

Apeldoorn, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse winkelontwikkeling Asselsestraat

Lidl Nederland Gmbh



Apeldoorn, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse winkelontwikkeling Asselsestraat

Lidl Nederland Gmbh

Rapportnummer:	P01131_8
Datum:	4 april 2019
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevr. Gonny Doornbos, dhr. Maikel Baijer
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Ruben Barnhoorn, Roos Hoedjes
Trefwoorden:	Supermarkt, verplaatsing, effecten, ruimtelijk, functioneel, Ladder voor Duurzame Verstedelijking
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	De huidige situatie en de distributieve mogelijkheden voor een uitbreiding van het winkelaanbod en meer specifiek dagelijkse artikelenwinkels in Apeldoorn worden kernachtig in beeld gebracht. Daarnaast worden de effecten van een vestiging van een Lidl supermarkt (of een andere winkel) op de hoek van de Asselsestraat en Prinses Beatrixlaan op de detailhandelsstructuur van Apeldoorn aangegeven. Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling voorziet in een behoefte en dat de mogelijke effecten op de consumentenverzorging, detailhandelsstructuur en leegstand in Apeldoorn aanvaardbaar zijn.

BRO
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING EN ACTIES	2
1.1 Achtergrond	2
1.2 Conclusies analyses en laddertoets	4
2. AANBOD- EN VRAAGANALYSE	6
2.1 Aanbod	6
2.2 Leegstand	13
2.3 Vraag	14
2.4 Conclusies	15
3. TRENDS EN BELEIDSKADERS	16
3.1 Trends en ontwikkelingen	16
3.2 Beleidskader	20
3.3 Conclusies	22
4. ECONOMISCH FUNCTIONEREN & EFFECTEN	23
4.1 Uitgangspunten	23
4.2 Economisch functioneren	26
4.3 Effecten beoogde ontwikkeling	30
4.4 Conclusie	33
5. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJ KING	34
5.1 Conclusie	36
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Leegstand Apeldoorn	2

1. INLEIDING EN ACTIES

1.1 Achtergrond

Aanleiding en vraagstelling

Lidl Nederland is voornemens om een supermarkt op de hoek van de Asselsestraat en Prinses Beatrixlaan te Apeldoorn te realiseren. Op deze locatie wordt de vestiging van een supermarkt beoogd met parkeermogelijkheden. In verband met de benodigde bestemmingsplanwijziging is een ruimtelijk-functionele onderbouwing noodzakelijk, waarvan de toepassing van de ladder voor duurzame verstedelijking een belangrijk onderdeel is.

De centrale vraag is:

Is de beoogde supermarktontwikkeling van de Lidl aan de Asselsestraat in Apeldoorn passend in en aanvaardbaar voor de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging in Apeldoorn?

Het initiatief

Het initiatief betreft de realisatie van een supermarkt met een winkelvloervloeroppervlak (wvo) van 1.039 m². In totaliteit beslaat het winkelpand straks ca. 1.650 m² bvo. Op de verdiepingsvloer worden naast een pantry, ook nog twee appartementen gerealiseerd. De effectenstudie heeft alleen betrekking op de uitbreiding van het detailhandelsaanbod.

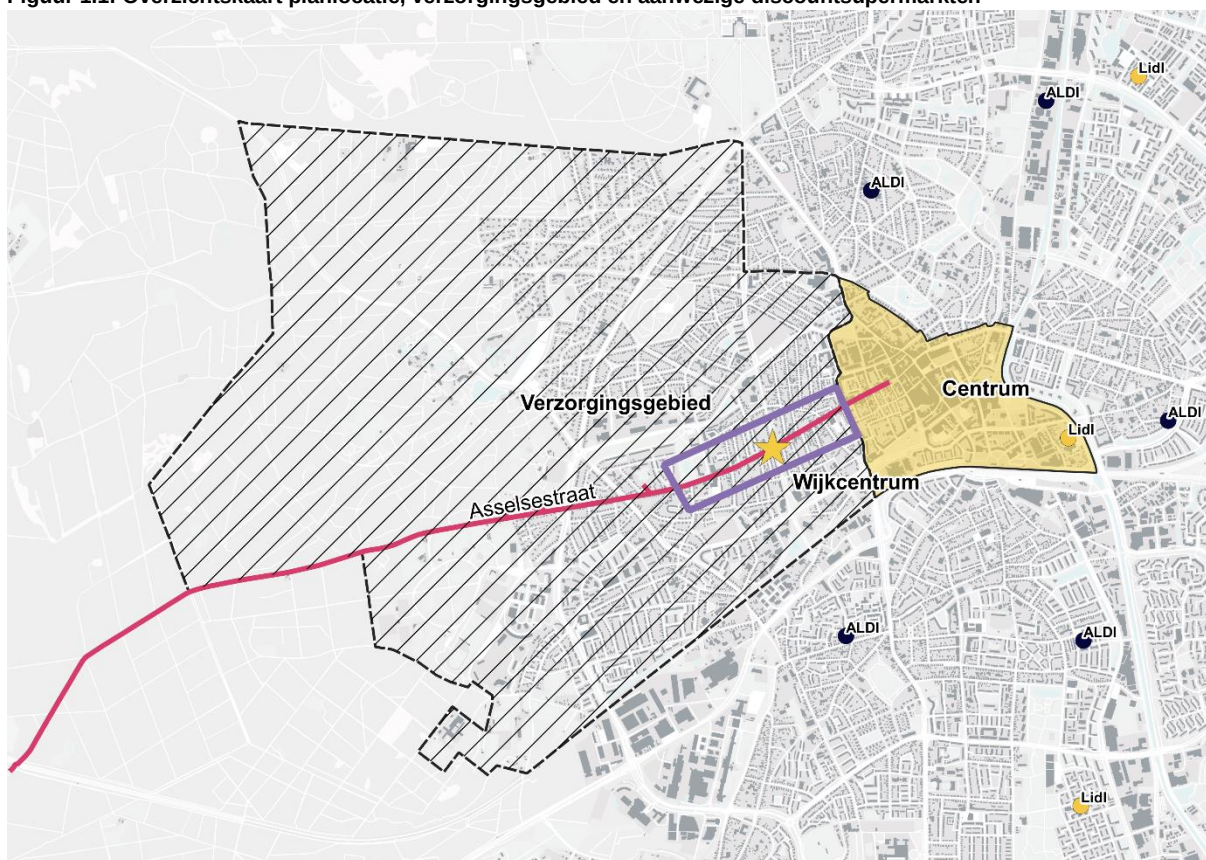
De beoogde locatie is gelegen op de hoek van de Asselsestraat en Prinses Beatrixlaan in Apeldoorn West in Orden (meer specifiek in de buurt Driehuizen). Het winkelgebied Asselsestraat is een wijkwinkelcentrum¹. De consument komt hier vooral voor de aankoop van dagelijkse artikelen en in meer beperkte mate ook voor niet-dagelijkse artikelen². Omdat de beoogde locatie van Lidl deel uitmaakt van een wijkwinkelcentrum, zal de bestemming detailhandel algemeen worden. Dit houdt in dat de onderbouwing en laddertoets zich niet alleen zullen kunnen beperken tot de dagelijkse artikelensector, waar een supermarkt toe behoort, maar ook de niet-dagelijkse artikelensector zal moeten omvatten. Wel moet de kans dat zich een andere winkel dan Lidl in het pand vestigt gedurende de bestemmingsplanperiode als zeer klein ingeschat worden omdat het pand voor Lidl ontworpen is en Lidl het winkelpand ook in eigendom gaat nemen na de realisatie.

De volgende afbeelding geeft de planlocatie weer evenals het primaire verzorgingsgebied Apeldoorn West.

¹ Locatus rekent de Asselsestraat en de Schapendoesweg tot twee winkelgebieden. In de onderstaande analyse worden beide gebieden gerekend tot één winkelgebied, overeenkomstig met het beleid van de gemeente Apeldoorn.

² Onder dagelijkse artikelen worden voedings- en genotmiddelen en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging verstaan. De dagelijkse artikelensector omvat in de distributie-planologische praktijk supermarkten, levensmiddelen speciaalzaken en winkels op het gebied van persoonlijke verzorging zoals drogisterijen en parfumeriezaken. Dit is exclusief apotheken. De niet-dagelijkse artikelensector omvat alle andere soorten winkels. Voor de aanbodanalyse wordt gebruik gemaakt van de gegevens van Locatus (checkdatum oktober en november 2018).

Figuur 1.1: Overzichtskaat planlocatie, verzorgingsgebied en aanwezige discountsupermarkten



Het primaire verzorgingsgebied van winkelcentrum Asselsestraat en meer specifiek de nieuwe Lidl is afgebakend tot de buurten Orden, Berg en Bos, Park Berg en Bos, Sprengenweg Noord, Brinkhorst, Driehuizen en Sprengenbos. De inwoners van dit gebied zullen naar verwachting in relatief sterke mate op het aanbod in de Asselsestraat georiënteerd zijn en uit dit gebied zal naar verwachting het grootste deel van de omzet van de toekomstige winkel komen, mede gezien de verkeersinfrastructuur. Specifiek voor de supermarkt is daarbij ook rekening gehouden met de locatie van de andere supermarkten in Apeldoorn, met name de supermarkten in het discountsegment (zie figuur 1.1). Hierbij dient opgemerkt te worden dat wijkwinkelcentrum Asselsestraat in het oosten overloopt in het centrum van Apeldoorn. Het wijkwinkelcentrum Asselsestraat omvat echter alleen het gedeelte van deze straat dat niet in de wijk Centrum gelegen is (conform afbakening van de gemeente en Locatus). De tot de centrumring behorende Wilhelmina Druckerstraat vormt hierbij de scheidslijn.

1.2 Conclusies analyses en laddertoets

Op basis van de analyses komt BRO tot de conclusie dat het bezien vanuit de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging passend en aanvaardbaar is om binnen het marktgebied ruimte te bieden aan de ontwikkeling van de supermarkt Lidl aan de Asselsestraat in Apeldoorn. Aan deze conclusie liggen de volgende conclusies uit de analyses ten grondslag.

- De ontwikkeling sluit aan bij de beleidsmatig vastgelegde ambitie van de gemeente Apeldoorn om de fijnmazigheid van de winkelstructuur voor de dagelijkse aankopen te waarborgen, waarbij eventueel ruimte wordt geboden aan de versterking van de boodschappenfunctie.
- De ontwikkeling sluit aan bij de beleidsambitie van de provincie Gelderland waarbij wordt ingezet op behoud van bestaande, sterke winkelcentra maar ook het accommoderen van nieuwe ontwikkelingen (marktdynamiek).
- De ontwikkeling van een supermarkt of een niet-dagelijkse artikelenwinkel sluit aan bij de algemene, landelijke trends en ontwikkelingen, waaronder de wens van de consument om veel keuzemogelijkheden te hebben.
- De omvang van het aanbod aan dagelijkse artikelen binnen Apeldoorn West ligt op dit moment onder het landelijke gemiddelde. Dit geldt ook voor het supermarktaanbod in Apeldoorn West.
- De winkelleegstand in Apeldoorn en Apeldoorn West is recentelijk afgenomen en is nu beperkt.
- De Lidl opereert in een specifiek marktsegment (discount) en wordt gekenmerkt door een sterke trekkracht richting consumenten. In Apeldoorn West is op dit moment geen vergelijkbare, reguliere discountsupermarkt aanwezig. Het toevoegen van de Lidl-supermarkt vergroot daarom de keuzemogelijkheden van de consumenten en verbetert daardoor de consumentenverzorging.
- Het aantal inwoners van de kern Apeldoorn zal groeien in de periode tot en met 2025 en ook daarna nog. De verwachting is dat de bevolking in Apeldoorn West stabiel zal blijven, waardoor de vraag naar dagelijkse aanbod ook min of meer stabiel zal blijven (afgezien van een eventuele verdere groei van de bestedingen).
- Met de realisatie van Lidl wordt er onder meer invulling gegeven aan het pand van de voormalige Karwei bouwmarkt. Deze zal worden getransformeerd tot een moderne, toekomstbestendige supermarkt, waardoor leegstand wordt ingevuld. Het gaat dus deels om herstructurering van beschikbare gronden en panden in stedelijk gebied.
- De dagelijkse sector in het onderscheiden marktgebied Apeldoorn West functioneert in de huidige situatie goed en realiseert theoretisch een hogere vloerproductiviteit dan het landelijke en Apeldoornse gemiddelde. Wel blijkt uit het koopstromenonderzoek uit 2015 dat er toen er sprake was van een aanzienlijke afvloeiing van koopkracht naar elders (ca. 35%). De koopkrachtafvloeiing was in de niet-dagelijkse sector nog veel sterker (ca. 92%). Wel trok het aanbod in beide sectoren relatief veel koopkracht van buiten Apeldoorn West, hetgeen mede komt door de ligging van veel winkelaanbod aan de rand van het gebied.
- Door de realisatie van Lidl zal de vloerproductiviteit in de dagelijkse sector in het marktgebied iets afnemen. Omdat de huidige vloerproductiviteit van de dagelijkse sector aan de Asselsestraat momenteel op een relatief hoog niveau ligt, is de kans zeer gering dat de bescheiden daling van de vloerproductiviteit door de vestiging van Lidl zal leiden tot onaanvaardbare effecten op de bestaande dagelijkse detailhandelsvestigingen. De komst van Lidl zal normaliter niet leiden tot onaanvaardbaar omzetverlies of nieuwe leegstand.

- Door de spreiding van de omzeteffecten buiten Apeldoorn West over een zeer groot aantal aanbieders, is het ook niet te verwachten dat door de nieuwe Lidl-vestiging elders in Apeldoorn dagelijkse of niet-dagelijkse artikelenwinkels verdwijnen. Wel hangt dit bij de eventuele vestiging van een niet-dagelijkse artikelenwinkel af van de branche en aard van de winkel. De kans dat een niet-dagelijkse artikelenwinkel zich in de bestemmingsplanperiode in het beoogde pand zal vestigen, acht BRO echter zeer klein omdat het pand specifiek voor Lidl gebouwd wordt en door deze firma in eigendom genomen wordt.
- De Ladder voor duurzame verstedelijking kan op een positieve wijze worden doorlopen omdat de nieuwe Lidl geen onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur of de leegstand heeft. Daarnaast geeft de ontwikkeling zowel in kwalitatieve als in kwantitatieve zin invulling aan de behoefte vanuit de consument (keuzevrijheid, modernisering supermarkten). Ook in het onwaarschijnlijke geval dat er een niet-dagelijkse artikelenwinkel in het nieuwe pand komt, worden door de spreiding van de omzeteffecten, geen onaanvaardbare effecten op de consumentenverzorging en/of de Apeldoornse detailhandelsstructuur verwacht. De kans op een toename van de leegstand is zeer klein en van onaanvaardbare effecten op het leef-, woon-, en ondernemersklimaat normaliter geen sprake zijn. Bovendien zal een voormalig bouwmarktpand getransformeerd worden naar een nieuwe winkel en wordt de winkelfunctie en -uitstraling van wijkwinkel Asselsestraat versterkt. Tenslotte past de ontwikkeling in de relevante beleidskaders.

2. AANBOD- EN VRAAGANALYSE

2.1 Aanbod

Gemeente Apeldoorn

In de gemeente Apeldoorn zijn 772 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak (wvo) van ruim 282.200 m². In onderstaande tabel wordt de verdeling van het winkelaanbod aanbod in gemeente Apeldoorn weergegeven, met de supermarktsector uitgelicht.

Tabel 2.1: Aanbod dagelijkse sector gemeente Apeldoorn

	Aantal verkooppunten	Winkel- vloeroppervlak(m ² wvo)	m ² wvo per winkel
Levensmiddelen (incl. supermarkten)	184	52.437	285
Persoonlijke verzorging	34	6.812	200
Dagelijkse artikelen totaal	218	59.249	270
Niet-dagelijkse artikelen	554	222.970	402
Totaal	772	282.219	366

Bron: Locatus, oktober 2018

Circa 74% van de omvang in de dagelijkse artikelensector wordt ingevuld door de supermarkten, dit is iets hoger is dan het landelijke gemiddelde (72%). Buiten de supermarkten wordt de levensmiddelen-branche ingevuld door speciaalzaken. In de gemeente Apeldoorn zijn bijvoorbeeld 28 bakkers, 13 slaggers, 27 slijterijen, 4 groente- en fruitzaken en diverse speciaalzaken in kaas, vis, koffie en delicatessen gevestigd.

Landelijk gezien bedraagt het aanbod in de dagelijkse sector 355 m² wvo per 1.000 inwoners³. In de gemeente Apeldoorn⁴ is dit met 364 m² wvo iets groter dan het landelijk gemiddelde. Bekijken we het supermarktaanbod, dan is dit ook iets groter (ca. 269 m² wvo per 1.000 inwoners in Apeldoorn t.o.v. 256 m² wvo per 1.000 landelijk).

Supermarktaanbod

De gemeente Apeldoorn beschikt over 43 supermarkten (exclusief minisupermarkten en supermarkten op recreatieparken of in zorgcentra) met een totale omvang van 43.072 m² wvo. Hiervan zijn er 37 in de kern Apeldoorn gevestigd, 1 in Beekbergen, 1 in Hoenderloo, 1 in Loenen, 1 in Uddel en 2 in Uchelen. Veel van de supermarkten in de kleinere kernen hebben een beperkte maat. Zo is geen enkele supermarkt groter dan 1.000 m² wvo. Ter vergelijking: de supermarkten in de kern Apeldoorn hebben gemiddeld een omvang van 1.045 m² wvo (landelijk gemiddelde 940 m² wvo, inclusief recreatieparken), in de overige kernen is dit gemiddeld 879 m² wvo (excl. supermarkten op vakantieparken). In navolgende paragraaf wordt specifiek stilgestaan bij het supermarktaanbod in de kern Apeldoorn.

³ Landelijk aanbod, exclusief apotheek (Locatus, oktober 2018). Aantal inwoners Nederland: 17.260.660 (CBS Bevolkingstellers, oktober 2018)

⁴ Inwonertal: 161.156 (CBS Statline, 2018)

Kern Apeldoorn

Navolgende tabel geeft de omvang en samenstelling van het winkelaanbod weer naar sector en branche.

Tabel 2.2: Detailhandelsaanbod kern Apeldoorn t.o.v. vergelijkbare plaatsen

	Kern Apeldoorn (ca. 141.110 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (100.000-175.000 inwoners) ⁵		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Leegstand	124	20.794	168	120	22.385	186
Levensmiddelen	146	45.635	313	176	43.775	249
Persoonlijke verzorging	30	6.320	211	52	7.781	149
Sector dagelijkse artikelen	176	51.955	295	228	51.556	226
Warenhuis	3	2.859	953	4	7.563	1.741
Kleding en mode	118	28.714	243	173	36.238	209
Schoenen en lederwaren	26	6.370	245	36	6.321	178
Juwelier en optiek	26	2.470	95	34	2.400	70
Huishoudelijke en luxe artikelen	19	5.478	288	30	8.044	265
Antiek en kunst	4	416	104	11	874	78
Sport en spel	22	12.673	576	30	10.451	349
Hobby	15	2.348	157	17	2.099	122
Media	14	2.555	183	21	2.912	140
Dier en plant	40	21.943	549	37	15.216	409
Bruin- en witgoed	24	8.009	334	33	6.455	196
Fietsen- en autoaccessoires	31	6.102	197	29	5.494	190
Doe-het-zelf ⁶	24	25.413	1.059	19	22.887	1.213
Wonen	78	61.874	793	75	53.297	714
Detailhandel overig	41	11.382	278	60	9.372	157
Sector Niet-dagelijkse artikelen	485	198.606	409	609	189.621	311
Totaal detailhandel	661	250.561	379	837	241.177	288

Bron: Locatus, 2018

Apeldoorn beschikt ten opzichte van de plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal in de dagelijkse artikelensector over minder verkooppunten. Gemiddeld zijn de winkels in de dagelijkse artikelensector in Apeldoorn wel groter dan in vergelijkbare plaatsen, waardoor de omvang in m² wvo wel op een gemiddeld niveau ligt. Ook in de niet-dagelijkse artikelensector is het aantal winkels kleiner maar zijn de winkels gemiddeld groter dan in de vergelijkbare plaatsen. Daarbij valt op dat de omvang van het aanbod in diverse op recreatief winkelen gerichte branches (branches warenhuis t/m media) in aantal winkels en/of verkoopruimte achterblijft bij de vergelijkbare plaatsen. Met name het aanbod aan warenhuis en kleding en mode en huishoudelijke en luxe is gering van omvang. De omvang van het aanbod in de vooral doelgericht bezochte branches (dier en plant t/m detailhandel overig) is daarentegen relatief ruim.

⁵ Gewogen naar inwonertal gemeente Apeldoorn

⁶ Aanbod nog inclusief de recent afgebrande Karwei-supermarkt in noordelijk Apeldoorn.

Supermarktaanbod

In de kern Apeldoorn zijn 37 supermarkten⁷ gevestigd met een gezamenlijke omvang van 38.676 m² wvo. Navolgend zijn de supermarkten groter dan 500 m² wvo naar formule, locatie en omvang benoemd.

Tabel 2.3 Supermarktaanbod kern Apeldoorn (> 500 m² wvo)

Naam	Adres	Winkelgebied	Omvang (m ² wvo)
Albert Heijn*	Salomestraat 27	Anklaar	2.027
Albert Heijn	Schapendoesweg 2	Asselsestraat	1.650
Albert Heijn	Talingweg 169	Hart van Zuid	1.378
Albert Heijn	Linie 189	Het Fort	1.267
Albert Heijn	De Eglantier 234	De Eglantier	1.256
Albert Heijn	Deventerstraat 10	Centrum Apeldoorn	1.008
ALDI-Markt	Vlijtseweg 184	Bedrijventerrein	963
ALDI-Markt	Koninginnelaan 40	Koninginnelaan	819
ALDI-Markt	Mgr. Nolensstraat 43	Kayershof	790
ALDI-Markt	Hoge Dries 64	Bebouwde kom	578
ALDI-Markt	Auroralaan 39	Bebouwde kom	506
Boni	Asselsestraat 101	Asselsestraat	950
Coop	Snijdersplaats 10	Gildehof	934
Coop	Mercatorplein 61	Kerschoten	886
Coop	Distelvinderlaan 54	Bebouwde kom	767
Dekamarkt	Vlijtseweg 184	Bedrijventerrein	2.849
Dekamarkt	Ordenplein 144	Ordenplein	1.650
Dekamarkt	Havikstraat 19	Bebouwde kom	1.648
Dekamarkt	De Eglantier 668	De Eglantier	1.579
Dekamarkt	Imkersplaats 8	De Maat	690
Dekamarkt	Mercatorplein 15	Kerschoten	674
Dirk	Kanaal Noord 17	Bebouwde kom	1.849
Dirk	Linie 313	Het Fort	1.242
Jumbo	Korianderplein 61	De Mheen	1.701
Jumbo	Schubertplein 1	Schubertplein	835
Lidl*	Salomestraat 9	Anklaar	1.132
Lidl	Maasstraat 94	Maasstraat	1.077
Lidl	Kanaal Noord 23	Bebouwde kom	1.012
Özbaktat	Talingweg 45	Hart van Zuid	1.306
Plus	Musketiersveld 115	Musketiersveld	1.389

Bron: Locatus, oktober 2018

* Deze winkels zijn vanwege de verbouwing van winkelcentrum Anklaar tijdelijk kleiner gehuisvest. Hier is de oorspronkelijke omvang opgenomen. Na de renovatie komen de winkels groter terug.

Een deel van de supermarkten in Apeldoorn is aan de kleine kant naar de huidige maatstaven voor moderne supermarkten (service-supermarkten ca. 1.250 – 1.750 m² wvo, discounters ca. 1.000 – 1.500 m² wvo). Daarnaast kent Apeldoorn ook een aantal grote tot zeer grote supermarkten, zoals de

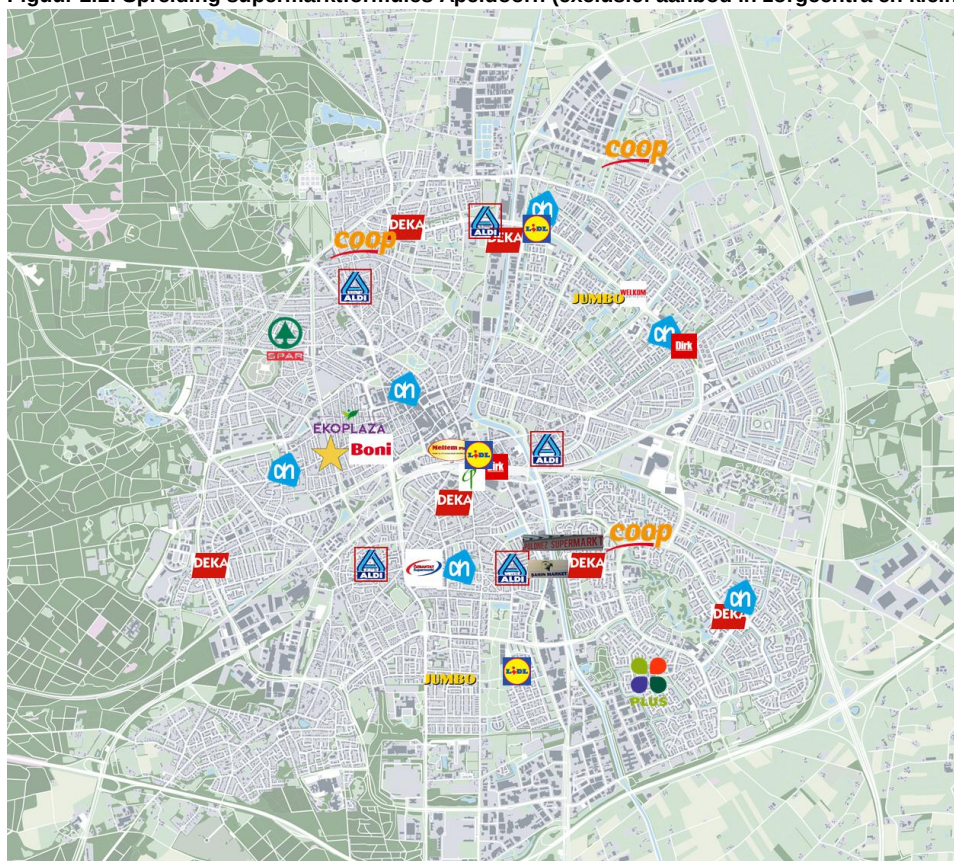
⁷ Exclusief winkels in zorgcentra en minisupermarkten.

Dekamarkt aan de Vlijtseweg (2.849 m² wvo) en de Albert Heijn in wijkcentrum Anklaar (2.027 m² wvo).

De consument heeft in Apeldoorn de beschikking over een groot aantal (reguliere) supermarktformules, variërend van discount tot full service. Het pure discountsegment bestaat daarbij uit de formules Lidl en Aldi en zij onderscheiden zich met name van de full service en andere supermarkten door het veel geringere aantal supermarktartikelen dat in het assortiment gevoerd wordt en de aanwezigheid van actiematige gevoerde non-food artikelen. Wel krijgt het service-element bij de genoemde formules de laatste jaren steeds meer aandacht (kwaliteit groente en fruit, afbakbrood, ruimere winkels).

Verder zijn er in Apeldoorn nog diverse gespecialiseerde supermarkten aanwezig, zoals Ekoplaza en de diverse allochtone supermarkten. De consument wordt hiermee verschillende keuzemogelijkheden geboden.

Figuur 2.1: Spreiding supermarktformules Apeldoorn (exclusief aanbod in zorgcentra en kleinschalige supermarkten)



Een belangrijk aspect bij de ruimtelijke situering van dagelijkse voorzieningen is dat deze voor inwoners binnen aanvaardbare afstand bereikbaar zijn. Over het gehele land bezien zijn supermarkten binnen een afstand van gemiddeld 900 meter voor alle inwoners van Nederland bereikbaar. De supermarkten in Apeldoorn hebben over het algemeen een goede spreiding; nagenoeg alle inwoners hebben op relatief korte afstand van de woning de beschikking over een supermarkt. In delen van

Apeldoorn overlappen de afstanden van 900 meter elkaar, waardoor consumenten hier de beschikking hebben over meerdere supermarkten op korte afstand van de woning.

Apeldoorn West

De beoogde locatie van Lidl aan de Asselsestraat is gelegen in Apeldoorn West. Apeldoorn West bestaat uit de buurten Orden, Berg en Bos, Park Berg en Bos, Sprengenweg Noord, Brinkhorst, Driehuizen en Sprengensbos. Het initiatief doet zich voor in de wijk Orden, in de buurt Driehuizen. Het winkel aanbod in Apeldoorn West kent de volgende omvang en samenstelling:

Tabel 2.4 Omvang en samenstelling winkelaanbod Apeldoorn West

	Apeldoorn West (21.465 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Leegstand	8	1.117	140
Levensmiddelen	19	5.873	309
Persoonlijke verzorging	2	341	171
Dagelijkse artikelen	21	6.214	296
Warenhuis	-	-	-
Kleding en mode	4	508	127
Schoenen en lederwaren	-	-	-
Juwelier en optiek	1	35	35
Huishoudelijke en luxe artikelen	2	128	64
Antiek en kunst	-	-	-
Sport en spel	1	90	90
Hobby	2	240	120
Media	-	-	-
Dier en plant	4	472	118
Bruin- en witgoed	2	1.070	535
Fietsen- en autoaccessoires	5	490	98
Doe-het-zelf	3	325	108
Wonen	3	311	104
Detailhandel overig	5	527	105
Niet-dagelijkse artikelen	32	4.196	131
Totaal detailhandel	53	10.410	196

De navolgende tabel geeft het aanbod in de dagelijkse artikelensector in Apeldoorn West naar soort winkel weer.

Tabel 2.5: Detailhandelsaanbod dagelijkse sector Apeldoorn West naar soort winkel

Soort winkel	Verkooppunten	m ² wvo
Groente/Fruit	1	35
Bakker	4	200
Vlaaien	1	25
Slijter	3	102
Wijnwinkel	2	155
Supermarkt	5	5.051
Tabak/Lectuur	2	255
Vis	1	50
Drogisterij	2	341
Totaal	21	6.214

Bron: Locatus, oktober 2018

De supermarkten in Apeldoorn West zijn Dekamarkt (Ordenplein, 1.650 m² wvo), Albert Heijn (Asselsestraat, 1.650 m² wvo), Boni (Asselsestraat, 950 m² wvo), Ekoplaza (Asselsestraat, 349 m² wvo) en Spar (verspreide bewinkeling, 457 m² wvo).

In Apeldoorn West wonen in totaal 21.465⁸ personen. Afgezet naar het inwonertal blijft de omvang van het aanbod in de dagelijkse sector in Apeldoorn West achter op het landelijk gemiddelde (289 m² wvo per 1.000 inwoners tegen 355 landelijk), maar dat is niet ongebruikelijk op wijkniveau. Het supermarktaanbod in Apeldoorn West omvat 235 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is eveneens lager dan het landelijke gemiddelde (ca.256 m² wvo per 1.000 inwoners).

De niet-dagelijkse sector in Apeldoorn West kent meer winkels maar minder winkelmeters dan de dagelijkse artikelensector. In vergelijking met het gemiddelde voor de gehele kern Apeldoorn zijn de winkels ook klein (196 m² wvo tegen 409 m² wvo). Het afwezig zijn van grootschalige winkels (1.000 m² wvo of meer) vormt hiervoor de verklaring.

In Apeldoorn West zijn twee winkelgebieden aanwezig: het wijkcentrum Asselsestraat in de buurten Brinkhorst en Driehuizen en wijkwinkelcentrum Ordenplein⁹ in de buurt Orden. Het wijkwinkelcentrum Asselsestraat kent de volgende omvang en samenstelling van het winkelaanbod

⁸ Bron CBS Statline

⁹ Buurtcentrum Ordenplein is enige tijd geleden herontwikkeld tot een modern winkelcentrum met o.a. Dekamarkt, Kruidvat en Primera en heeft een belangrijke functie in de buurt (ook sociaal-maatschappelijk).

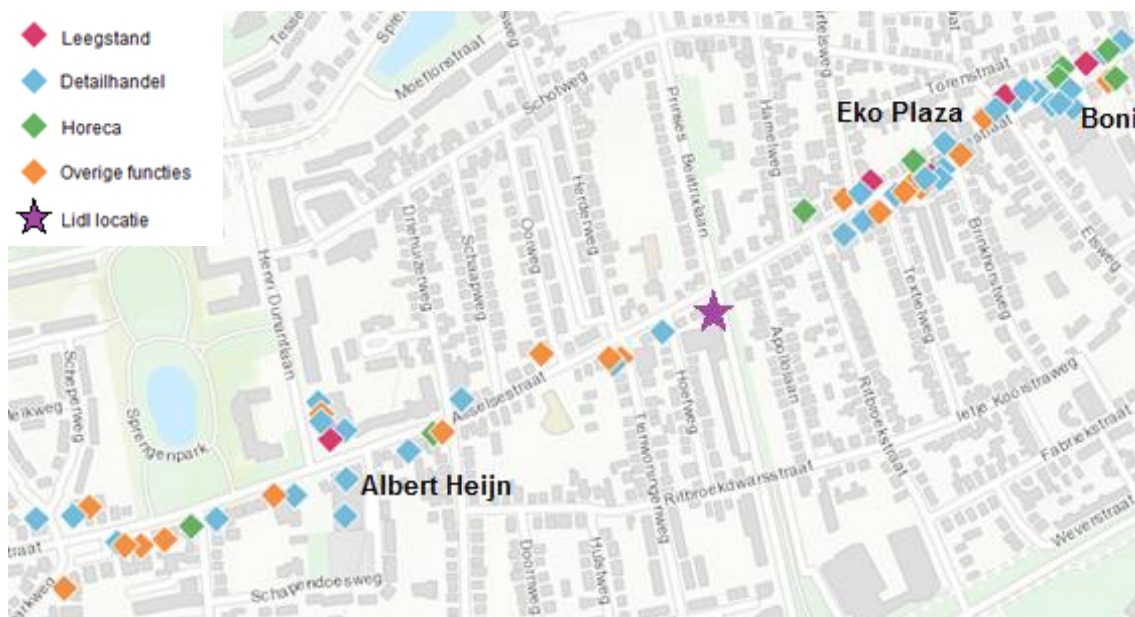
Tabel 2.6 Omvang en samenstelling winkelaanbod wijkwinkelcentrum Asselsestraat

	Asselsestraat		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Leegstand	5	446	89
Levensmiddelen	8	3.144	393
Persoonlijke verzorging	1	70	70
Dagelijkse artikelen	9	3.214	357
Warenhuis	-	-	-
Kleding en mode	2	155	78
Schoenen en lederwaren	-	-	-
Juwelier en optiek	1	35	35
Huishoudelijke en luxe artikelen	2	128	64
Antiek en kunst	-	-	-
Sport en spel	1	90	90
Hobby	2	240	120
Media	-	-	-
Dier en plant	1	100	100
Bruin- en witgoed	1	320	320
Fietsen- en autoaccessoires	2	255	128
Doe-het-zelf	3	325	108
Wonen	3	311	104
Detailhandel overig	3	387	129
Niet-dagelijkse artikelen	21	2.346	112
Totaal detailhandel	30	5.560	85

Kenmerkend voor wijkwinkelcentra is de aanwezigheid van minimaal twee supermarkten, een redelijk compleet pakket aan andere dagelijkse artikelenwinkels en de aanwezigheid van enkele andere, vooral op de verkoop van “alledaagse” non-foodartikelen gerichte winkels, zoals bloemen en planten, dierrenbenodigdheden en –voeding, rijwielen, etc. Dergelijk aanbod is in het wijkwinkelcentrum Asselsestraat aanwezig, evenals enkele horecavoorzieningen en dienstverlenende zaken. Maar zoals gebruikelijk is bij niet geplande maar historisch gegroeide winkelgebieden, omvat het wijkwinkelcentrum ook diverse meer gespecialiseerde winkels die niet in eerste instantie gericht zijn op de verzorging van de omringende woongebieden, maar ook klanten van verder weg trekken. Voorbeelden hiervan zijn Christine Le Duc (erotica), 't Parkethuus en Zit en Relax (beide woonbranche). Dit soort winkels is ook onder de verspreide bewinkeling in Apeldoorn West sterk vertegenwoordigd.

In ruimtelijk opzicht ligt het zwaartepunt in de bewinkeling duidelijk aan de oostzijde van het gebied, zoals navolgend kaartbeeld aangeeft. De Albert Heijn en aanpalende voorzieningen liggen op enige afstand aan de westzijde. De beoogde locatie van Lidl vormt een verbinding tussen het westelijke en oostelijke deel. Hiermee wordt bedoeld dat zowel de winkels en andere voorzieningen aan de oostelijke als die aan westelijke zijde van de Lidl via combinatiebezoek kunnen profiteren van de extra bezoekers die deze supermarkt naar de straat zal trekken.

Figuur 2.2: Retailaanbod Asselsestraat



Bron: Locatus 2018

2.2 Leegstand

Gemeente Apeldoorn

In de gemeente Apeldoorn staan volgens de meest recente, uit eind 2018 stammende gegevens van Locatus 134 panden leeg met een totale omvang van 22.262 m² wvo. Dit is aanzienlijk minder dan eind 2016 het geval was (158 panden en 28.958 m² wvo). De huidige leegstand komt neer op 7,8% in verkooppunten en 5,4% met betrekking tot het wvo¹⁰. Ter vergelijking: landelijk bedragen deze percentages respectievelijk 6,9% en 6,8% en voor de provincie Gelderland 6,8% en 6,4%. De leegstandssituatie in de gemeente Apeldoorn is daarmee in de huidige situatie als of meer gemiddeld te kenschetsen. Het merendeel van de leegstand in Apeldoorn concentreert zich in het centrumgebied.

Apeldoorn West

De leegstand in Apeldoorn West is recent eveneens afgenomen: stonden er eind 2016 nog 10 panden met samen 3.259 m² wvo leeg, nu zijn het er 8 panden met een gezamenlijke omvang van slechts ca. 1.117 m² wvo. Hiervan bevinden zich vijf panden in wijkcentrum Asselsestraat (samen 446 m² wvo). Eind 2016 stonden er ook 5 panden leeg, maar omdat hier meerdere grote panden bij waren, bedroeg de het metrage toen ruim 1.300 m² wvo.

De leegstaande panden in Apeldoorn West zijn allen te klein voor het huisvesten van een supermarkt en komen daardoor niet in aanmerking voor de vestiging van Lidl. Lidl is bovendien voornemens zich te vestigen op de locatie van een voormalige pand van bouwmarkt Karwei en geeft daardoor invulling aan een voorheen leegstand winkelpand.

¹⁰ Berekend volgens de meest recente Locatus-methode.

Plannen en ontwikkelingen

Binnen Apeldoorn leven bij verschillende supermarktorganisaties nog plannen voor de vestiging van nieuwe supermarkten of vergroting van bestaande supermarkten. Het meest concreet zijn de beide volgende, al in ontwikkeling zijnde projecten:

- Anklaar: vergroting bestaande supermarkten in het kader van de herstructurering van dit winkelcentrum (+ ca. 2.000 m² wvo).
- Eglantier: Toevoeging van een derde supermarkt (Jumbo, + ca. 1.500 m² wvo).

Verder kunnen de bestaande, solitaire supermarkten aan de Vlijtseweg bestemmingsplanmatig nog met ca. 1.750 m² bvo (= ca. 1.300 m² wvo.)¹¹ Dit is harde plancapaciteit, zij het dat er voorwaarden aan verbonden zijn. Ook is nog sprake van onbenutte plancapaciteit bij de Lidl Kanaal Noord (ca. 100 m² wvo).

Tenslotte zijn er nog enkele minder concrete plannen of voornemens (zachte plannen), zoals:

- uitbreiding Albert Heijn-supermarkt aan de Asselsestraat;
- herstructurering winkelcentrum Kerschoten met vergroting beide aanwezige supermarkten;
- uitbreiding Jumbo Schubertplein;
- uitbreiding Aldi Kayershof;
- uitbreiding Albert Heijn Ugchelen.

De genoemde vernieuwing van winkelcentrum Anklaar zal ook gepaard gaan met een uitbreiding van de ruimte voor andere winkels dan supermarkten. Andere initiatieven die mogelijk gepaard gaan met een uitbreiding van het winkelaanbod aan niet-dagelijkse artikelen zijn de mogelijke vestiging van Hornbach (bouwmarkt en tuincentrum) in het gebied De Voorwaarts en de vernieuwing van De Oranjerie en het voormalige V&D-pand in het centrum. De bekende initiatieven betreffen nog deels geen harde plannen en het is nog onduidelijk of en hoeveel meters ingevuld gaan worden met niet-dagelijkse artikelenwinkels.

2.3 Vraag

Bevolkingsontwikkeling

De gemeente Apeldoorn wordt gekenmerkt door een groei van inwoners in de periode tot 2025 en verder. Op kernniveau zijn geen bevolkingsprognoses voorhanden, maar daar de woningbouwplannen (o.a. Zonnehoeve en Zuidbroek) zich voornamelijk in de kern Apeldoorn voordoen, zal de groei van de gemeente voor het overgrote deel in de kern Apeldoorn plaatsvinden. Uitgangspunt voor dit rapport is dat het totale aantal inwoners van de overige kernen min of meer stabiel blijft. Het inwoneraantal van de kern Apeldoorn in 2025¹² wordt daardoor geraamd op 144.450 (afgerond). De groei zal voornamelijk in Noordoost plaatsvinden vanwege de bouw van de nieuwe wijk Zuidbroek. Voor West wordt uitgegaan van een stabilisatie van het inwonertal op ca. 21.500. Ook in de periode na 2025-2030 zal het inwonertal van de kern en de gemeente blijven groeien

¹¹ Een bestaande supermarkt kan hierbij ook vervangen worden door een grotere supermarkt: er is op de locatie volgens het bestemmingsplan slechts ruimte voor 2 supermarkten en geen andere detailhandel.

¹² Omdat verwacht mag worden dat de nieuwe winkel op afzienbare termijn gerealiseerd wordt, zullen ook de effecten op kortere termijn te merken zijn. Wel heeft een nieuwe winkel over het algemeen een "ingroeiperiode" van ca. 3 jaar nodig. Om deze redenen is voor de berekeningen uitgegaan van 2025.

Tabel 2.7: Bevolkingsprognose

Gebied	2017	2025	2030
Gemeente Apeldoorn	159.025	162.359	165.265
Kern Apeldoorn	141.110	144.450	147.350
Apeldoorn West	21.465	21.500	21.500

Bron: Primos Online en raming BRO

2.4 Conclusies

De analyse van de vraag en het aanbod leidt tot de volgende conclusies:

- Het aanbod aan dagelijkse artikelen binnen Apeldoorn West ligt op dit moment onder het landelijke gemiddelde. Dit geldt ook voor het supermarktaanbod in Apeldoorn West.
- In Apeldoorn West is op dit moment geen (reguliere) discountsupermarkt aanwezig. Het toevoegen van de Lidl-supermarkt vergroot daarom de keuzemogelijkheden van de consumenten en verbetert daardoor de consumentenverzorging. Zie ook paragraaf 3.1.
- De leegstand in Apeldoorn neemt af en bevindt zich nu op een redelijk niveau. In Apeldoorn West is de leegstand afgenomen en omvat nu nog maar enkele, vooral kleinere panden. Ook in wijk-winkelcentrum Asselstraat is sprake van een beperkte leegstand.
- Voor de realisering van de supermarkt wordt onder meer de voormalige Karwei getransformeerd tot een moderne, toekomstbestendige supermarkt. Het gaat dus deels om herstructurering van beschikbare gronden en panden in stedelijk gebied.
- Er bestaan meerdere concrete plannen voor een uitbreiding van het supermarktaanbod in Apeldoorn (harde plancapaciteit). De diverse plannen en initiatieven voor een uitbreiding van het niet-dagelijkse winkelaanbod zijn nog niet als hard te bestempelen of hun omvang is onzeker.
- Het aantal inwoners in de kern Apeldoorn zal groeien in de periode tot en met 2025 en ook daarna. De verwachting is dat de bevolking in Apeldoorn West stabiel zal blijven.

3. TRENDS EN BELEIDSKADERS

3.1 Trends en ontwikkelingen

Consumentengedrag

- De consument is steeds beter geïnformeerd dankzij (mobiel) internet en heeft tegelijkertijd steeds minder tijd. Het resultaat is dat de consument kritisch is bij aankopen en hierbij spelen de thema's offline, online, gemak, snelheid, genieten en beleven een rol. De consument is ook steeds mobiel en is bereid grotere afstand af te leggen. Hierdoor groeit het referentiekader van consumenten verder en worden meer eisen gesteld aan winkelgebieden. Service, persoonlijke aandacht en beleving worden steeds relevanter.
- De Nederlander koopt steeds meer online. Het aandeel online van de totale detailhandel is anno 2017 circa 23%¹³. Het grootste gedeelte hiervan komt terecht in de fysieke winkel via multichannel. Het aandeel pure players (pure internetwinkels) blijft beperkt en is in vergelijking tot fysieke winkels nauwelijks winstgevend. De groei van het online kanaal komt voornamelijk door een stijging in de uitgaven in kleding, speelgoed en elektronica. Circa één derde van de totale online bestedingen heeft betrekking op het aankopen van diensten. Het aandeel online in de dagelijkse sector is zeer beperkt, maar neemt wel toe. Momenteel gaat nog slechts 2,7% van de totale supermarktomzet via online¹⁴.
- De consument wil kopen waar en wanneer hij wil en hecht waarde aan de wisselwerking tussen on- en offline, tussen horeca en detailhandel en ook de verruiming van de openingstijden naar avond- en zondag openstellingen. Het aandeel ouderen neemt toe en deze hebben doorgaans relatief veel koopkracht. Bovendien zijn ouderen meer op winkelcentra dicht bij huis georiënteerd, terwijl jongeren meer kiezen voor de grotere regionaal verzorgende binnensteden.
- De toonbankbestedingen (winkelomzet per hoofd) in Nederland stijgen weer na jaren van krimp¹⁵. In de dagelijkse sector zijn de bestedingen tussen 2012 en 2016 met bijna 3,4% gestegen. In 2017 bedroeg de groei zelfs 3% en dit percentage is ook in het eerste half jaar van 2018 gerealiseerd¹⁶. In de niet-dagelijkse sector was tussen 2012 en 2016 nog sprake van een afname van de bestedingen van circa -8%, maar de bestedingen anno 2017 weer op het niveau van voor de crisis.
- De verandering in samenstelling van huishoudens en de vergrijzing zorgen ervoor dat er andere doelgroepen gaan ontstaan. In Nederland bereikt de vergrijzing een hoogtepunt in 2040, wanneer het land 4,8 miljoen 65-plussers telt. Deze nieuwe senioren hebben naar verwachting andere koopgewoonten dan de huidige generatie 65-plussers. Maar zij blijven behoefte hebben aan dagelijkse artikelen. Bekend is in ieder geval dat de 65-plussers geld over hebben voor gezonde en luxe voeding. Zij besteden ook niet minder in supermarkten dan de andere leeftijdsgroepen. Daarnaast zijn ouderen over het algemeen eerder geneigd hun inkopen lokaal te doen, zeker als de service goed is. Verder hechten zij vaak veel waarde aan kwaliteit en zijn daar ook bereid voor te betalen.

¹³ Bron: Thuiswinkel Markt Monitor 2017

¹⁴ Bron: Emerce (2017)

¹⁵ Bron: Detailhandel.info. Omzetkengetallen 2017

¹⁶ Bron: CBS

Sector dagelijkse artikelen en supermarkten

- De consument koopt steeds meer levensmiddelen online. Toch is het aandeel online van supermarkten ten opzichte van de totale omzet in de dagelijkse sector nog altijd zeer beperkt (2,7% in Q1 2017)⁶. Uit onderzoek van Supermarkt & Ruimte blijkt dat het aandeel online bij geen enkele supermarktartikelgroep boven de 5% uitkomt. Een snelle groei is wel mogelijk door de opmars van innovatieve concepten als Picnic of Hello Fresh. Maar de groei kan ook achterblijven omdat online aankopen geen prijsvoordeel oplevert en er geen ruime keus is.
- Het merendeel van de online-verkoop wordt thuisbezorgd, maar daarnaast zijn de afhaalpunten opgekomen.
- Schaalvergroting van met name supermarkten is relevant. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne servicesupermarkten hebben landelijk gemiddeld veelal een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.500 m² wvo omvatten. Wel wordt de maatvoering vaak afgestemd op de omvang van het verzorgingsgebied. De nieuwe Lidl zal met ca. 1.039 m² wvo niet echt grootschalig worden maar een gemiddelde omvang krijgen¹⁷.
- Het marktaandeel van supermarkten is onder andere door de schaalvergroting gestaag toegenomen. Binnen de levensmiddelensector vormen supermarkten ca. 80% van het aandeel voor wat betreft omzet en werkgelegenheid. Qua vloeroppervlak is dit aandeel ca. 70-75%. Tegelijkertijd is het marktaandeel van de levensmiddelen speciaalzaken is afgenomen. Hun aantal is ook aanzienlijk teruggelopen, maar er blijft een goed perspectief voor kwalitatief goede en/of onderscheidende speciaalzaken. De vestiging nabij een of meerder supermarkten is vaak positief voor het functioneren (combinatiebezoek).
- Supermarkten en andere dagelijkse artikelenzaken hebben te maken met een hybride consument. Een supermarkt moet daarom of zo goedkoop mogelijk zijn of een meerwaarde creëren om consumenten te trekken⁸. Daarnaast ontstaan concepten met een hoge toegevoegde waarde. Conceptontwikkeling is essentieel en hierbij moet worden ingespeeld op de locatie en de klanten die er komen.
- Mede door het alsmaar veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Dit uit zich onder meer in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn), overdekte versmarkten en een toename van gespecialiseerde supermarkten (Marqt en Estafette) en kleinere gemakswinkels (Spar City Stores, Jumbo).
- De geschetste ontwikkelingen resulteren erin dat zowel de supermarkten als de levensmiddelen speciaalzaken en drogisterijen voor een rendabel functioneren een groter consumentendraagvlak nodig hebben dan voorheen. Een afname van het aantal winkels in kleinere verzorgingsgebieden is het gevolg evenals een sterkere concentratie van de winkels in grotere winkelgebieden.
- In navolging van de schaalvergroting en de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben kleinschalige supermarkten, niet onderscheidende versspeciaalzaken op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt het steeds moeilijker gekregen.
- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandige verszaken en minisupers wordt negatief beïnvloed door filialisering en door de vergrijzing van het ondernemersbestand. Zowel landelijk in al-

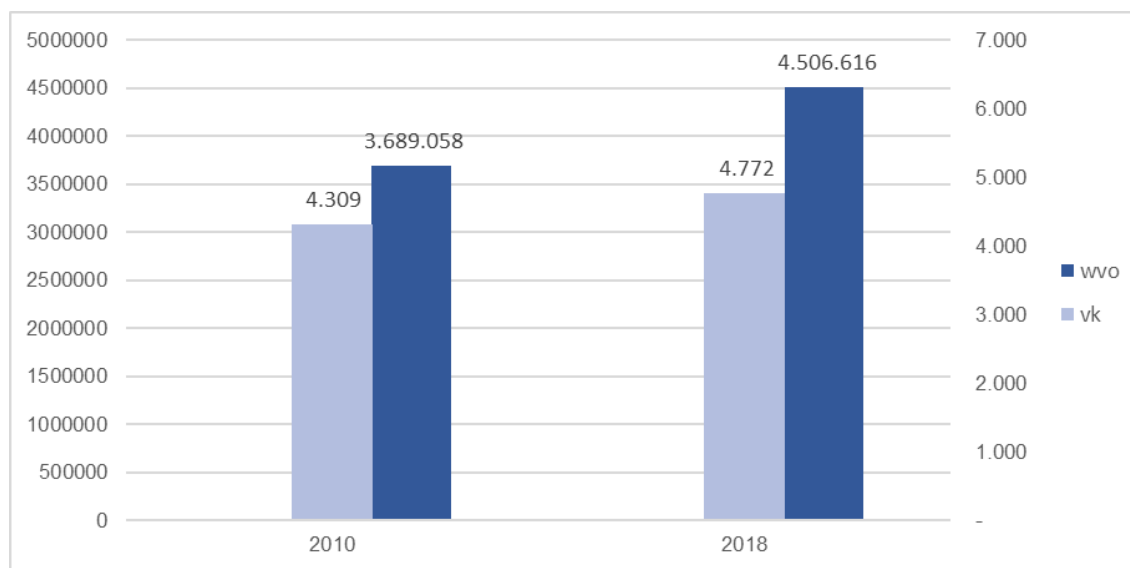
¹⁷ Gemiddeld zijn de Lidl-vestigingen in Nederland 1.018 m² wvo en de (reguliere) supermarkten ca. 1.071 m² wvo. Bron: Locatus.

gemene zin als specifiek in kleinere kernen neemt het aantal versspeciaalzaken af. Toch bestaan er ook ontwikkelmogelijkheden, bijvoorbeeld voor conceptontwikkeling en verdere profilering. Door het gewijzigde consumentengedrag ontstaan er interessante nieuwe markten. Een voorbeeld hiervan is de groei van de buitenhuisconsumptie, waardoor minisupers transformeren tot gemakswinkel en versspeciaalzaken uitbreiden met foodservice.

- De ‘allochtone’ supermarkt is aan een opmars bezig en dan met name de Turkse en Arabische supermarkten. Voor hen vormt de opkomende islamitische middenklasse een belangrijke doelgroep, maar ook steeds meer autochtonen bezoeken deze supermarkten. Het merendeel van deze winkels is zelfstandig en heeft een relatief kleine omvang¹⁸.
- Het serviceniveau van beide discountformules in Nederland, Lidl en Aldi, is de laatste jaren gestegen (grotere, overzichtelijkere winkels, opname afbakbrood, meer nadruk op vers, etc.). Daarnaast kennen ook veel andere supermarkten een laag prijsniveau. Daarmee kunnen beide formules niet meer getypeerd worden als “hard discounters”. Toch hebben beide formules nog steeds de kenmerken van discounters, namelijk:
 - een aanzienlijk lager aantal artikelen dan reguliere full-service-supermarkten of prijsvriendelijke supermarkten;
 - niet of slechts in beperkte mate A-merken in het assortiment.

Hierdoor, maar ook door de actiematige verkoop van non-foodartikelen, onderscheiden deze formules zich nog steeds duidelijk van de overige supermarktformules in Nederland.

Figuur 3.1: Supermarktontwikkeling in 2010-2018 in verkooppunten en omvang (in m² wvo)¹⁹



Bron: Locatus, 2018

¹⁸ Distrifood, Wie wint de strijd om de nieuwe generatie allochtonen? februari 2016

¹⁹ Locatus, 2010-2018, peildatum oktober 2016

Sector niet-dagelijkse artikelen²⁰

- De economische crisis in combinatie met de groei van e-commerce heeft geresulteerd in een afname van het aantal niet-dagelijkse artikelenwinkels en een toename van de winkelleegstand. Inmiddels neemt de leegstand in veel winkelgebieden echter weer af, enerzijds doordat er weer nieuwe winkels op de markt komen, anderzijds omdat lege winkelpanden een andere invulling krijgen, veelal met horeca, maar soms ook met wonen.
- Het faillissement van verschillende vooral in het middensegment opererende winkelketens (warenhuizen, kledingzaken, schoenenzaken, electrozaken) heeft vooral de centra van middelgrote en kleinere steden getroffen, evenals stadsdeelcentra. In tegenstelling tot de grootste winkelgebieden zijn zij door hun beperkte omvang vaak weinig onderscheidend. Het winkelaanbod is vaak verschaald en de leegstand is hier vaak nog steeds aanzienlijk (negatieve impact op het verblijfsklimaat). Goed geoutilleerde wijkwinkelcentra hebben daarentegen nauwelijks last gehad van de crisis omdat zij vooral op het boodschappen doen gericht zijn (aanschaf zeer regelmatig benodigde artikelen en diensten).
- Vooral in de meer doelgerichte, laagfrequent bezochte branches zoals doe-het-zelf, tuinartikelen, keukens/badkamers en woninginrichting is nog steeds sprake van schaalvergroting. Dit geldt ook voor branches als sport, speelgoed, bruin- en witgoed en rijwielen. De grootschalige winkels zijn gewoonlijk op perifere locaties te vinden en het meer gespecialiseerde, kleinschalige aanbod in de centra is afgenomen. Wel is er een voorzichtige trend naar de hervestiging met kleinere winkels in de grootste centrale winkelgebieden (Praxis, Gamma, Ikea, Decathlon).
- Er is de laatste jaren sprake van een sterke opkomst van prijsvriendelijke en discountwinkelformules. Het meest sprekende voorbeeld hiervan is Action, maar ook de diverse outletwinkels en 'planenwinkels' zijn hier voorbeelden van.
- De opkomst van e-commerce heeft vooral in de modische branches geleid tot een afname van het aantal winkels. Echter, steeds meer e-commercebedrijven willen naast een webwinkel ook fysieke winkels hebben vanwege zichtbaarheid en bekendheid).

Toekomstperspectief kleinere winkelgebieden

- In veel middelgrote en kleinere plaatsen is het winkelaanbod het laatste decennium afgenomen, met een sterke toename van de leegstand als gevolg. Die leegstand is echter vaak deels weer ingevuld met horeca en soms dienstverlening of wonen.
- In z'n algemeenheid is het toekomstperspectief en de weerbaarheid van kleinere winkelgebieden (stadje/dorp/wijk/buurniveau) sterk afhankelijk van het supermarktaanbod en de sociaal-demografische structuur en de bevolkingsdichtheid van het eigen verzorgingsgebied.
- In dit type winkelgebieden zal de boodschappenfunctie en daarmee functionaliteit nog relevanter worden. De consument kiest voor gemak en comfort en dus worden de goed bereikbare boodschappencentra bezocht, met ruime (gratis) parkeermogelijkheden en supermarkten van moderne omvang. Ook zal er een verdere clustering dienen plaats te vinden van winkels, voorzieningen en diensten om de leegstand een halt toe te roepen en de aantrekkelijkheid op peil te houden.

²⁰ Onder meer gebaseerd op o.a. Rabobank (2017). Cijfers en Trends. Supermarkten.

3.2 Beleidskader

Provincie Gelderland

De geconsolideerde omgevingsvisie van juni 2018 stelt het volgende over de detailhandel in de provincie:

De provincie en haar partners streven samen naar een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandel die bijdraagt aan vitale, aantrekkelijke steden en dorpen. Door trends als internetwinkelen, schaalvergroting en branchevervaging en door demografische ontwikkelingen verandert de winkelmarkt en neemt de vraag naar winkels aanzienlijk af. De ruimtevraag verandert mee. De bestaande centra in de (binnen-)steden en dorpen staan centraal. Om deze in de toekomst vitaal te houden streven de provincie en haar partners naar transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden. De provincie en haar partners willen overcapaciteit aan winkels terugdringen. Dit voorkomt leegstand en aantasting van de sociale en economische vitaliteit van winkelgebieden in dorpen en steden.

Evenwichtige regionale detailhandelsstructuur: versterken van kansrijke locaties

De provincie wil een evenwichtige ontwikkeling van de regionale detailhandelsstructuur die toekomstbestendig is. Hiervoor is op regionaal niveau evenwicht nodig tussen vraag en aanbod zodat overcapaciteit en leegstand voorkomen worden. Dit vraagt om heldere ruimtelijke keuzen gericht op het versterken van kansrijke locaties en het omvormen van kansarme locaties naar andere functies.

Transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden

De provincie zet in op transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden. Winkelgebieden met weinig toekomstwaarde, zoals een verouderde meubelboulevard, kleine buurtcentra of een aanloopstraat met veel leegstand, moeten worden omgevormd naar andere functies. Ook veel winkelcentra in dorpen en steden moeten worden vernieuwd en worden verkleind tot compacte winkelgebieden. Het gaat om een mix van vernieuwen, herstructureren, transformeren en sloop van bestaande winkelgebieden. De provincie stelt de bestaande voorraad voor detailhandel centraal.

Transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden

- De provincie stimuleert en ondersteunt de vernieuwing en transformatie van winkelgebieden om leegstand en verpaupering te voorkomen;
- Aanpak leegstand: prikkels en instrumenten gericht op eigenaren en stimuleren van functieverandering en tijdelijke bestemmingen;
- Pilot kernwinkelgebieden in krimpgebieden (Achterhoek), inhoudelijke en juridische ondersteuning, verplaatsing van winkels, functieverandering winkels.

Bij de verdieping van het onderwerp detailhandel wordt verder onder meer nog aangegeven dat met name de winkels in de centra van steden, dorpen en wijken zeer bepalend zijn voor de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van deze gebieden. *“Bij het beleid is er echter een spanningsveld. Aan de ene kant is er de wens om bestaande fijnmazige detailhandelsstructuur te behouden en om leegstand en verpaupering te voorkomen. Aan de andere kant wil de provincie de dynamiek van de markt de ruimte geven om nieuwe impulsen te stimuleren. Vernieuwing is nodig om winkelgebieden vitaal en aantrek-*

kelijk te houden en om in te kunnen spelen op veranderende wensen en gedrag van consumenten. In onze visie gaat het om de juiste balans tussen accommoderen van vernieuwingsimpulsen en nieuwe ontwikkelingen (marktdynamiek) aan de ene kant en het behouden van dat wat al sterk is en met name de centrumgebieden”²¹ .

Tenslotte wordt bij artikel 2.14. (instructieregel voor specifieke detailhandel op perifere locaties) in de Geconsolideerde Verordening Ruimte van december 2018 aangegeven: *”Een bestemmingsplan maakt de vestiging van een supermarkt alleen mogelijk binnen of aansluitend aan een winkelcentrum, tenzij vanwege bijzonder omstandigheden zo’n vestiging niet mogelijk is”.*

Detailhandelsvisie gemeente Apeldoorn

In januari 2014 is de detailhandelsvisie 2014-2019 van de gemeente Apeldoorn vastgesteld. De stip aan de horizon bestaat allereerst uit het binnenstadscentrum als knooppunt in een fijnmazig web met winkelcentra in dorpen en wijken. Apeldoorn ziet haar fijnmazige winkelstructuur als een kernkwaliteit. De ambitie is behouden en waar nodig versterken van de fijnmazige winkelstructuur in de stad en heel belangrijk het voorzieningenniveau in de dorpen. De aanwezigheid is belangrijk voor de leefbaarheid en de toeristische aantrekkelijkheid. Belangrijk is dat consumenten op loopafstand boodschappen kunnen blijven doen. Binnen de bestaande gebieden is veel dynamiek. Apeldoorn wil ruimte bieden aan deze dynamiek. Dit neemt niet weg dat er een natuurlijke houding is om voorkeur te geven aan de positie van grotere centra als Anklaar, Eglantier en Hart van Zuid. De functie van deze centra is dusdanig dat aantasting vrijwel direct ten koste gaat van de leefbaarheid. Kortom:

- de fijnmazige winkelstructuur als uitgangspunt voor het beleid;
- ruimte bieden aan partijen die bestaande wijken buurtcentra aanpakken en/of saneren;
- ruimte bieden aan marktinitiatieven die de kwaliteit van de fijnmazige winkelstructuur verbeteren;
- ruimte bieden aan marktinitiatieven die de kwaliteit van voorzieningenniveau in de dorpen verbeteren.

De Asselsestraat is in de visie opgenomen als een wijkcentrum, waar de aankoop van dagelijkse artikelen en beperkt ook niet-dagelijkse artikelen centraal staat. Bovendien heeft het wijkcentrum een ontmoetingsfunctie.

De detailhandelsvisie is het primaire toetsingskader voor nieuwe winkelinitiatieven die afwijken van het geldende bestemmingsplan. Hierbij wordt onder andere de afweging gemaakt of een initiatief aansluit bij de doelstellingen voor de binnenstad en de fijnmazige winkelstructuur. Ter onderbouwing voert de initiatiefnemer zo nodig een marktonderzoek uit. Dit onderzoek voldoet aan de juiste criteria waarbij aandacht is voor de marktmogelijkheden en de (geschatte) effecten van een ontwikkeling op de bestaande winkelstructuur. Bij de bredere boordeling van plannen krijgen alle relevante aspecten aandacht, waarbij de Ladder van Duurzame Verstedelijking belangrijk is.

²¹ Par. 3.4 Verdieping detailhandel, subparagraaf 3.4.2. Behouden en ontwikkelen.

3.3 Conclusies

De analyse van de trends en beleidskaders leidt tot de volgende conclusies:

- De Asselsestraat is in het gemeentelijke beleid aangewezen als een wijkwinkelcentrum.
- De ontwikkeling van een supermarkt op de beoogde locatie sluit aan bij de ambitie van de gemeente Apeldoorn om de fijnmazigheid van de winkelstructuur voor de dagelijkse aankopen te waarborgen, waarbij eventueel ruimte wordt geboden aan de versterking van de boodschappenfunctie. Ook het in beperkte mate aanwezig zijn van winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector behoort tot de kenmerken van een wijkwinkelcentrum.
- De ontwikkeling van detailhandel op de beoogde locatie en specifiek een supermarkt sluit aan bij de beleidsambitie van de provincie Gelderland waarbij wordt ingezet op de versterking van bestaande winkelcentra en ruimte geboden wordt aan de marktdynamiek met behoud van bestaande sterke winkelcentra.
- De ontwikkeling sluit aan bij de algemene trends en ontwikkelingen, waaronder schaalvergroting (grotere winkels, bredere gangpaden) en de vraag vanuit de consument naar ruime keuzemogelijkheden.

4. ECONOMISCH FUNCTIONEREN & EFFECTEN

4.1 Uitgangspunten

De berekeningen van het functioneren en de distributieve uitgangssituaties is gebaseerd op enkele hiervoor aangegeven uitgangspunten, zoals het aantal inwoners en de omvang van de verkoopruimte. Daarnaast worden de volgende uitgangspunten gehanteerd.

Tabel 4.1: Variabelen in de economische analyse

Variabele	Waarde	Toelichting en/of bron
Inwonertal	2018: 141.110 inwoners	Bron: Aantal inwoners: CBS Statline
Kern	2025: 144.400 inwoners	Bron: prognoses van Primos, BRO
Inwonertal	2017: 21.465 inwoners	Bron: Aantal inwoners: CBS Statline
Apeldoorn West	2025: 21.500 inwoners	Bron: raming BRO
Bestedingen	- Dagelijkse artikelensector: € 2.641,- - Niet-dagelijkse artikelensector: € 2.538,-	Het inkomensniveau van de bevolking van de gemeente Apeldoorn (€15.200,-) wijkt nauwelijks af (+1%) van het landelijke inkomen (€15.100,-). Daarom mag verwacht worden dat ook de bestedingen in lijn liggen met de landelijke gemiddelden. De opkomst van internetbestedingen is van invloed op de te hanteren bestedingscijfers. De bestedingen voor 2025 houden we gelijk aan de huidige situatie. De verwachting is namelijk dat de verwachte groei in bestedingen en het effect van internet tegen elkaar kunnen worden weggestreept.
Koopstromen	<i>Dagelijkse artikelensector</i>	Bron: (Wijk)koopstromen Apeldoorn, oktober 2015 (I&O Research).
Kern	2018 - Koopkrachtbinding 96% - Koopkrachttoevloeiing: 9% van de winkelmzet 2025 - Koopkrachtbinding: ca. 97% - Koopkrachttoevloeiing: ca. 10% <i>Niet-dagelijkse artikelensector</i> 2018 en 2025 - Koopkrachtbinding: ca. 76% - Koopkrachttoevloeiing: ca. 28%	Toelichting zie onder schema

Variabele	Waarde	Toelichting en/of bron
Koopstromen Apeldoorn West	<i>Sector dagelijkse artikelen</i> 2018 - Koopkrachtbinding: 65% - Koopkrachttoevloeiing: 30% 2025 - Koopkrachtbinding: 70-72,5% - Koopkrachttoevloeiing: 32% <i>Sector niet-dagelijkse artikelen</i> 2018 - Koopkrachtbinding: 8% - Koopkrachttoevloeiing: 55-60% 2025 - Koopkrachtbinding: 10% - Koopkrachttoevloeiing: 55-60%	Bron: (Wijk)koopstromen Apeldoorn, oktober 2015 (I&O Research), bewerking BRO. Toelichting zie onder schema
Vloerproductiviteit: gemiddelde omzet per m ² wvo	- Dagelijkse artikelen: € 7.905,- per m² wvo - Niet-dagelijkse artikelensector: € 2.159,- voor de kern als geheel en € 2.500,- voor Apeldoorn West	Voor de dagelijkse artikelen sector wordt gerekend met het landelijke gemiddelde. Dit geldt ook de niet-dagelijkse artikelensector in de kern. Voor Apeldoorn West wordt voor laatstgenoemde sector in West een hogere vloerproductiviteit gehanteerd vanwege de kleinschaligheid en aard/samenstelling van het aanbod.
Aanbod m ² wvo	Dagelijkse artikelensector: - Kern Apeldoorn: 51.955 - Apeldoorn West: 6.214 Niet-dagelijkse artikelensector: - Kern Apeldoorn: 198.606 - Apeldoorn West: 4.196	- Dagelijks aanbod is exclusief apotheek. De beschikbare bestedings- en omzetcijfers sluiten apotheken uit. Om een vergelijking te kunnen maken is de apotheek ook niet mee genomen in het aantal vierkante meter winkelvloeroppervlak binnen de marktberkening. - Bron: Locatus, peildatum 2018

Koopstromen

Apeldoorn Kern

Sector dagelijkse artikelen

Het Koopstromenonderzoek 2015²² in de gemeente Apeldoorn laat zien dat de bestedingen door inwoners van de gemeente Apeldoorn in de dagelijkse artikelensector voor 94% in de gemeente terecht komen. Dit is overeenkomstig met het eerdere koopstromenonderzoek uit 2010. De binding voor de kern Apeldoorn bedraagt zelfs 96%. Dit is eveneens gelijk aan de resultaten uit 2010. Het percentage

²² Bron: (Wijk)koopstromen Apeldoorn, oktober 2015 (I&O Research)

van 96 wordt aangehouden bij het berekenen van het economisch functioneren voor de kern Apeldoorn. De koopkrachttoevloeiing vanuit de omgeving van de kern Apeldoorn is in het koopstromenonderzoek uit 2015 vastgesteld op 9% (2010: 13%).

Gezien de deels gerealiseerde en deels beoogde versterking van het supermarktaanbod in Apeldoorn (Anklaar, Vlijtseweg, Eglantier, Asselsestraat), is in Apeldoorn-kern een lichte verhoging van de koopkrachtbinding tot 97% een reële verwachting. Wel zal er altijd enige afvloeiing blijven (o.a. woon-werk boodschappen). Gezien de harde plannen die het dagelijks aanbod in Apeldoorn zowel kwantitatief als kwalitatief zullen versterken, is enig positief effect op de toevloeiing ook reëel (toename tot 10%).

Sector niet-dagelijkse artikelen

Voor de niet-dagelijkse sector is in 2015 een koopkrachtbindingcijfer van 76% gemeten. Dat was in 2010 nog 79%. Ook de koopkrachttoevloeiing is minder geworden: in 2010 31% en in 2015 28%. Deze cijfers laten we naar de toekomst toe gelijk omdat er geen grote veranderingen in het aanbod verwacht worden.

Apeldoorn West

Sector dagelijkse artikelen

De binding voor het stadsdeel Noordwest is door het koopstromenonderzoek gesteld op 61%. De koopkrachttoevloeiing bedraagt 30%. Daarmee is de koopkrachtbinding in vergelijking met de andere Apeldoornse stadsdelen tamelijk laag, terwijl de koopkrachttoevloeiing relatief hoog is. Dit laatste heeft waarschijnlijk te maken met de randligging van diverse winkelgebieden en supermarkten binnen het stadsdeel (Orden, Asselsestraat, maar ook de supermarkten aan de Vlijtseweg). Voor het gebied West zal de koopkrachtbinding wellicht iets hoger liggen dan de zojuist genoemde cijfers voor het gehele stadsdeel omdat veel woongebieden redelijk ver van alternatieve aankoopplaatsen gelegen zijn.

Door de komst van een nieuwe supermarkt in Apeldoorn West zal hier de koopkrachtbinding toemen. Momenteel ontbreekt een discounter in het gebied en verwacht mag worden dat er in de huidige situatie veel 'discount-koopkracht' afvloeit naar aanbod buiten het onderscheiden primaire gebied. Landelijk behaalt Aldi een marktaandeel in de dagelijkse artikelensector van ca. 5,3% en Lidl van 7,2%. Omdat deze percentages betrekking hebben op de supermarktsector wordt de toekomstige koopkrachtbinding voor de gehele dagelijkse artikelensector geraamd op 70-72,5%. Het laatste percentage is vergelijkbaar met de binding die bijvoorbeeld in de stadsdelen Zuid en Noordoost behaald wordt.

Discount supermarkten worden over het algemeen doelgericht bezocht en bedienen een groter verzorgingsgebied dan de met veel meer verkooppunten aanwezige service-supermarkten. De koopkrachttoevloeiing naar West zal daardoor bij vestiging van een discounter iets toe kunnen nemen. De koopkrachttoevloeiing neemt daarom ten opzichte van 2015 (30%) licht toe tot ca. 32%. Deze inschatting is gebaseerd op de aanname dat ongeveer een derde van de verwachte omzet van Lidl van buiten West zal komen.

Sector niet-dagelijkse artikelen

Uit het koopstromenonderzoek 2015 komt naar voren dat het stadsdeel Noordwest in de niet-dagelijkse sector een lage koopkrachtbinding realiseert (8%). Dit is verklaarbaar door de beperkte omvang van het aanbod in deze sector. Maar er vloeit relatief heel veel omzet van buiten het stadsdeel naar dit aanbod, namelijk ca. 60%. Dit wordt enerzijds verklaard door de ligging van zowel het bedrijventerrein Vlijtseweg als de Asselsestraat aan de rand van het stadsdeel, en anderzijds door de aard van het aanwezige aanbod (veel sterk doelgericht bezochte branches en soorten winkels).

Hoewel er geen specifieke koopstroomgegevens voor alleen Apeldoorn West bekend zijn, kan uit de gegevens wel afgeleid worden dat de koopstromen in deze sector voor dit gebied niet sterk zullen afwijken van het gehele stadsdeel Noordwest. Deze cijfers worden dan ook gebruikt in de berekeningen. Hierbij wordt voor de toekomst als uitgangspunt gehanteerd dat als er een niet-dagelijkse artikelenwinkel in het Lidpand zou komen, dit een winkel met een relatief grote aantrekkingskracht is. De redenen voor deze aanname zijn de locatie (centraal aan de Asselsestraat), de goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden en de omvang van het pand. In zowel de wijk als het winkelgebied zijn namelijk heel weinig grootschaliger winkelpanden voor handen en in z'n algemeenheid geldt dat grote winkels ook veel omzet moeten behalen. In de berekening is dit vertaald naar een hogere koopkrachtbinding en daarmee ook meer omzet van buiten Apeldoorn West.

4.2 Economisch functioneren

Apeldoorn

Dagelijkse artikelensector

In navolgende tabel is op basis van de hiervoor aangegeven gegevens een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijks artikelenaanbod in Apeldoorn. Hiervoor wordt de omzet per m² vwo (vloerproductiviteit) als indicator gebruikt.

Tabel 4.2: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector Apeldoorn

	2018	2025
Aantal inwoners verzorgingsgebied	141.110	144.400
Bestedingen per hoofd	€ 2.641	€ 2.641
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 372,7	€ 381,4
Koopkrachtbinding	Ca. 96%	Ca. 97%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	€ 357,8	€ 370,0
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	9%	Ca. 10%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	€ 35,3	€ 41,1
Totale omzet	€ 393,2	€ 411,1
Aanbod (in m ² vwo)	51.955	51.955
Gerealiseerde omzet per m ² vwo	€ 7.570	€ 7.910
Vergelijkbaar gemiddelde omzet per m ² vwo	€ 7.905	€ 7.905

In de huidige situatie ligt de gemiddeld berekende omzet per m² wvo een ruim 4% onder het landelijke gemiddelde. Daarmee functioneert het aanbod, zeker gezien de aanwezigheid van meerdere grootschalige supermarkten, gemiddeld redelijk. De echt grootschalige supermarkten behalen evenals de levensmiddelen speciaalzaken en drogisterijen namelijk veelal een beneden gemiddelde omzet per m² wvo vanwege het relatief extensieve ruimtegebruik (ruime gangpaden etc.). Theoretisch is er momenteel echter geen sprake van distributieve uitbreidingsruimte.

Met name door de verwachte bevolkingsgroei neemt het bestedingspotentieel de komende jaren toe. Hierbij is zoals gezegd geen rekening gehouden met de verwachte reële stijging van de bestedingen aan dagelijkse artikelen, die alleen al in 2018 aanzienlijk zullen zijn (verwachting BRO op basis van de CBS-gegevens t/m juni: ca. +3%). Bij de toevoeging van Lidl neemt de omvang van het aanbod met 1.039 m² wvo toe en komt dan op ca. 52.994 uit. In dat geval komt de berekende vloerproductiviteit uit op € 7.760,-. Dit is hoger dan de huidige vloerproductiviteit. Er is daarmee in algemene zin geen sprake van negatieve effecten op het bestaande aanbod. Een daling tot circa 10% wordt bovendien gewoonlijk opgevat als ondernemersrisico (er is altijd een risico op veranderende concurrentieverhoudingen).

Een dergelijke daling is overigens ook niet aan de orde als de eerdergenoemde andere concrete ontwikkelingen gerealiseerd zijn. Het aanbod neemt dan toe tot ca. 56.850 m² wvo en de vloerproductiviteit komt dan uit op ca. € 7.230,- (-4,5% t.o.v. het huidige niveau, -8,5% t.o.v. het landelijke gemiddelde). Hierbij moet wel opgemerkt worden dat het in het licht van de algemene landelijke trends en de marktwerking waarschijnlijk is dat er de komende jaren ook enig kleinschalig en/of ongunstig gelegen aanbod verdwijnt, en de toename van de verkoopruimte dus per saldo minder zou kunnen zijn. Daar staat echter weer tegenover dat het wel te verwachten is dat een deel van de zachte plannen ook uitgevoerd gaat worden.

Niet-dagelijkse artikelensector

Tabel 4.3: Benadering huidig en toekomstig functioneren niet-dagelijkse artikelensector Apeldoorn

	2018	2025
Aantal inwoners verzorgingsgebied	141.110	144.400
Bestedingen per hoofd	€ 2.538	€ 2.538
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 358,1	€ 366,5
Koopkrachtbinding	Ca. 76%	Ca. 76%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	€ 272,2	€ 278,5
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	28%	Ca. 28%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	€ 105,8	€ 108,3
Totale omzet	€ 378,0	€ 386,8
Aanbod (in m ² wvo)	198.606	198.606
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 1.900	€ 1.950
Vergelijkbaar gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 2.159	€ 2.159

Theoretisch blijft de in Apeldoorn door de niet-dagelijkse artikelensector behaalde vloerproductiviteit achter bij het in de tabel aangegeven landelijke gemiddelde. Dat wil niet zeggen dat het aanbod slecht functioneert, want uit de aanbodanalyse is gebleken dat de winkels in deze sector in Apeldoorn gemiddeld bijna een derde groter zijn dan in vergelijkbare steden. Deze grootschaligheid heeft gewoonlijk een dempend effect op de gerealiseerde omzet per m² wvo. Een voorzichtige conclusie is daarmee dat de sector momenteel in totaliteit redelijk functioneert. De diverse initiatieven voor vernieuwing zijn hiervoor ook een aanwijzing. Er is echter ook geen distributieve uitbreidingsruimte aan te geven. Dit kan overigens wel per branche verschillen: in sommige branches kan theoretisch uitbreidingsruimte bestaan en in andere niet.

In het onwaarschijnlijke geval dat het beoogde Lidl-pand de komende jaren een invulling krijgt met een niet-dagelijkse artikelenwinkel, dan zal de totale niet-dagelijkse artikelensector met 1.039 m² toenemen tot 199.645 m² wvo. De omzet over m² wvo komt dan in 2025 uit op ca. € 1.940,-. Dat is slechts 1% lager dan de berekende vloerproductiviteit. Normaliter heeft dat geen effect op het functioneren van de sector in Apeldoorn als geheel. Wel kunnen er uiteraard effecten zijn in de directe omgeving, in concreto winkelgebied Asselsestraat of het hoofdwinkelcentrum. Navolgend gaan we daarop in.

Apeldoorn West

Dagelijkse artikelensector

In Apeldoorn West is theoretisch uitbreidingsruimte beschikbaar binnen de dagelijkse artikelen sector. Deze ruimte is voldoende om invulling te geven aan het volledige initiatief van de Lidl (1.039 m² wvo). De gemiddeld gerealiseerde omzet per m² wvo zal ten opzichte van de huidige situatie wel iets dalen (-1,5% a - 5%), maar zal met ca. € 8.090,- a € 8.390,- nog altijd boven het landelijke gemiddelde uitkomen. Hierbij geldt dat de omzeteffecten zich over meerdere winkels zullen verspreiden, waardoor de vestiging van Lidl normaliter niet zal leiden tot verdringing en leegstand.

Tabel 4.4: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector Apeldoorn West

	2018	2025
Aantal inwoners verzorgingsgebied	21.465	21.500
Bestedingen per hoofd	€ 2.641	€ 2.641
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 56,7	€ 56,8
Koopkrachtbinding	65%	70 -72,5%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	€ 36,8	€ 39,7 – 41,2
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	30%	32%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	€ 15,8	€ 18,7 -19,4
Totale omzet	€ 52,6	€ 58,4 – 60,6
Aanbod (in m ² wvo)	6.214	6.214
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 8.460	€ 9.400 – 9.800
Vergelijkbaar gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 7.905	€ 7.905
Theoretisch haalbaar m ² wvo	6.654	7.388 – 7.666
Distributieve uitbreidingsruimte (afgerond)	440	1.170 – 1.450

Niet-dagelijkse artikelensector

Voor de niet-dagelijkse artikelensector is het veel lastiger om een goede raming van de uitbreidingsruimte op wijkniveau te maken omdat de uniciteit, de aantrekkingskracht en de benodigde omzet per m² wvo van de winkels in de verschillende branches zeer sterk kan verschillen. Het landelijke gemiddelde kan ook niet voor Apeldoorn-West gehanteerd worden, omdat de samenstelling van het aanbod te specifiek is. De perifere en grootschalige detailhandel, met gemiddeld een relatief lage omzet per m² wvo, is bijvoorbeeld heel beperkt aanwezig. In navolgende tabel wordt daarom een meer op het aanwezige aanbod afgestemd vergelijkbaar gemiddelde van € 2.500, gehanteerd. Navolgende berekeningen moeten wel als zeer indicatief beschouwd worden.

Tabel 4.5: Benadering huidig en toekomstig functioneren niet-dagelijkse artikelensector Apeldoorn West

	2018	2025
Aantal inwoners verzorgingsgebied	21.465	21.500
Bestedingen per hoofd	€ 2.538	€ 2.538
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 54,5	€ 54,6
Koopkrachtbinding	8%	10%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	€ 4,4	€ 5,5
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	55-60%	55-60%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	€ 5,4-6,5	€ 6,7-8,2
Totale omzet	€ 9,8-10,9	€ 12,2 – 13,7
Aanbod (in m ² wvo)	4.196	4.196
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 2.335-2.600	€ 2.900– 3.265
Vergelijkbaar gemiddelde omzet per m ² wvo	Ca. € 2.500	Ca. € 2 500
Theoretisch haalbaar m ² wvo	3.920- 4.360	4.880-5.480
Distributieve uitbreidingsruimte (afgerond)	0 - 160	680 – 1.280

Op basis van de uitkomsten van de berekening functioneert het aanbod momenteel redelijk, met name omdat aanbod op buurt- en wijkniveau en vooral in historisch gegroeide winkelcentra en op verspreide locaties gewoonlijk overwegend een relatief lage omzet per m² realiseert en dan toch goed kan renderen omdat met name de huisvestingslasten vaak lager zijn dan in hoofdwinkelcentra of geplande wijk- of stadsdeelwinkelcentra.

De invulling van het Lidl-pand met een vestiging van een grootschalige niet-dagelijkse artikelenwinkel heeft, zoals hiervoor is betoogd, invloed op de koopstromen. De winkel zal zichzelf zeer waarschijnlijk “terugverdienen” door meer lokale koopkracht te binden (uitgangspunt in bovenstaande berekening) en/of meer koopkracht van buiten de wijk te trekken. In beide gevallen ontstaat theoretisch extra distributieve ruimte. De berekende distributieve ruimte ligt in dezelfde orde van grootte als het Lidl-pand.

Nuancering berekeningen: kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De bestedingen kunnen bijvoorbeeld sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets an-

ders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen vaak meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk de meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

4.3 Effecten beoogde ontwikkeling

Effecten op de koopstromen

De realisatie van de Lidl aan de Asselsestraat leidt tot een uitbreiding en verbreding van het supermarktaanbod binnen het verzorgingsgebied Apeldoorn West. Er is in Apeldoorn West theoretisch ook uitbreidingsruimte voor het aanbod aan dagelijkse artikelen in dit gebied. Dit sluit aan bij de constatering dat de omvang van het aanbod (wvo) gericht op de dagelijkse sector, en specifiek ook het supermarktaanbod, in Apeldoorn West tamelijk beperkt is. Een aanzienlijk deel van de inwoners van Apeldoorn West doet daardoor hun boodschappen buiten dit stadsgebied. Eerder koopstromenonderzoek heeft dat ook aangegeven. Dat geldt met name voor aankopen bij discounters, omdat dit aanbod niet aanwezig is.

Versterking van het dagelijks aanbod in Apeldoorn West zal vooral leiden tot ombuiging van koopstromen die nu buiten Apeldoorn West terecht komen naar Apeldoorn West. De vestiging van de Lidl kan mogelijk wel leiden tot een lichte omzetverschuiving bij het bestaande aanbod, zowel buiten Apeldoorn West. Binnen de wijk zullen de concurrentieverhoudingen veranderen, en ook dat kan tot omzetverschuivingen leiden. Hetzelfde geldt voor een invulling van het Lidl-pand met een niet-dagelijkse artikelenwinkel. Navolgend wordt hierop nader ingegaan.

Effecten Apeldoorn West

Asselsestraat

De vestiging van de Lidl in Apeldoorn West betekent voor de inwoners van de westzijde van Apeldoorn dat zij meer keuzemogelijkheden krijgen: de formulevariatie bij de supermarkten en de omvang van het dagelijks aanbod neemt in dit deel van de stad toe. Het winkelgebied Asselsestraat kent nu drie supermarkten. De Ekoplaza bedient een geheel eigen marktsegment en zal hierdoor niet of nauwelijks effecten ondervinden van de ontwikkeling van de Lidl. Ook de Albert Heijn richt zich als full service-supermarkt op een ander marktsegment en heeft bovendien veel meer artikelen in het assortiment dan Lidl. Wel heeft Lidl tegenwoordig meer service-elementen in huis, waardoor de formule meer concurrerend is met Albert Heijn dan voorheen. Het prijsniveau en het veel beperktere aantal

artikelen maakt echter dat Lidl een echte discounter is, waardoor Albert Heijn en Lidl van elkaar blijven verschillen en in belangrijke mate ook complementair aan elkaar zijn: de consument bezoekt beide soorten supermarkten met een verschillend bezoekmotief.

Boni opereert net als Lidl meer in het prijsvriendelijke marktsegment en zal daarom extra concurrentie ondervinden. Maar BRO verwacht dat de Boni ook een buurtfunctie voor een deel van de inwoners van het centrum heeft en dat men deze ook in de toekomst zal kunnen behouden. Bovendien is deze winkel de enige vestiging van de formule in Apeldoorn, waardoor zij specifieke klanten zal trekken. Lidl heeft verder ook een beperkter assortiment dan Boni.

Samenvattend kan gesteld worden dat de aanwezige supermarkten extra concurrentie zullen ondervinden van de komst van de Lidl, maar gezien de relatief hoge vloerproductiviteit in de huidige situatie²³ en de complementariteit naar aard en marktsegment waarop men zich richt, acht BRO de kans zeer klein dat er aanbod daadwerkelijk zal verdwijnen. Mocht dit echter wel het geval zal zijn, dan zal dat vanuit de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur geen grote negatieve en daarmee onaanvaardbare effecten hebben. Er is immers ook een moderne supermarkt in het winkelgebied bijgekomen.

Het effect op winkelgebied Asselstraat van de vestiging van een niet-dagelijkse artikelenwinkel zal sterk afhankelijk zijn van de branche, soort winkel en formule en kan daarom moeilijk voorspeld worden. Veel zal afhangen van de toegevoegde waarde die de winkel heeft (toename keuzemogelijkheden, nog niet of nauwelijks aanwezig in de wijk of Apeldoorn). Als het een winkel met een grote aantrekkingskracht zal zijn, kunnen ook de andere winkels en zaken in het winkelgebied hiervan profiteren. Direct via combinatiebezoek (men is toch in de Asselsestraat) en indirect omdat men bekend raakt met het winkelgebied er eventueel voor een specifieke aankoop terugkomt.

In ruimtelijke zin kan de komst van de Lidl of een niet-dagelijkse artikelenwinkel de verbinding tussen het westelijke en oostelijke deel van het winkelgebied Asselsestraat versterken. Er zijn weliswaar weinig andere winkels in de directe omgeving aanwezig, maar de vestiging draagt wel bij aan een verbetering van de uitstraling van de gehele straat als winkelgebied.

Orden

Het winkelcentrum Orden is enkele jaren geleden gerenoveerd. Gezien de moderne omvang van de supermarkt Dekamarkt en de relatief grote afstand tot de Lidl, zal de komst van de Lidl nauwelijks invloed uitoefenen op het functioneren van het dagelijkse aanbod in winkelcentrum Orden. Aangezien Orden slechts zeer weinig niet-dagelijks winkelaanbod kent, zal de vestiging van een niet-dagelijkse artikelenwinkel in het Lidl-pand hier geen effect hebben.

²³ Op basis van de gegevens van het koopstromenonderzoek 2015 komt de gemiddelde omzet per m² vwo in het gehele winkelgebied Asselsestraat uit op circa € 9.300,-. Dit is aanzienlijk hoger dan het landelijke gemiddelde (dagelijkse sector: € 7.905,-).

Spar Koning Lodewijklaan

De Spar gelegen aan de Koning Lodewijklaan in het noordelijke deel van Apeldoorn West is een gemakswinkel die met name is gericht op de “vergeten boodschappen” en de verzorging van de minder mobiele inwoners in de omgeving. Deze supermarkt vervult daardoor een andere functie in de wijk dan de overige supermarkten. Deze functie zal ook na de komst van de Lidl of een andere winkel blijven bestaan, waardoor de effecten op de Spar minimaal zullen zijn.

Effecten overig Apeldoorn

De omzeteffecten van de vestiging van een supermarkt zullen zich spreiden over verscheidene bestaande aanbieders omdat de huidige koopstromen zich verdelen over de verschillende supermarkten buiten Apeldoorn West. De effecten zullen zich echter niet evenredig spreiden over die aanbieders. Er zal sprake zijn van een ombuiging van omzet die nu vooral naar de nabijgelegen discount-/ prijsvriendelijke supermarkten gaat (bijvoorbeeld Aldi aan de Koninginnelaan, de Aldi aan de Hoge Dries, Lidl Kanaal Noord). Door die spreiding van de omzeteffecten over meerdere supermarkten zijn er geen duurzame negatieve effecten op de ruimtelijk-functionele structuur te verwachten door het initiatief van Lidl aan de Asselsestraat. Ook bij de vestiging van een niet-dagelijkse artikelenwinkel zullen de effecten zich spreiden over een groot aantal aanbieders, en daarmee is de kans op verdringing zeer gering.

Centrum e.o.

Het hoofdwinkelgebied van Apeldoorn beschikt slechts over één supermarkt van een landelijke formule, namelijk de Albert Heijn aan de noordzijde van het centrum. Deze winkel kan voornamelijk getypeerd worden als een ‘mandjeswinkel’. De Albert Heijn richt zich hierdoor op een ander marktsegment en andere consumentendoelgroep dan de te realiseren Lidl. Daarnaast zijn in het centrum nog supermarkten als Meltem Plaza en Oriental Foods aanwezig. Deze supermarkten richten zich op een specifieke doelgroep en zijn kleinschaliger dan de grootschalige landelijke formules, zoals Lidl en Albert Heijn.

Ten oosten van het hoofdwinkelgebied liggen op enige afstand wel drie supermarkten in het lage marktsegment, te weten Lidl (Kanaal Noord), Dirk (Kanaal Noord) en Aldi (Auroralaan). De afstand tussen deze winkels en de nieuwe Lidl aan de Asselsestraat is echter groot en daarmee zal het effect naar verwachting gering zijn. Bovendien zal het effect zich verspreiden over deze drie winkels en vooral ten koste gaan van de daar aanwezige Lidl-vestiging. In het onwaarschijnlijke geval dat deze winkel hierdoor verdwijnt, blijft er toch hier nog voldoende vergelijkbaar supermarktaanbod over, waardoor de consumentenverzorging niet onaanvaardbaar aangetast wordt.

Ook voor het effect op het hoofdwinkelcentrum geldt weer dat dat voor de eventuele vestiging van een niet-dagelijkse artikelenwinkel nauwelijks te voorspellen is. Maar zelfs in het geval dat er een winkel in het centrum verdrongen wordt, is hoeft er nog een geen sprake te zijn van onaanvaardbare leegstand. Het zal dan immers normaliter slechts om één pand gaan. We wijzen erop dat de leegstand in het hoofdwinkelcentrum ook al aan het afnemen is, onder meer door de herinvulling van het voormalige V&D-pand. Daarnaast mag verwacht worden dat de herstructurering en upgrading van onder meer de

Oranjerie en het V&D-pand ook een positief effect heeft op de uitstraling van en het bezoek aan het centrum van Apeldoorn. Dit verkleint de kans op langdurige leegstand.

4.4 Conclusie

De analyse van het economisch functioneren leidt tot de volgende conclusies:

- De dagelijkse sector in het onderscheiden marktgebied Apeldoorn West functioneert in de huidige situatie goed en realiseert theoretisch een boven gemiddelde vloerproductiviteit ten opzichte van het landelijke gemiddelde.
- De Lidl opereert in een specifieke branche (discount) en wordt gekenmerkt door een sterke trekkracht richting consumenten. De winkel is daarmee sterk complementair aan de aanwezige supermarkten in Apeldoorn West.
- Door de realisatie van Lidl zal de gemiddeld gerealiseerde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector in het marktgebied waarschijnlijk dalen. De kans dat de daling van de vloerproductiviteit zal leiden tot onaanvaardbare effecten op de bestaande dagelijkse detailhandelsvestigingen is gezien het huidige gerealiseerde niveau gering. Indien de ondernemers in de dagelijkse sector en de supermarktbranche adequaat inspelen op de trends en ontwikkelingen binnen de detailhandel, zal de ontwikkeling van de Lidl niet leiden onaanvaardbaar omzetverlies en nieuwe leegstand.
- Het is voor deze sector niet-dagelijkse artikelen lastig om de effecten in te schatten omdat dit sterk afhangt van het soort winkel. Wel acht BRO het waarschijnlijk dat een eventuele niet-dagelijkse artikelenwinkel op deze locatie een geheel eigen klantenkring zal trekken, waardoor de effecten op het winkelgebied Asselsestraat en de consumentenverzorging in Apeldoorn West eerder positief dan negatief zullen zijn. Door de spreiding van de effecten over veel aanbieders elders in Apeldoorn, is de kans dat er bestaande winkels verdrongen worden ook klein. Van onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur of leegstand in Apeldoorn, en in het verlengde daarvan op het woon-, leef- en ondernemersklimaat, zal normaliter geen sprake zijn.

5. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

Ladder voor Duurzame verstedelijking

In verband met bestemmingsplanwijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing tegenwoordig gewenst, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening steeds meer de nadruk komt te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)). De Ladder is een motiveeringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijkingen besluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken.

Bij de (her)vestiging van supermarkten gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het om detailhandelsontwikkelingen gaat. Wel is het de vraag in hoeverre het om een 'nieuwe' stedelijke ontwikkeling gaat als er sprake is van de transformatie van een pand binnen het stedelijke gebied en waarbij bestaande bebouwing geherstructureerd wordt. De Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State heeft echter eerder geoordeeld²⁴ dat als er sprake is van functieverandering en nieuwbouw van een zekere omvang, dit als een nieuwe stedelijke ontwikkeling gezien dient te worden. Omdat de locatie aan de Asselsestraat momenteel niet de bestemming 'supermarkt' of "detailhandel" heeft, zullen we voor onderhavige ontwikkeling dan ook de Ladder moeten toepassen.

Per 1 juli 2017 luidt de tekst van het tweede lid van art. 3.1.6: "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 stedelijke gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien". De beoogde locatie voor de Lidl ligt in het stedelijke gebied en daarom richt de laddertoets zich specifiek op de behoefte. Daarbij gaat het om zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve behoefte.

Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast

Vanwege de ligging, aard en omvang van de beoogde ontwikkeling hebben wij deze beoordeeld als een lokale ontwikkeling waarvan geen effecten te verwachten zijn op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur van de Apeldoorn omringende gemeenten: het overgrote deel van de omzet van de nieuwe Lidl komt uit de direct omringende woonwijken en van een niet-dagelijkse artikelenwinkel uit Apeldoorn²⁵. Navolgend wordt dan ook enkel ingegaan op Apeldoorn en Apeldoorn West.

Voor wat betreft de kwantitatieve behoefte wordt in onderhavige rapportage geconstateerd dat er in Apeldoorn West distributieve ruimte bestaat voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector, uitgaande van versterking van dat aanbod met een discountsupermarkt. Bovendien is de omvang van het dagelijkse aanbod in Apeldoorn West momenteel tamelijk beperkt en vindt er veel koopkrachtafvloeiing plaats. Het mogelijk maken van de uitbreiding van het dagelijks aanbod voorziet

²⁴ ABRS 5 maart 2014, 201303469/1/R3 (Ekkersrijt, Son en Breugel)

²⁵ Dagelijkse artikelen worden over het algemeen voornamelijk in de nabijheid van de woning aangeschaft. Bij vestiging van een niet-dagelijkse artikelensector is de kans op bezoekers van buiten Apeldoorn groter, maar ook dan zal zeer waarschijnlijk het grootste deel van de omzet uit de eigen gemeente komen. Er zijn daarom geen onaanvaardbare effecten op de consumentenverzorging in omringende gemeenten te verwachten.

daarmee in kwantitatieve zin in een (toekomstige) lokale behoefte. Wel zal de gemiddelde behaalde omzet per m² wvo iets gaan dalen, maar die daling is dusdanig beperkt dat dit opgevat kan worden als een ondernemersrisico. Ook geldt dat dit effect zich over meerdere ondernemingen zal verspreiden, waardoor dit niet direct zal leiden tot leegstand.

Het initiatief speelt daarnaast in kwalitatieve zin sterk in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, keuzemogelijkheden voor de consument). De ontwikkeling betekent voor de inwoners van de westzijde van Apeldoorn dat zij meer keuzemogelijkheden krijgen: het biedt een nieuwe supermarktfomule in het verzorgingsgebied. Voorgaande betekent een verbetering van de consumentenverzorging in Apeldoorn West. Zo bezien is er sprake van een positief effect op het leef-, woon- en ondernemersklimaat. Wat dit laatste betreft: de winkel zal meer publiek naar de Asselsestraat trekken, en daar kunnen ook de andere aanwezige winkels en voorzieningen van profiteren.

Dit laatste geldt ook als er in het betreffende nieuwe winkelpand zich eventueel een nieuwe niet-dagelijkse artikelenwinkel zou vestigen. De kans hierop moet voor de bestemmingsplanperiode echter als klein ingeschat worden gezien het feit dat het betreffende pand specifiek voor de vestiging van Lidl is ontworpen, en er sprake is van aankoop van het pand door Lidl na realisatie. Hoewel de effecten op de consumentenverzorging, detailhandelsstructuur en leegstand sterk afhankelijk zijn van de aard²⁶ van een eventuele niet-dagelijkse, acht BRO het waarschijnlijk dat de winkel per saldo een positief effect zal hebben op het functioneren van de Asselsestraat als winkelgebied (meer bezoekers, combinatiebezoek met andere zaken en extra bekendheid). De effecten zullen zich buiten Apeldoorn West spreiden over veel aanbieders en de kans op verdringing van een bestaande aanbieder is daardoor klein.

Een herontwikkeling van het beoogde terrein aan de Asselsestraat kan vanwege de ligging in Apeldoorn West en wijkwinkelcentrum Asselsestraat (centraal), de bereikbaarheid, de mogelijkheid tot inpassing van het parkeren op eigen terrein en de ruimtelijke mogelijkheid tot vestiging van een groot-schalige winkel, een belangrijke bijdrage leveren aan de beleidsmatig gewenste versterking van de Asselsestraat als wijkwinkelcentrum, en daarmee ook aan de consumentenverzorging in met name Apeldoorn West en het behoud van de fijnmazige structuur van winkelcentra in Apeldoorn. Bovendien wordt door de ontwikkeling de voormalige Karwei getransformeerd tot een moderne, toekomstbestendige supermarkt (of eventueel andere winkel). Het gaat dus om herstructurering van beschikbare gronden en panden in stedelijk gebied, hetgeen past binnen het provinciale detailhandelsbeleid.

Hoewel BRO de kans klein acht, is het niet met zekerheid uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand aanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders in de detailhandelsstructuur, enige leegstand zal ontstaan. Het effect zal zich zoals gezegd echter spreiden over verschillende winkels en daarbij lopen verouderde en/of verspreid gesitueerde winkels het meeste risico. Zelfs als er onverhoopt een enkele zaak verdwijnt, dan zal dat voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging geen onaanvaardbare effecten hebben. Dat wil zeggen dat van onaanvaardbare effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn. Het initiatief versterkt juist de functie van de Asselsestraat als wijkwinkelcentrum.

²⁶ Branche, fomule, marktsegment en consumentendoelgroep waarop men zich richt.

Duurzame ontwrichting

Door het realiseren van de vestiging van de Lidl aan de Asselsestraat neemt het verzorgingsniveau op het gebied van boodschappen doen voor de consument toe, er ontstaan geen beperkingen in het doen van boodschappen. De consumentenverzorging verbetert en het effect op de detailhandelsstructuur zal per saldo niet negatief zijn. Ook al zou door de vestiging van Lidl in Apeldoorn West een andere supermarkt uit het aanbod verdwijnen, dan nog blijft de consument beschikken over ruim voldoende keuzemogelijkheden om dagelijkse boodschappen op aanvaardbare afstand van de eigen woning te kunnen blijven doen. De ontwikkeling leidt daarmee niet tot een duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur. Bij de vestiging van een niet-dagelijkse artikelenwinkel kan conform de jurisprudentie geen sprake zijn van duurzame ontwrichting.

5.1 Conclusie

De analyse van de ladder leidt tot de volgende conclusie: De Ladder voor duurzame verstedelijking kan op een positieve wijze worden doorlopen. De Lidl heeft namelijk geen onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur of de leegstand en geeft daarnaast invulling aan de kwalitatieve en kwantitatieve behoefte vanuit de consument (keuzevrijheid, modernisering supermarkten). Dit geldt op hoofdlijnen ook voor de invulling met een niet-dagelijkse artikelenwinkel, zij het dat dit met minder zekerheid te voorspellen is vanwege de grote variatie aan branches en soorten winkels in deze sector. Het is weinig waarschijnlijk dat een dergelijke winkel zich de komende 10 jaren in het te realiseren pand zal vestigen, maar mocht dit toch het geval zijn, dan zijn geen onaanvaardbare effecten op de consumentenverzorging, detailhandelsstructuur of leegstand te verwachten. Tenslotte draagt de locatie bij aan zowel een ruimtelijke als functionele versterking van een bestaand, overwegend goed functionerend winkelgebied en wordt een voormalig winkelpand (bouwmarkt) getransformeerd naar een nieuwe winkel.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Bijlage 2: Leegstand Apeldoorn

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de leegstaande panden in gemeente Apeldoorn, groter dan 800 m² wvo.

Tabel: Overzicht leegstaande panden (> 800 m² wvo)

Straat	Type leegstand	wvo (m ² wvo)
Laan van Westenek 108	Aanvang/frictie	1.650
Stadhoudersmolenweg 78	Aanvang/frictie	1.300
Vlijtseweg 184	Aanvang/frictie	963

Bron: Locatus 2018