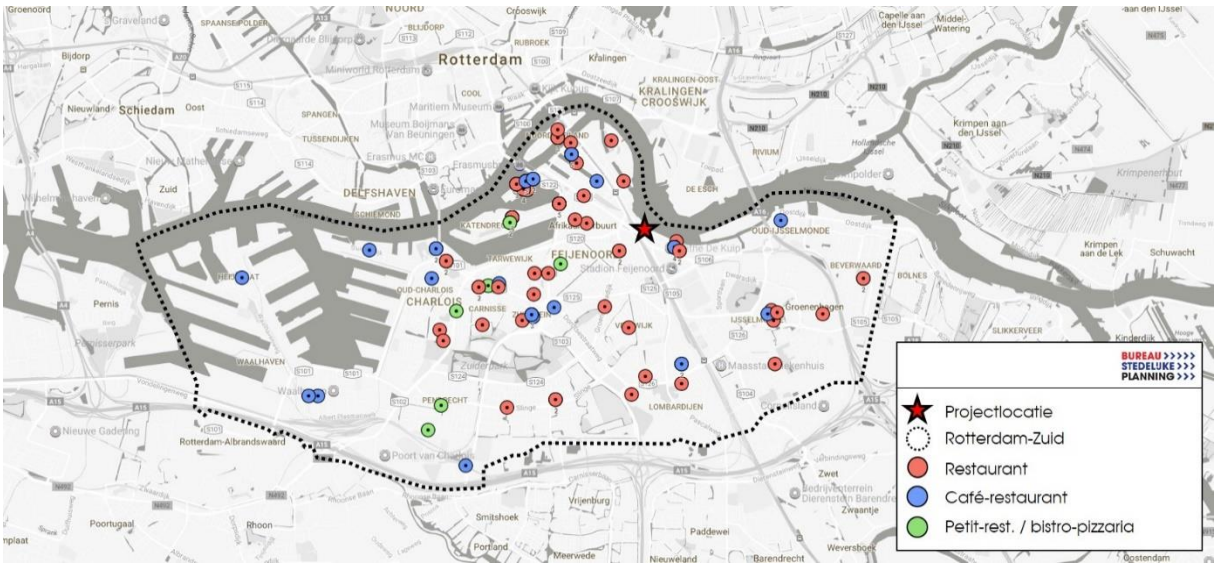
HORECA-AANBOD ROTTERDAM-ZUID >>



FIGUUR 34 HORECA-AANBOD DRANKENSECTOR ROTTERDAM ZUID
Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning; Horeca DNA, 2019



FIGUUR 35 HORECA-AANBOD FASTSERVICESECTOR ROTTERDAM ZUID
Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning; Horeca DNA, 2019



FIGUUR 36 HORECA-AANBOD RESTAURANTSECTOR ROTTERDAM ZUID
Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning; Horeca DNA, 2019

HORECA-AANBOD ROTTERDAM DE VERANDA >>

In onderstaande tabel is het horeca aanbod van de Veranda opgenomen.
Een deel daarvan bevindt zich in de strip waarin ook de bioscoop is gevestigd. Deze vestigingen komen bij herinvulling van de Veranda (in ieder geval) in aanmerking voor verplaatsing.

NAAM	SECTOR	DEELSECTOR	M² VVO	M² BVO*	DEELGEBIED
KFC	Fastservice	Fastfoodrest.	500	625	Strip
Atoll	Drank	Horeca bij sport	300*	375	Strip
Brasserie Stadion Feyenoord	Drank	Horeca bij sport	1.960	2.450	Stadion
Restaurant Helai	Restaurant	Restaurant	600	750	
De Beren	Restaurant	Café - restaurant	300	375	Strip
Happy Italy	Restaurant	Restaurant	250	313	
New Kampong Kita	Restaurant	Restaurant	300	375	Strip
Shabu	Restaurant	Restaurant	600	750	
Malaka	Restaurant	Restaurant	418	523	
Mister Wok	Restaurant	Restaurant	140	175	
Totaal			**5.368**	**6.711**	

TABEL 42 HORECA-AANBOD DE VERANDA EN DE KUIP
Bron: Google search; verhouding 100% bvo / 80% vvo, **10% van totaal bvo

BIJLAGE 4 HOTEL EN WELLNESS

HOTELS

Huidig aanbod Rotterdam

	< 10 KAMERS	10-50 KAMERS	51-100 KAMERS	>100 KAMERS	>200 KAMERS	TOTAAL
Hotels	13	33	9	11	11	77
Kamers	81	757	724	1.510	2.590	5.662
Hotel/kamers	6	23	80	137	235	74

TABEL 43 HUIDIG AANBOD HOTELS REGIO RIJNMOND
Bron: HorecaDNA, maart 2018

Huidig aanbod regio Rijnmond

	< 10 KAMERS	10-50 KAMERS	51-100 KAMERS	>100 KAMERS	>200 KAMERS	TOTAAL
Hotels	20	42	16	18	11	107
Kamers	118	994	1.221	2.417	2.590	7.340
Hotel/kamers	6	24	76	134	235	69

TABEL 44 HUIDIG AANBOD HOTELS REGIO RIJNMOND
Bron: HorecaDNA, maart 2018

Berekening kwantitatieve behoefte

Voor de berekening van de totale behoefte aan extra kamercapaciteit zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:[75]

- **Huidig aanbod onderzoeksgebied**: 6.389 kamers, zie bovenstaande tabel.
- **Huidige bezettingsgraad**. Meest recente cijfer die nu beschikbaar is, komt van Horwath: de hotels in de Stadsregio Rotterdam hadden in 2017 een bezettingsgraad van 73,9%.
- **Benodigde bezettingsgraad**. In de branche is het gebruikelijk om voor een gezonde exploitatie te rekenen met een bezettingsgraad van 60 tot 65%. Het break-even-point, het punt waar de totale opbrengsten gelijk zijn aan de totale uitgaven, ligt gemiddeld lager.
- **Verwachte (groei van de) vraag**. De laatste CPB-raming (2019) gaat uit van een economische groei van 1,5% voor dit jaar, 1,5% in 2020 en voor de middellange termijn gaan we voorzichtigheidshalve uit van een groei van 1,5%. We gaan ervan uit dat een de economische groei gepaard gaat met een evenredige groei van het aantal overnachtingen en rekenen daarom

[75] Deze methodiek is door Bureau Stedelijke Planning eerder gevolgd in Ladder-onderbouwingen en Raad van State-procedures, onder meer voor de (hotel)ontwikkeling Den Haag-Spuikwartier (OCC), zie ook Uitspraak 201506639/1/R6.

met 1,5%. Geprojecteerd over 10 jaar gaat het om een groei van 15% (berekening: 1,015^10-1).

- **Kamerprijzen**. Kamerprijzen worden constant verondersteld en hebben dus geen invloed op de behoefte.
- **Vervangingsvraag**. De regionale behoefte is gelijk aan de vraag minus het (geplande) aanbod binnen het onderzoeksgebied in de betreffende onderzoeksperiode. In geval van transformatie of onttrekkingen (bijvoorbeeld door sloop) is sprake van een vermindering van het aanbod. Dit kan ook onderdeel zijn van de behoefteberekening. De fiscus gaat ervan uit dat een bedrijfsruimte 50 jaar mee kan. De jaarlijkse (fiscale) afschrijving bedraagt dus 2% van de boekwaarde van het pand. Het is bedrijfseconomisch overigens gebruikelijk het onroerend goed eerder af te schrijven, veelal in 30 jaar (de gemiddelde economische levensduur). Voorzichtigheidshalve is in deze van 50 jaar uitgegaan. Niet de gehele vervangingsvraag is nieuwbouw. In de behoefteraming is aangegeven dat naar schatting de helft van de vervangingsvraag herbouw of herinvulling van een hotel op dezelfde locatie betreft, en de andere helft nieuwbouw (ten behoeve van hotels die gesloopt of getransformeerd worden). De vervangingsbehoefte bedraagt dus circa 1%. Navraag bij Locatus (de dataleverancier van verkooppunten in Nederland) en HorecaDNA leert dat zij geen specifieke cijfers hebben over de vervangingsvraag, maar een autonome uitval/vervangingsvraag van zo'n 0,5% - 1% van de voorraad per jaar herkennen. Dit is het gevolg van veroudering (en onvoldoende financieringsmogelijkheden voor vernieuwing), faillissement, opvolgingsproblematiek en bijvoorbeeld transformatie naar andere functies zoals bijvoorbeeld (tijdelijke) migrantenhuisvesting. Uiteraard dient dan de plantitel uiteindelijk te worden gewijzigd.

PARAMETER		BEREKENING
Huidige vraag (kamers*bezetting*365 dagen)	1.723.337	6.389 *73,9%*365
Toekomstige vraag 2019-2029	2.000.003	1.723.337*(1,015^10)
Extra vraag 2019-2029	276.666	2.000.003-1.723.337
Waarvan op te vangen binnen bestaande capaciteit	*-265.846*	(6.389*62,5%)-1.723.337
Waarvan extra capaciteit benodigd	*542.512*	276.666 - -265.846
Benodigde extra kamercapaciteit 2029	***929***	542.512*62.5%/365
Vervangingsvraag nieuwe kamercapaciteit 2019-2029	755	6.389*1%*10*73,0%/62,5%
Totale behoefte extra kamercapaciteit	**1.684**	

TABEL 45 BEHOEFTERAMING HOTELS ROTTERDAM

RELEVANTE PLANCAPACITEIT HOTEL ROTTERDAM

PROJECT	LOCATIE	AANTAL KAMERS	OPMERKINGEN
Sofitel Rijnhaven	Feijenoord	200	Hard
Hart van Zuid Ahoy	Charlois	250	Hard
WestCord Hotel Chicago	Wilhelminapier	182	Hard
The Sax MVRDV	Wilhelminapier	150	Hard
The One (Blaak 22-24)	Centrum	250	Hard
Kimpton Hotel (POST)	Centrum	231	Hard
Totaal		**1.263**	

TABEL 46 RELEVANTE PLANCAPACITEIT HOTELS

WELLNESS

Benchmark metrage landelijke wellnessbedrijven

NAAM	BEBOUWD OPP.	GEBRUIKSOPP.*	OPMERKINGEN
Thermen Holiday, Schiedam	2.600	3.500	
Elysium, Bleiswijk	3.800	9.100	
Sanadome, Nijmegen	5.500	10.600	Inclusief hotel met 106 kamers
Zwaluwhoeve, Hierden	2.800	3.500	
Thermen Bussloo, Voorst	3.700	4.800	Inclusief 72 kamers/suites

TABEL 47 REFERENTIE WELLNESSBEDRIJVEN MET VERGELIJKBARE OMVANG
Bron: Vastgoeddata, 2018 *BAG viewer (dit is enkel het hoofdgebouw, bijgebouwen rondom zoals buitensauna's etc. zijn hierin niet meegenomen