

Nijmegen, visie boodschappencentra stadsdeel Dukenburg

Gemeente Nijmegen

Definitief



Nijmegen, visie stadsdeel Dukenburg

Gemeente Nijmegen

Definitief

Rapportnummer:	204X00618.094474_5
Datum:	6 februari 2018
Contactpersoon opdrachtgever:	mevrouw Eijkhout en mevrouw Van Gerwen
Projectteam BRO:	Geri Wijnen, Aiko Mein
Trefwoorden:	Nijmegen, Dukenburg, stadsdeel, visie, ontwikkeling, dagelijkse artikelen, marktruimte, scenario's, effecten.
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte
Beknorte inhoud:	Om de planinitiatieven in de winkelcentra Meijhorst, Weezenhof en Malvert op haalbaarheid en wenselijkheid te toetsen, is een onderzoek gedaan naar de distributieve haalbaarheid en effecten van de plannen op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in Dukenburg.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	2
1.1 Achtergrond en vraagstelling	2
1.2 Vraagstelling	4
1.3 Relatie met eerder onderzoek	4
2. ANALYSE AANBOD- EN VRAAGASPECTEN	5
2.1 Analyse aanbodstructuur	5
2.2 Analyse vraagaspecten	9
2.3 Trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod	12
2.4 Concurrerend aanbod en relevante plannen en initiatieven	14
2.5 Huidig functioneren en distributieve uitbreidingsruimte	15
3. ONTWIKKELINGSSCENARIO'S EN EFFECTEN	17
3.1 Scenario 1) Vijf supermarkten	17
3.1.1 Scenario 1a) Realisatie alle plannen	18
3.1.2 Scenario 1b) Realisatie alle planologische mogelijkheden	19
3.2 Scenario 2) Vier supermarkten	20
3.2.1 Scenario 2a) Wijkwinkelcentrum met twee buurtsteunpunten	21
3.2.2 Scenario 2b) Twee gelijkwaardige wijkcentra	22
3.3 Scenario 3) Herschikking drie bestaande supermarkten	24
3.4 Slotoverwegingen	25
BIJLAGE	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en vraagstelling

Het is al jaren de ambitie van de gemeente Nijmegen om een dicht netwerk te handhaven van voorzieningen die gericht zijn op de dagelijkse verzorging van de inwoners van de buurten en wijken. Het gaat om sociaal-maatschappelijke en medische voorzieningen, maar ook om de retail: de publieksgerichte commerciële voorzieningen op het gebied van detailhandel, horeca, leisure, etc. Deze voorzieningen zijn in planmatig ontwikkelde stadsdelen zoals Dukenburg gewoonlijk ook geclusterd in planmatig opgezette winkelcentra. In Dukenburg gaat het om een centraal, overdekt 'stadsdeelcentrum' (winkelcentrum Dukenburg) en een drietal buurtcentra, te weten Meijhorst, Malvert en Weezenhof.

Sinds de realisatie van het stadsdeel eind jaren zestig/begin jaren zeventig zijn er diverse ontwikkelingen in zowel vraag als aanbod geweest, die invloed hebben gehad op het functioneren van de aanwezige winkelcentra. Een zeer belangrijke ontwikkeling is de daling van het consumentendraagvlak geweest: het aantal inwoners van het stadsdeel is teruggelopen van ca. 31.000 naar ca. 22.000. Maar ook meer algemene trends aan de aanbodzijde, zoals de schaalvergroting bij supermarkten en de afname van het aantal speciaalzaken hebben hun weerslag gehad op de winkelcentra.

Specifiek voor winkelcentrum Dukenburg, met een ruim aanbod aan niet-dagelijkse artikelenwinkels, geldt dat de economische crisis van 2008-2014 en de opkomst van e-commerce geresulteerd hebben in een toename van de leegstand. Maar ook de drie buurtcentra kampen met leegstand. Bovendien is winkelcentrum Weezenhof begin 2017 deels afgebrand en nog niet herbouwd.

Figuur 1: Kaartje winkelstructuur Dukenburg



Het beleid van de gemeente Nijmegen is al geruime tijd gericht op het creëren van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur in Dukenburg door in te zetten op de vernieuwing en uitbreiding van de centra Meijhorst en Weezenhof. Tot aan 2012 werd daarbij een verplaatsing van het aanbod in Malvert naar deze centra beoogd. In het laatste raadsbesluit hierover (februari 2012) is echter aangegeven dat de winkels in Malvert in de huidige vorm en omvang kunnen blijven (geen uitbreiding). Hoewel er diverse plannen zijn ontwikkeld, zijn de beoogde doelen nog niet bereikt. De drie buurtcentra kampen met achterstallig onderhoud en voldoen hierdoor momenteel zowel qua functionele invulling als qua uitstraling niet meer aan de eisen die aan moderne boodschappencentra gesteld mogen worden.

Inmiddels zijn er vanuit verschillende initiatiefnemers/eigenaren wensen voor nieuwe plannen voor de diverse winkelgebieden in Dukenburg. Het gaat om:

Locatie	Plan	Omvang plannen
Meijhorst	Herontwikkeling van winkelcentrum Meijhorst (en omgeving) als voorzieningshart van de wijk. Uitgangspunt is dat het centrum zal beschikken over 2 supermarkten van een moderne omvang.	Totale omvang in nieuwe situatie: ca. 4.150 m ² bvo. Uitbreiding detailhandel is ca. 1.900 m ² wvo, waarvan ca. 1.500 a 1.750 m ² wvo bedoeld voor dagelijkse artikelenwinkels (supermarkten) en 150 – 400 m ² wvo voor aanvullend winkelaanbod
Weezenhof	Herbouw, modernisering en uitbreiding van winkelcentrum (na brand) waarbij het centrum opnieuw twee supermarkten zal krijgen. In dit plan worden ook (zorg)woningen toegevoegd.	Totale omvang in door eigenaar beoogde situatie: ca. 3.700 m ² bvo. Uitbreiding detailhandel is ca. 1.950 m ² wvo, bedoeld voor uitbreiding van de huidige supermarkt (Lidl) en toevoeging (herbouw) van 2 ^e supermarkt. Planologisch is een 2 ^e supermarkt al mogelijk (totale omvang supermarkten max. 1.100 m ² en 1.400 m ² bvo over 2 bouwblokken (= 900 + 1.100 m ² wvo)
Malvert	Vanuit de Jumbo-supermarkt in Malvert is er een verzoek tot uitbreiding van de winkel gekomen	Uitbreiding supermarkt met ca. 400 m ² wvo.
Totaal Dukenburg Zuid		Uitbreiding detailhandel dagelijkse sector met 3.850 – 4.150 m² wvo
Winkelcentrum Dukenburg	De eigenaren en ondernemers van winkelcentrum Dukenburg wensen de boodschappenfunctie van het centrum te versterken door een uitbreiding van het aantal supermarkten. Zij hebben in dit verband de gemeente verzocht een uitbreiding van het supermarktaanbod in de omgeving te beperken.	Toevoeging van een extra supermarkt is planologisch mogelijk.

De plannen voor Meijhorst zijn in een vergevorderd stadium (bestemmingsplan in voorbereiding) en worden als hard verondersteld. Om de andere initiatieven op haalbaarheid en wenselijkheid te toetsen

in relatie tot de plannen in Meijhorst en er eventueel haar medewerking aan te verlenen, wil de gemeente Nijmegen nader inzicht in de distributieve haalbaarheid en de effecten van alle plannen op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in Dukenburg. De uitkomsten van het onderzoek zullen worden ingevoegd in de in voorbereiding zijnde nieuwe detailhandelsvisie van de gemeente.

1.2 Vraagstelling

De centrale vraag voor het onderzoek en advies is:

“Wat is de gewenste en haalbare structuur van boodschappencentra in het stadsdeel Dukenburg, rekening houdend met het retailbeleid van de gemeente (voorzieningen dicht bij de mensen), de marktmogelijkheden en de effecten van de diverse plannen?”

Om te komen tot beantwoording van de centrale vraag, zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. In hoeverre is er in het stadsdeel Dukenburg distributieve ruimte voor een eventuele uitbreiding van het aanbod aan dagelijkse artikelenwinkels?
2. Wat is het perspectief van de drie buurtwinkelcentra uitgaande van verschillende ontwikkelings-scenario's voor de detailhandelsstructuur (onderlinge effecten op de winkelcentra inclusief effect op leegstand)?
3. Wat zijn de effecten van de verschillende scenario's op de verzorging van de inwoners van het stadsdeel en de afzonderlijke buurten?
4. Welke alternatieve functionele en/of ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden zijn er voor de winkelcentra zonder (groei)perspectief als boodschappencentrum?

Uitgangspunt in het onderzoek is dat de plannen voor Meijhorst als 'hard' verondersteld worden, aangezien het bestemmingsplan in voorbereiding is.

Daarbij staat in het onderzoek de sector dagelijkse artikelen centraal. Deze sector omvat de supermarkten, levensmiddelenpeciaalzaken en winkels op het gebied van persoonlijke verzorging (drogist-erijen, etc.). Met name de aanwezigheid en kwaliteit (soort, formule, omvang, complementariteit) van supermarkten draagt in belangrijke mate bij aan het functioneren van boodschappencentra, en zij bepalen daarmee ook het perspectief van een op de buurt- en wijkverzorging gericht winkelgebied.

1.3 Relatie met eerder onderzoek

Naar de detailhandelsstructuur in het stadsdeel Dukenburg is onderzoek uitgevoerd. Onderhavige rapportage borduurt voort op enkele eerder uitgevoerde onderzoeken. Dit zijn:

- Nijmegen, Dukenburg structuuronderzoek buurt- en wijkwinkelcentra, BRO maart 2002;
- Nijmegen, Evaluatie winkelstructuur stadsdeel Dukenburg, DTNP oktober 2006;
- Nijmegen Dukenburg, Bewonersonderzoek dagelijkse boodschappen, DTNP februari 2007;
- Toekomstige functie en positie Stadsdeelcentrum Nijmegen Dukenburg, DTNP mei 2016.

2. ANALYSE AANBOD- EN VRAAGASPECTEN

2.1 Analyse aanbodstructuur

Omvang en spreiding

Het stadsdeel Dukenburg heeft in 2017 22.110 inwoners. Zij beschikken over aan 26 dagelijkse artikelenwinkels met samen 8.541 m² wvo. Dit komt neer op 386 m² wvo per 1.000 inwoners, hetgeen ongeveer gelijk is aan het landelijke gemiddelde. Het overgrote deel (67%) van de verkoopruimte is echter aanwezig in Winkelcentrum Dukenburg. Dit winkelcentrum heeft niet alleen een functie voor het gelijknamige stadsdeel, maar ook voor stadsdeel Lindenholt en enkele aangrenzende andere woonwijken.

Specifiek voor het zuidelijke deel van stadsdeel Dukenburg, dat de buurten Aldenhof, Lankforst, Malvert, Meijhorst en Weezenhof omvat (samen 13.840 inwoners), geldt dat er slechts 7 dagelijkse artikelenwinkels zijn met samen 2.777 m² wvo. Hier ligt het aanbod met ca. 200 m² wvo per 1.000 inwoners juist op een laag niveau.

Tabel 2.1: Omvang en samenstelling aanbod winkelcentra stadsdeel Dukenburg¹

	Dukenburg		Malvert		Meijhorst		Weezenhof		Bedrijventerrein / verspreid	
	a.v.	m ² wvo	a.v.	m ² wvo	a.v.	m ² wvo	a.v.	m ² wvo	a.v.	m ² wvo
Dagelijkse artikelen	19	5.764	2	921	3	1.036	2	820	-	-
Mode en kleding	33	9.059	-	-	2	95	-	-	-	-
Vrije tijd	4	928	-	-	-	-	-	-	1	85
In/om het huis	10	3.057	2	160	1	92	-	-	4	4.741
Detailhandel overig	2	400	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Subtotaal detailhandel</i>	<i>68</i>	<i>19.208</i>	<i>4</i>	<i>1.081</i>	<i>6</i>	<i>1.223</i>	<i>2</i>	<i>820</i>	<i>5</i>	<i>4.826</i>
Horeca	9	520	1	45	4	140	4	144	3	604
Overig leisure	4	-	-	-	-	-	-	-	3	-
Dienstverlening	17	-	3	-	2	-	2	-	2	-
Leegstand	16	1.846	3	271	2	205	-	-	1	150
Totaal	114	21.574	11	1.397	14	1.568	8	964	14	5.580

a.v. = aantal vestigingen

¹ Bron: Locatus retailverkenner (peildatum 7-11-2017). De apotheken zijn opgenomen onder dienstverlening. Bij overig leisure en dienstverlening is het m² wvo van slechts een deel van de aanbieders in het beschikbare Locatusbestand opgenomen. Daarom is geen totaal m² wvo gemeld.

Tabel 2.2: Brancheverdeling sector dagelijkse artikelen stadsdeel Dukenburg

	Dukenburg		Malvert		Meijhorst		Weezenhof	
	a.v.	m² wvo	a.v.	m² wvo	a.v.	m² wvo	a.v.	m² wvo
Supermarkten	2	3.704	1	861	1	769	1	795
Levensmiddelenpeciaalzaken ²	11	701	1	60	2	267	1	25
Persoonlijke verzorging	6	1.359	-	-	-	-	-	-
Totaal dagelijkse artikelen	19	5.764	2	921	3	1.036	2	820

a.v. = aantal vestigingen

De tabellen hiervoor geven de dominante positie van Winkelcentrum Dukenburg in de detailhandelsstructuur van het stadsdeel weer. Tevens komt de beperkte omvang van de drie buurtwinkelcentra naar voren. Het aantal levensmiddelenpeciaalzaken is hier nog slechts heel beperkt en de branche persoonlijke verzorging is afwezig. Winkelcentrum Dukenburg kent wel een ruim en gevarieerd aanbod aan drogisterijen en aanverwante winkels.

Voor alle drie de buurtcentra geldt dat de omvang van het winkelaanbod de afgelopen jaren is afgenomen, waarbij voor Weezenhof geldt dat de sluiting van de Spar en daarna de brand hier een belangrijke rol in hebben gespeeld. Voor de beide andere centra is de ontwikkeling meer terug te voeren op algemene trends in de detailhandel en het afnemende aantal inwoners in de omringende woonwijken. Ook de onduidelijkheid over ontwikkel- en investeringsmogelijkheden heeft niet geholpen.

Supermarktaanbod

De in de drie buurtcentra aanwezige supermarkten zijn allen klein naar de huidige maatstaven voor betreffende soorten supermarkten en formules. Moderne buurt- en wijkverzorgende supermarkten zijn gewoonlijk ca. 1.000 – 1.500 m² wvo en de nieuwe discounters kennen een vergelijkbare maatvoering.

Het supermarktaanbod in Winkelcentrum Dukenburg is duidelijk onderscheidend van het overige in dit stadsdeel (en Lindenholt) aanwezige supermarkten. De Albert Heijn is grootschalig en de andere supermarkt is gespecialiseerd. Eerder kende het winkelcentrum nog een tweede reguliere supermarkt, maar die is enkele jaren geleden gesloten.

Tabel 2.3: Supermarktaanbod Stadsdeel Dukenburg

Winkelcentrum	Formule	Typering	m² wvo
Dukenburg	Albert Heijn	Full service	3.092
Dukenburg	Amazing Oriëntal	Gespecialiseerd	612
Malvert	Jumbo	Full service	861
Meijhorst	Albert Heijn	Full service	769
Weezenhof	Lidl	Soft discount	795

² Inclusief minisupermarkten.

Leegstand en uitstraling winkelcentra

Winkelcentrum Dukenburg kampt met een aanzienlijk aantal leegstaande winkelunits (16) en dit heeft met name in het westelijke deel (van het oude centrum) een negatieve impact op het winkelklimaat. Dit deel van het centrum kent bovendien een gedateerde uitstraling en een matige ruimtelijke indeling (geen goede voetgangersrouting). In de rest van het centrum is de leegstand meer verspreid aanwezig en hier is ook een helder winkelcircuit aanwezig. Voor een nader overzicht van de sterktes en de zwaktes van dit winkelcentrum verwijzen wij naar het rapport 'Toekomstige functie en positie Stadsdeelcentrum Nijmegen Dukenburg' (DTNP mei 2016).

Zowel in de buurtcentra Meijhorst als Malvert staan enkele units leeg. Dit is niet het geval in Weezenhof, maar daar is een deel van het centrum afgebroken na de brand en liggen alleen de vloeren er nog. In alle drie de centra is sprake van een zeer matige uitstraling, die behalve door de leegstand veroorzaakt wordt door:

- Achterstallig onderhoud.
- Gedateerd vastgoed.
- Weinig aantrekkelijke ruimtelijke opzet (introvert, situering entrees supermarkten en parkeerfaciliteiten).
- Inrichting openbare ruimte.
- Samenstelling aanbod (deels niet of nauwelijks buurtverzorgend).
- Kwaliteit aanbod (o.a. te kleine supermarkten).

Positief is de aanwezigheid van andere voorzieningen in de directe omgeving (scholen, medische en sociaal-maatschappelijke voorzieningen), met name in Meijhorst (o.a. zwembad, zorgwoningen en gezondheidscentrum en wijkcentrum). In alle drie de buurtcentra is echter de ruimtelijke relatie tussen deze voorzieningen en het winkelcentrum niet optimaal. Zo ligt de apotheek in Malvert met de achterkant naar het winkelcentrum.

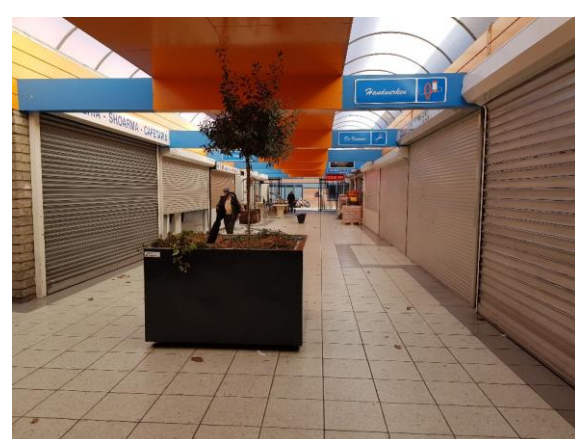
Figuur 3: Impressie winkelcentrum Malvert



Figuur 4: Impressie winkelcentrum Weezenhof



Figuur 5: Impressie winkelcentrum Meijhorst

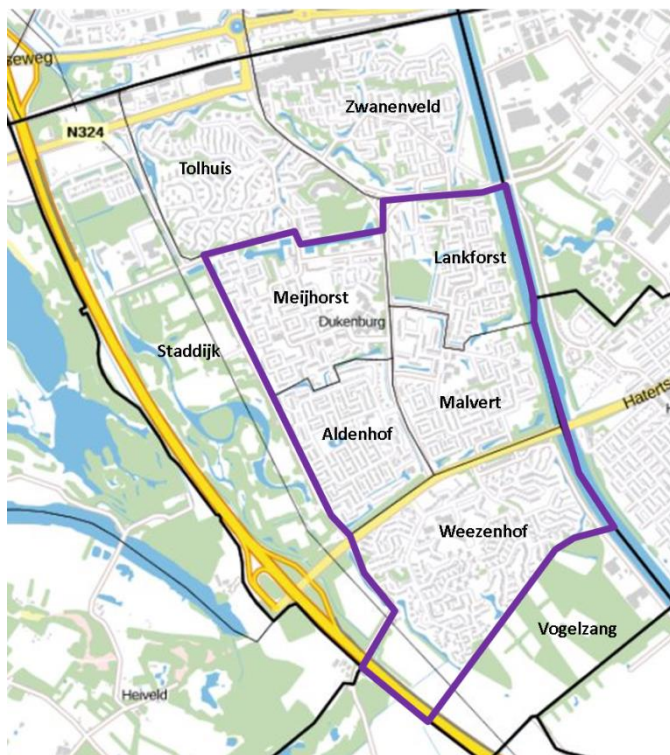


Figuur 6: Impressie Winkelcentrum Dukenburg



2.2 Analyse vraagaspecten

Figuur 7: Wijkindeling stadsdeel Dukenburg



Inwonertal

Het stadsdeel Dukenburg heeft in 2017 ca. 22.110 inwoners, waarvan er ca. 13.810 in de zuidelijke wijken wonen. In Dukenburg Zuid is het inwonertal de afgelopen 15 jaar met ca. 10% teruggelopen; de daling is veel minder groot in Dukenburg-Noord geweest.

Tabel 2.4: Bevolkingsontwikkeling Dukenburg

	2002	2014	2017	Verschil 2002-2017	Prognose 2025	Verschil 2017-2025
Aldenhof	2.840	2.590	2.385	- 16%	2.400	+1%
Lankforst	2.250	2.120	2.090	- 7%	1.900	-9%
Malvert	2.850	2.610	2.380	-17%	2.500	+5%
Meijhorst	3.560	3.390	3.475	- 2%	3.200	-8%
Weezenhof	3.810	3.500	3.510	- 8%	3.450	-2%
Dukenburg Zuid	15.310	14.210	13.840	-10%	13.450	-3%
Zwanenveld	4.700	4.760	4.695	0%	4.600	-2%
Tolhuis/Stadwijk	3.740	3.550	3.575	- 4%	3.300	-8%
Dukenburg Noord	8.440	8.310	8.270	- 2%	7.900	-4%
Totaal	23.750	22.520	22.110	- 7%	21.350	-3%

Voor de komende jaren wordt een lichte verdere daling van het inwonertal van het stadsdeel naar ca. 21.350 inwoners verwacht. De gemeentelijke prognose gaat voor de wijken Lankforst, Meijhorst en Tolhuis uit van een sterke afname (vlakt wel af) en voor Malvert, Aldenhof en Weezenhof van een lichte groei of stabilisatie.

Bevolkingssamenstelling

In Dukenburg zijn met name oudere leeftijdsgroepen (60+) relatief ruim vertegenwoordigd en daarin vooral de groep 'jonge ouderen' (70-79 jaar). Vooral de wijk Weezenhof kent relatief veel oudere inwoners. De verwachting is dat er in Dukenburg de komende jaren sprake zal zijn van een aanzienlijke ontgroening en daarnaast een verdere vergrijzing. Navolgende tabel geeft dat aan.

Tabel 2.5: Inwoners naar leeftijdsklassen (afgerond)

Leeftijdsgroep	2015	Prognose 2025
0-9	2.260	1.900
10-19	2.400	2.200
20-29	2.650	2.400
30-39	2.780	2.400
40-49	2.930	2.500
50-59	2.900	2.800
60-69	2.970	2.900
70-79	2.160	2.700
80*	930	1.400
Totaal	21.990	21.100

*Inwonertal zonder Staddijk (ca. 100 inwoners)

Inkomensniveau en bestedingen

Het besteedbaar inkomen ligt in de meeste Dukenburgse wijken aanzienlijk beneden het Nederlandse gemiddelde (ca. 15-30%). Alleen in de wijk Weezenhof is er sprake van een bovengemiddeld besteedbaar inkomensniveau (+14%). In totaliteit ligt het inkomensniveau in Dukenburg Zuid ca. 13% onder het landelijke gemiddelde. Dat houdt in dat een correctie van de landelijke gemiddelde bestedingen aan dagelijkse artikelen per hoofd van de bevolking (€ 2.606,- excl. BTW) nodig is. Uitgaande van een inkomenselasticiteit van 0,25 komt het te hanteren bedrag uit op € 2.521,-. Dit bedrag wordt naar de toekomst toe constant gehouden. Uitgangspunt is dat het aandeel bestedingen via internet weliswaar verder toe zal nemen, maar dit wordt gecompenseerd door de verwachte geleidelijke verdere reële stijging van de bestedingen.

Koopstromen

Koopkrachtbinding stadsdeel Dukenburg

De gemeente Nijmegen heeft in 2013 een burgerpeiling inclusief een koopstromenonderzoek uitgevoerd. De gegevens hieruit zijn door BRO bewerkt. Uit het onderzoek komt naar voren dat de dagelijkse artikelensector in het gehele stadsdeel Dukenburg ca. 86% van de koopkracht aan zich wist te binden. Dit hoge percentage wordt verklaard door de totale omvang van en variatie in het aanbod in

combinatie met de enigszins afgezonderde ligging van het stadsdeel. De koopkrachtbinding vanuit het stadsdeel aan Winkelcentrum Dukenburg bedroeg ca. 36% en aan de drie buurtcentra ca. 50%. Daarbij trokken de centra Malvert en Meijhorst ieder ca. 13,5% en Weezenhof ca. 23%. Dit laatste percentage geeft de trekkracht van Lidl als de enige discounter in het stadsdeel goed weer. De afvloeiing ging vooral naar de omringende winkelcentra zoals Hatert, maar ook verder weggelegen centra als De Notenhout of de St. Jacobslaan.

De inwoners van de noordelijke wijken Zwanenveld en Tolhuis zijn voor het boodschappen doen het sterkst op Winkelcentrum Dukenburg georiënteerd, maar de drie buurtcentra trekken samen toch ook nog ca. een derde van de koopkracht uit deze wijken. Vooral Weezenhof fungeert daarbij als secundair winkelcentrum.

Koopkrachtbinding Dukenburg-Zuid

De koopkrachtbinding van de inwoners van de drie zuidelijke wijken aan de eigen buurtcentra bedroeg in 2015 ca. 61%. Ca. 26% van de koopkracht in Dukenburg-Zuid vloeit af naar Winkelcentrum Dukenburg. De verdeling van de lokale koopkrachtbinding van de drie zuidelijke wijken is bij benadering:

- Winkelcentrum Malvert: ca. 16,5%
- Winkelcentrum Meijhorst: ca. 16,5%
- Winkelcentrum Weezenhof: ca. 28%

Vanwege de sluiting van de Spar in januari 2016 en de brand in Weezenhof zal de koopkrachtbinding in Dukenburg Zuid iets gedaald zijn ten opzichte van de meting. We gaan ervan uit van dat dit tussen 55 en 60% zal liggen (gehanteerd in berekening: 57,5%).

Bij een versterking van het aanbod in de drie buurtcentra door modernisering van het bestaande supermarktaanbod en toevoeging van één of twee nieuwe supermarkten kan de koopkrachtbinding in Dukenburg Zuid mogelijk toenemen naar ca. maximaal 70%. Dat zal ten koste gaan van de afvloeiing naar winkelcentra buiten het stadsdeel en ook van de afvloeiing naar Winkelcentrum Dukenburg.

Koopkrachttoevloeiing Dukenburg-Zuid

Uit de koopstroomgegevens komt naar voren dat Winkelcentrum Dukenburg veel koopkracht van buiten het stadsdeel trekt, onder meer uit Lindenholt, maar bij de drie buurtcentra is dat slechts in zeer beperkte mate het geval. Wel wordt zoals gezegd tamelijk veel koopkracht getrokken uit de wijken Zwanenveld en Tolhuis. Het aandeel omzet van buiten de Dukenburg Zuid raamt BRO op basis van de gegevens uit het gemeentelijke koopstromenonderzoek op ca. 30-35% (gehanteerd in berekening: 32,5%).

Bij een versterking van het aanbod in Dukenburg-Zuid zal de koopkrachttoevloeiing in absolute zin kunnen toenemen, maar dit zal sterk afhangen van de aard van de versterking. Ligt de nadruk op het moderniseren van het bestaande aanbod, dan zal er maar in beperkte mate extra koopkracht van buiten Dukenburg Zuid getrokken worden. Hiervoor wordt een toevloeiingspercentage van 30% gehanteerd. Komt er bijvoorbeeld een Aldi bij, dan zal het percentage hoger kunnen uitvallen omdat deze

winkel dan de meest nabije hard-discounter is voor de inwoners van Dukenburg-Noord en Hatert. In dat geval acht BRO en toevloeiing van 35% haalbaar.

2.3 Trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod

De detailhandel in dagelijkse artikelen is volop in beweging. In het navolgende worden de meest relevante algemene trends kernachtig geschetst.

Trends in consumentengedrag³

- Er wordt vanuit de consument verlangd naar verantwoorde producten die gemakkelijk te bereiden zijn of ready-to-eat zijn op de momenten die voor de consument logisch zijn. Er wordt minder tijd dan voorheen besteed aan het boodschappen doen en het bereiden van een maaltijd en maaltijdboxen en foodserviceconcepten stijgen dan ook in populariteit. Daarnaast zijn afhaalpunten in opkomst.
- 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.
- Inzicht in hoe producten gemaakt worden, wat er aan zouten, vetten en suikers is toegevoegd en waar de grondstoffen vandaan komen, is tegenwoordig belangrijk voor de consument. Door deze bewustwording groeit het biologische segment en is er veel transparantie door ratingssites en keurmerken.
- De bestedingen in de dagelijkse artikelensector nemen al geruime tijd jaarlijks gestaag toe (om en nabij 2% per jaar).
- De consument koopt steeds meer levensmiddelen online. Toch is het aandeel online, ten opzichte van de totale omzet in de dagelijkse sector, nog altijd zeer beperkt (< 2% in 2016)⁴. Uit onderzoek van Supermarkt & Ruimte blijkt dat het aandeel online bij geen enkele supermarkt-artikelgroep boven de 5% uitkomt⁵. Er zijn in de praktijk wisselende berichten over de ontwikkeling van de online boodschappen en met name de rol van het afhaalpunt hierin. Sommige prognoses gaan uit van 16% tot 20% marktaandeel in 2020⁶. Er zijn echter ook prognoses die uitgaan van een marktaandeel van ca. 5%. Een snelle groei is mogelijk door de opmars van innovatieve concepten als Picnic of Hello Fresh⁷. Maar de groei kan ook achterblijven omdat online aankopen geen prijsvoordeel opleveren en er geen ruimere keus is.

³ Onder meer gebaseerd op o.a. Rabobank (2017). Cijfers en Trends. Supermarkten.

⁴ Distrifood (2015). Marktaandeel van online knalt naar 2,2 procent.

⁵ Supermarkt en Ruimte (2015). Online supermarktomzet deert omzet fysieke supermarkt (nog) niet.

⁶ Retailtrends (2015). De toekomst van online supers en pick-up points.

⁷ Levensmiddelenkrant (2016). EFMI: online foodretail in 2025 onder 10 procent.

Ontwikkeling in de sector dagelijkse artikelen

De dagelijkse artikelen sector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder zijn de laatste jaren sterk in beweging:

- De afgelopen jaren heeft over de hele linie schaalvergroting plaatsgevonden. Voor een rendabel functioneren is vaak een groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.500 m² wvo omvatten⁸.
- Binnen de levensmiddelensector vormen supermarkten ca. 80% van het aandeel voor wat betreft omzet en werkgelegenheid. Qua vloeroppervlak is dit aandeel 70%.
- De concurrentie voor (traditionele) supermarkten neemt toe. Enerzijds komen er door branchevervaging steeds meer aanbieders op de markt met een dagelijks assortiment, zoals Ikea, Hema en Action. Tegelijkertijd groeit ook het aandeel online. Daarnaast doen supermarkten zelf ook aan branchevervaging / blurring door zich steeds meer te vermengen met horeca, zoals de integratie van La Place door Jumbo⁹ of de actiematige verkoop van non-foodartikelen (Aldi, Lidl).
- Het merendeel van de online-verkoop wordt nog thuisbezorgd, maar verliest wel aandeel aan afhaalpunten. De belangrijkste reden hiervoor is dat de consument bij voorkeur zelf bepaalt wanneer hij of zij de boodschappen afhaalt¹⁰. Een aantal grote supermarktketens oriënteert zich steeds meer op afhaalpunten terwijl tegelijkertijd nieuwe concepten starten die wel boodschappen thuis leveren zoals de online supermarkt Picnic en de maaltijdboxen van onder andere Hello Fresh.
- Supermarkten hebben te maken met een hybride consument. Een supermarkt moet daarom of zo goedkoop mogelijk zijn, of een meerwaarde creëren om consumenten te trekken⁷. De kwaliteitsdiscounters als Lidl profiteren hier optimaal van. Daarnaast ontstaan concepten met een hoge toegevoegde waarde, zoals het bieden van volledige service. Conceptontwikkeling is essentieel en hierbij moet worden ingespeeld op de locatie en de klanten die er komen.
- Mede door het alsmatig veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten (Marqt en Estafette) en kleinere gemakswinkels (city stores van Spar, Albert Heijn en Jumbo).

Ruimtelijke ontwikkelingen

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 en een sterkere concentratie van de winkels in grotere winkelgebieden.

Specifiek voor boodschappencentra is de aanwezigheid en trekkracht van een of meerdere supermarkten van belang omdat zij voor grote bezoekersstromen zorgen en daar kunnen de andere aanwezige winkels en voorzieningen van profiteren (zie kader)

⁸ Detailhandel.info (2017). Supermarkten.

⁹ Rabobank (2017). Cijfers en Trends. Supermarkten.

¹⁰ Deloitte (2015). Consumentenonderzoek 2015.

De rol van supermarkten in boodschappencentra

In kernverzorgende centra nemen supermarkten een centrale rol in. Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. Een doorsnee-supermarkt trekt ca. 10.000 bezoekers per week. De andere foodspeciaalzaken, winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht van de supermarkten. Mede omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod.

Recent onderzoek van DTNP (Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten onder 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra, november 2016) komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een hoog niveau ligt.

- Gemiddeld loopt ca. 50% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
- Voorwaarde is wel dat het voorzieningenaanbod, dichtbij moet liggen (max. 80 meter) en zichtbaar moet zijn vanaf de entree van de supermarkt
- Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten hoger dan bij klanten van discountsupermarkten.

In z'n algemeenheid functioneren landelijk gezien de grotere wijkwinkelcentra waar twee bij voorkeur complementaire supermarkten aanwezig goed. Bij buurtverzorgende centra is het beeld veel meer wisselend. Vaak is er, zoals ook bij de Dukenburgse buurtcentra, al geen compleet pakket aan speciaalzaken aanwezig. In dergelijke situaties kan de dagelijkse consumentenverzorging wel goed ingevuld worden door een moderne supermarkt die ook diensten verleent, aangevuld met hooguit enkele winkels (bakker, bloemenwinkel) en/of horecagelegenheden zoals een cafetaria of shoarma/pizzazaak.

Conclusie

De consument wil enerzijds meerwaarde in de vorm van service en anderzijds verlangt de consument goedkope producten. Het aanwezige supermarktaanbod in Dukenburg Zuid kan dit laatste bieden, maar vanwege de te geringe omvang van de winkels kan onvoldoende service geleverd worden. Veel consumenten zullen daarom zonder veranderingen steeds vaker uit gaan wijken naar winkelgebieden die wel aan hun wensen en eisen voldoen.

In het licht van de uitgangssituatie en de geschetste ontwikkelingen is het perspectief voor behoud van echte, complete 'buurtcentra' in Dukenburg Zuid gering. Oplossingen zullen eerder gezocht moeten worden naar transformatie naar ofwel een wijkcentrum ofwel buurtsteunpunten.

2.4 Concurrerend aanbod en relevante plannen en initiatieven

Voor de winkelcentra in Dukenburg Zuid is behalve Winkelcentrum Dukenburg eigenlijk alleen winkelcentrum Hatert concurrerend. Hier zijn een Lidl en een Emté supermarkt aanwezig. Verder trekken ook de meer bijzondere winkels in Nijmegen en Wijchen, door aard en/of omvang, enige koopkracht.

De relevante plannen en initiatieven in stadsdeel Dukenburg zelf zijn benoemd in paragraaf 1.1. Afgezien van die plannen zijn BRO geen relevante plannen voor versterking van het dagelijkse artikelenaanbod in de omgeving van Dukenburg bekend.

2.5 Huidig functioneren en distributieve uitbreidingsruimte

De navolgende berekeningen zijn gebaseerd op het eerder vermelde huidige en verwachte aantal inwoners van Dukenburg Zuid en het daar aanwezige dagelijkse artikelaanbod. De gehanteerde bestedingen en de koopstromen zijn eveneens eerder benoemd.

Als norm voor de voor een redelijk functioneren benodigde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) wordt uitgegaan van het landelijke gemiddelde voor de dagelijkse artikelensector (€ 8.108,- excl. BTW op jaarbasis). Dit is aanzienlijk lager dan een normgemiddelde gebaseerd op de samenstelling van het Dukenburgse winkelaanbod en de aanwezige supermarktformules. Supermarkten behalen namelijk gemiddelde een hogere vloerproductiviteiten dan speciaalzaken (€ 8.495,- tegen € 7.252,- en de aanwezige winkelruimte bestaat voor het overgrote deel uit supermarkten. Bovendien realiseren alle drie de supermarktformules landelijk een bovengemiddelde omzet per m² wvo (variërend van € 8.770,- tot € 10.400,-).

Uit de berekening in tabel 2.6 blijkt dat het winkelaanbod in de dagelijkse sector in Dukenburg Zuid in de huidige situatie bovengemiddeld functioneert. Dat betekent dat er theoretisch een distributieve uitbreidingsruimte is van ca. 900 m² wvo. Die ruimte zal bij versterking van het aanbod in de nabije toekomst (en daardoor toename van koopkrachtbinding en -toevloeiing) kunnen oplopen tot ca. 1.400 a 1.750 m² wvo.

Tabel 2.6: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector

	2017	2025
Aantal inwoners	13.840	13.450
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.521	2.521
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	34,9	33,9
Koopkrachtbinding	57,5%	70%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	20,1	23,7
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de reguliere omzet	32,5%	30-35%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	9,6	10,1-12,8
Totale omzet	29,7	33,8-36,5
Totaal m ² wvo	2.758	2.758
Omzet per m ² wvo (€)	10.750	12.250-13.250
Gemiddelde vloerproductiviteit landelijk (€ per m² wvo)	8.108	8.108
Haalbaar m ² wvo	3.660	4.170-4.500
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	900	1.400-1.750

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien 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 het 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.

3. ONTWIKKELINGSSCENARIO'S EN EFFECTEN

In dit hoofdstuk worden, aan de hand van de benaderde distributieve uitbreidingsruimte, de mogelijke scenario's voor realisatie van de verschillende planinitiatieven verkend en de effecten daarvan op het bestaande winkelaanbod, op de detailhandelsstructuur in Dukenburg en op de consumentenverzorging.

Scenario's	Uitbreiding in dagelijkse sector (in m ² wvo)	Totale omvang winkel- centrum na uitbreiding (in m ² wvo) ¹¹
1. Vijf supermarkten		
a. Realisatie alle plannen	3.850 - 4.100	7.785 - 8.185
b. Realisatie planologische mogelijkheden	2.600 - 2.850	5.985 - 6.385
2. Vier supermarkten		
a. Wijkwinkelcentrum (Meijhorst) en twee buurtsteunpunten (Weezenhof en Malvert)	2.300 - 3.250	6.235
b. Twee gelijkwaardige wijkwinkelcentra (Meijhorst en Weezenhof)	2.300 - 2.750	7.085
3. Herschikking drie supermarkten (een wijkwinkelcentrum en een buurtsteunpunt)	1.050 - 1.500	5.835 - 6.435

Daar waar in dit hoofdstuk gesproken wordt over een 'wijkwinkelcentrum' wordt een winkelcentrum met twee supermarkten bedoeld. Een normaal wijkwinkelcentrum omvat daarnaast ook een compleet pakket aan levensmiddelen speciaalzaken, een drogist en diverse winkels voor de aanschaf van 'alledaagse' artikelen (bloemen en planten, huishoudelijke artikelen, etc.). Een dergelijk aanbod is in Dukenburg Zuid echter niet haalbaar vanwege de aanwezigheid van het grote winkelcentrum Dukenburg. Wijkwinkelcentra in Dukenburg Zuid zullen daarom slechts een beperkt aantal andere winkels dan supermarkten kunnen omvatten.

3.1 Scenario 1) Vijf supermarkten

Er zijn twee scenario's denkbaar waarbij er vijf supermarkten in Dukenburg-Zuid gevestigd zijn:

- Scenario 1a) alle planinitiatieven voor de drie buurtcentra worden gerealiseerd
- Scenario 1b) alle planologische mogelijkheden worden benut. Daarbij worden de plannen voor Meijhorst als 'hard' verondersteld worden, aangezien het bestemmingsplan in voorbereiding is. In Weezenhof kan planologisch ook een tweede supermarkt toegevoegd worden. In Malvert blijft de supermarkt zoals hij nu.

¹¹ Incl. horeca en leegstand en excl. dienstverlening en overige leisure (cultuur en entertainment).

3.1.1 Scenario 1a) Realisatie alle plannen

Plan		Huidige om- vang supermarkten (m ² wvo)	Uitbreiding dagelijkse sector per saldo (m ² wvo)	Totale omvang winkelcentrum na uitbreiding (m ² wvo) ¹²
Meihorst	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	769	1.500 – 1.750	3.070 – 3.470
Weezenhof	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	795	1.950	2.915
Malvert	Uitbreiding bestaande supermarkt	861	400	1.800
Totaal		2.425	3.850 - 4.100	7.785 - 8.185

Bij dit scenario neemt de omvang van de dagelijkse artikelensector in Dukenburg-Zuid toe met ca. 4.000 m² wvo tot ca. 6.750 m² wvo. De berekende distributieve ruimte bedraagt echter maximaal 1.750 m² wvo. Er is theoretisch dus slechts marktruimte voor in totaal ca. 4.500 m² wvo. De realisatie van alle plannen betekent dat de marktmogelijkheden fors overschreden worden. Een consequentie daarvan is dat de door het vernieuwde en nieuwe aanbod behaalde gemiddelde omzet per m² wvo zeer sterk zal dalen (van de huidige € 10.750,- naar € 5.400,-). Dat is te laag voor een rendabel functioneren van het aanbod als geheel. Voor zover alle nieuwe ruimte al ingevuld wordt, dan zal er uiteindelijk toch weer minimaal 1 supermarkt moeten sluiten. Daar komt bij dat de extra omzet die gegenereerd wordt voor een groot deel uit Tolhuis en Zwanenveld zal komen, en dus ten koste gaat van Winkelcentrum Dukenburg.

Effecten op:	Toelichting	
Functioneren bestaand aanbod		Vloerproductiviteit van bestaande en nieuwe aanbod halveert en komt onder grens voor rendabel functioneren. Sluiting van een supermarkt is te verwachten. Extra omzet uit Tolhuis en Zwanenveld gaat ten koste van Winkelcentrum Dukenburg.
Detailhandelsstructuur		Initiële versterking van alle buurtcentra, echter niet toekomstbestendig doordat nieuw en bestaand aanbod de benodigde omzet niet zal halen.
Consumentenverzorging		Moderne supermarkten initieel overal dichtbij. Leegstand is echter op termijn te verwachten door sluiting van een supermarkt.

Realisatie van alle plannen betekent bouwen voor leegstand en daarmee zijn de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur in Dukenburg en Dukenburg Zuid niet gediend. Ook de juridisch-plaanologische onderbouwing (toepassing van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking) zal lastig worden, zeker voor projecten waarvoor nog een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is.

¹² Incl. horeca en leegstand en excl. dienstverlening en overige leisure (cultuur en entertainment).

3.1.2 Scenario 1b) Realisatie alle planologische mogelijkheden

Plan		Huidige om- vang supermarkten (m² wvo)	Uitbreiding dagelijkse sector per saldo (m² wvo)	Totale omvang winkelcentrum na uitbreiding (m² wvo) ¹³
Meijhorst	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	769	1.500 – 1.750	3.070 – 3.470
Weezenhof	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	795	1.100	2.915
Malvert	Behoud bestaande supermarkt	861	0	1.397
Totaal		2.425	2.600 - 2.850	5.985 – 6.385

Uitgangspunt van dit scenario is het doorzetten van de huidige lijn voor Meijhorst (ontwikkeling naar hart voor de wijk en toevoeging tweede supermarkt) en Malvert ('standstil situatie'), in combinatie met het benutten van de huidige planologische mogelijkheden door de eigenaar van Weezenhof. In Weezenhof kan naast de huidige supermarkt (Lidl) nog een tweede supermarkt (van moderne omvang) worden toegevoegd van ca. 1.100 m² wvo. De layout van deze winkel is echter niet optimaal en ook de bestaande supermarkt kan niet uitbreiden.

In dit scenario daalt de vloerproductiviteit naar ca. € 6.000 - € 6.800, wat 16 – 26% onder het landelijk gemiddelde is. Dat is ruim beneden het huidige niveau en onder de grens voor rendabel functioneren. Het is daardoor mogelijk dat één van de aanwezige supermarkten uiteindelijk zal moeten sluiten.

Door uit te gaan van de (huidige) planologische mogelijkheden en de huidige beleidslijn (geen uitbreiding van Malvert) is dit scenario reëel. Er ontstaat dan wel een overaanbod aan supermarktmeters dat kan leiden tot leegstand en (verdere) verloedering. Door de 'standstil' situatie is het risico voor Malvert daarbij het hoogst. De supermarkt is (te) kleinschalig om consumenten op een goede manier te kunnen bedienen. Wanneer de winkel niet kan uitbreiden zullen verdere investeringen in het winkelcentrum ook achterwege blijven, en is vertrek van Jumbo en daarmee een verdere verloedering van het winkelcentrum op termijn denkbaar.

Effecten op:	Toelichting	
Functioneren bestaand aanbod		Vloerproductiviteit van bestaande en nieuwe aanbod daalt met ca. 16 - 26% en komt onder grens voor rendabel functioneren. Sluiting van een supermarkt is mogelijk.
Detailhandelstructuur		Initiële versterking van alle buurtcentra, echter niet toekomstbestendig doordat nieuw en bestaand aanbod de benodigde omzet niet zal halen.
Consumentenverzorging		Moderne supermarkten overal dichtbij, echter op termijn risico op leegstand in één van de buurtsteunpunten (met name hoog risico voor Malvert)

¹³ Incl. horeca en leegstand en excl. dienstverlening en overige leisure (cultuur en entertainment).

3.2 Scenario 2) Vier supermarkten

In ruimtelijk opzicht zijn er meerdere varianten met vier supermarkten denkbaar, die hierna aan ver-
kend zullen worden.

- Scenario 2a) een wijkwinkelcentrum met twee supermarkten (Meijhorst) en twee buurtsteunpunten met ieder één supermarkt (Weezenhof en Malvert)
- Scenario 2b) twee gelijkwaardige wijkwinkelcentra met ieder twee supermarkten (Meijhorst en Weezenhof)

Aangezien het uitgangspunt is dat de plannen in Meijhorst als 'hard' verondersteld worden, is in de scenario's ook uitgegaan van het toevoegen van in ieder geval een tweede (nieuwe) supermarkt in Meijhorst. Vanwege de centrale ligging is dit ruimtelijk ook sterk. Bovendien sluit het ook het beste aan bij het tot nu toe gevoerde beleid. Gezien de berekende marktruimte en het aanwezige aanbod zal de vierde supermarkt in de wijk (naast Albert Heijn, Lidl en Jumbo) bij voorkeur sterk complementair moeten zijn (tabel Supermarktpositionering). Naast Albert Heijn in Meijhorst is een discountformule hierbij de meest voor de hand liggende kandidaat; een extra full-service-supermarkt of een merkendiscouter is te concurrerend met het bestaande aanbod.

Tabel 3.1: Supermarktpositionering

Profiel naar serviceniveau	Formules
Full service supermarkten:	AH, Jumbo, Emté, Hoogvliet, Dekamarkt, Plus etc.
Lage prijs (service) supermarkten / merkendiscouters	Nettorama, Dirk, Boni
Soft-discount:	Lidl
Hard-discount:	Aldi
Profiel naar omvang	
Mega-supermarkten	AH-XL, Jumbo Foodmarkt, etc.
Dorps- en buurtsupermarkten	Spar, Attent, CoopCompact etc.

Afhankelijk van het scenario en de invulling qua formules neemt het aanbod toe met ca. 2.300 - 3.250 m² wvo en komt uit op ca. 5.000 a 6.000 m² wvo. Ook dan zal de vloerproductiviteit dalen en uitkomen op maximaal ca. € 6.100 - € 7.300,-, ruimschoots beneden het huidige niveau en ca. 10%-25% beneden het landelijke gemiddelde. Dit is erg laag voor met name de reeds aanwezige supermarktformules. Het is daarbij niet uit te sluiten dat, wanneer de huisvestingskosten door de nieuwbouw aanzienlijk hoger zullen worden, één van de aanwezige supermarkten het uiteindelijk toch niet kan bolwerken. Dit geldt vooral als er ook nog een extra supermarkt in Winkelcentrum Dukenburg zou komen. In deze scenario's zou de maximale uitbreiding daarom gelimiteerd moeten worden tot 2.300 m² wvo.

3.2.1 Scenario 2a) Wijkwinkelcentrum met twee buurtsteunpunten

Plan		Huidige om- vang supermarkten (m ² wvo)	Uitbreiding dagelijkse sector per saldo (m ² wvo)	Totale omvang winkelcentrum na uitbreiding (m ² wvo) ¹⁴
Meijhorst	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	769	1.500	3.070
Weezenhof	Uitbreiding bestaande supermarkt	795	400	1.365
Malvert	Uitbreiding bestaande supermarkt	861	400	1.800
Totaal		2.425	2.300	6.235

Bij dit scenario worden de drie supermarkten in de huidige centra gemoderniseerd en wordt aan Meijhorst een tweede (complementaire) supermarkt toegevoegd. Er ontstaat dan een detailhandelsstructuur bestaande uit een wijkwinkelcentrum en twee buurtsteunpunten. Alleen bij Meijhorst is dan nog perspectief voor een uitgebreider aanbod aan andere winkels en publieksgerichte commerciële voorzieningen. Voor Weezenhof geldt dat gezien de brand sowieso investering in herbouw noodzakelijk is, maar dat het, ten opzichte van de tot voor kort aanwezige situatie, zal moeten downsizen tot een buurtsteunpunt. Dit kan vanuit de vigerende bestemmingsplanmatige mogelijkheden (4.000 m² bvo en ruimte voor 2 supermarkten) wel problematisch worden (juridisch-planologisch effectueren van dit scenario brengt mogelijk planschade met zich mee), waardoor dit scenario minder reëel is. Voor Malvert geldt dat dit centrum helemaal opgeknapt en mogelijk afgeslankt moeten worden: alleen een vergroting van de Jumbo-supermarkt volstaat niet om het centrum bij de tijd te brengen.

Effecten op:	Toelichting	
Functioneren bestaand aanbod	✓	Vloerproductiviteit van bestaande en nieuwe aanbod komt ca. 10% onder landelijk gemiddelde. Sluiting van een supermarkt is niet uit te sluiten.
Detailhandelsturctuur	✓	Versterking van alle drie de winkelcentra, maar toekomstbestendigheid van de buurtsteunpunten (Malvert en Weezenhof) is onzeker door slechts trekkracht van 1 supermarkt. Indien supermarkt verdwijnt uit een van deze buurtsteunpunten heeft die locatie niet langer toekomstperspectief als winkelgebied.
Consumentenverzorging	✓	Moderne supermarkten overal dichtbij, echter op termijn risico op leegstand in één van de buurtsteunpunten (Malvert of Weezenhof)

¹⁴ Incl. horeca en leegstand en excl. dienstverlening en overige leisure (cultuur en entertainment).

3.2.2 Scenario 2b) Twee gelijkwaardige wijkcentra

Plan		Huidige om- vang supermarkten (m ² wvo)	Uitbreiding dagelijkse sector per saldo (m ² wvo)	Totale omvang winkelcentrum na uitbrei- ding (m ² wvo) ¹⁵
Meijhorst	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	769	1.500	3.070
Weezenhof	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	795	1.650	2.615
Malvert	Verdwijnen supermarkt	861	- 861	Fysieke omvang blijft gelijk (1.400 m ² wvo), alleen is niet langer een supermarktinvol- ling mogelijk. Invulling met andere vormen van detail- handel is wel nog mogelijk.
Totaal		2.425	2.300	7.085

Bij deze variant wordt ingezet op de realisatie van twee min of meer gelijkwaardige wijkwinkelcentra met ieder twee supermarkten als trekker. De supermarkten worden ieder aangevuld door aanvullende boodschappenwinkels (bakker, slager, enkele andere versspeciaalzaken bijv. in buitenlandse producten, bloemenzaak), horeca (cafetaria, shoarma/pizzeria) en diensten (kapper). De maximale omvang daarvan is in totaal ca. 250 - 750 m² wvo¹⁶.

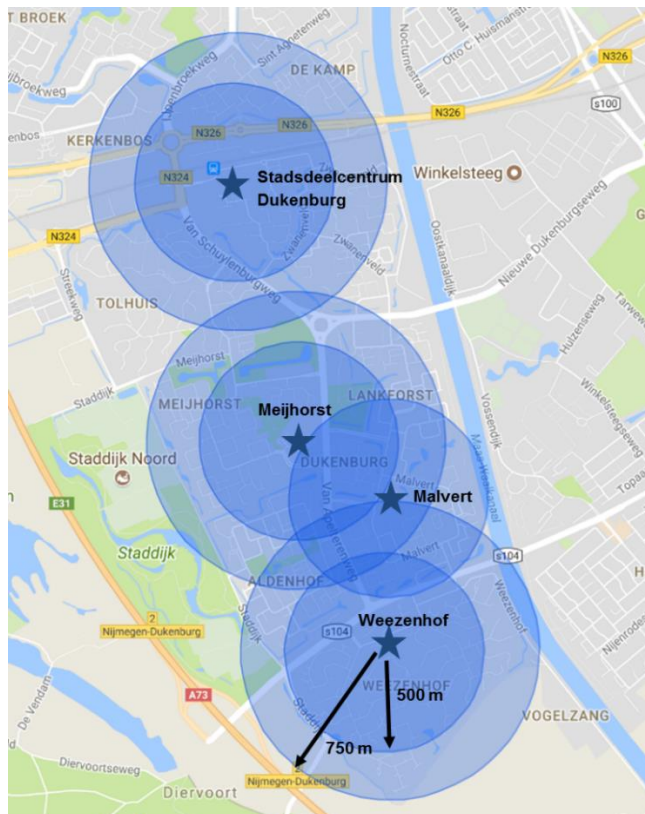
Vanuit de ruimtelijke spreiding van de winkelcentra over het verzorgingsgebied bezien, ligt het voor de hand om hierbij naast Meijhorst te kiezen voor Weezenhof. De plannen voor beide behelzen ook de inpassing van twee supermarkten. Een consequentie is dat er niet langer een supermarkt zal zijn in winkelcentrum Malvert en dat deze locatie vrijwel geen toekomst meer heeft als winkelgebied. Daarbij is het meest logische dat de in Malvert gevestigde Jumbo verplaatst naar Weezenhof. AH en Jumbo zijn als full-servicesupermarkten weinig complementair en sterk concurrerend. Door verplaatsing van Jumbo naar Weezenhof is er zowel in Meijhorst als Weezenhof een combinatie mogelijk van complementaire supermarkten: full service supermarkt en discountformule. Hierdoor ontstaat een evenwichtige opbouw van de wijkwinkelcentra, waardoor de consumentenverzorging verbetert.

In dit scenario zal een deel van de inwoners van met name de wijken Lankforst en Malvert iets verder moeten reizen om de boodschappen te doen. De winkelcentra Meijhorst en Weezenhof liggen echter dicht bij deze wijken, en voor het overgrote deel van deze bewoners liggen deze centra op maximaal 5 minuten fietsafstand (750 m), zie figuur 8.

¹⁵ Incl. horeca en leegstand en excl. dienstverlening en overige leisure (cultuur en entertainment).

¹⁶ Voor Meijhorst komt dit ongeveer overeen met het huidige aanvullende aanbod (450 m² winkels en 260 m² horeca en dienstverlening).

Figuur 8: Afstand tot winkelgebieden (500 en 750 m)



Gevolgen voor Malvert

In dit scenario is het in ieder geval van belang dat de door Jumbo te verlaten winkelruimte in Malvert niet (volledig) opnieuw een invulling als supermarkt krijgt en er een andere functie komt voor dit pand of deze locatie als geheel herontwikkeld wordt. Dit zal juridisch-planologisch geregeld moeten worden (brengt mogelijk een planschaderisico met zich mee), door in het bestemmingsplan in ieder geval de vestiging van een supermarkt uit te sluiten en er een bredere gemengde bestemming (bijv. kleinschalige bedrijvigheid/dienstverlening) voor in de plaats te brengen. Dit sluit ook aan op het eerdere beleid voor Malvert (raadsbesluit 2012), waarin al is aangegeven dat een ruimere bestemming tot de mogelijkheden behoort. De verantwoordelijkheid voor een alternatieve invulling en/of herontwikkeling en de daarbij behorende investeringen ligt primair bij de vastgoedeigenaar.

Enig winkelaanbod in Malvert kan mogelijk wel blijven bestaan. Een kleinschalige supermarkt (ca. 300 - 500 m² vwo) kan zich hier dan vestigen. Een dergelijke winkel heeft een functie voor de 'vergeten boodschappen' en voor de mensen die slecht ter been zijn. Een mogelijkheid is bijv. de Spar-formule. Echter gezien het eerdere vertrek van Spar uit de wijk is het zeer onzeker in hoeverre een dergelijke formule daar nog kansen ziet. Een andere mogelijkheid is dat een (buitenlandse) versspecialzaak kansen ziet een kleinschalig assortiment van vers (brood, vlees, groente en fruit) en niet-dagelijkse artikelen aan te bieden. Andere mogelijke invullingen zijn bijv. een tweedehandswinkel, bedrijvigheid, dienstverlening, sociaal-maatschappelijke / gezondheidsfuncties, sportschool, etc.

Effecten op:		Toelichting
Functioneren bestaand aanbod	✓	Vloerproductiviteit van bestaande en nieuwe aanbod komt ca. 10% onder landelijk gemiddelde. Sluiting van een supermarkt niet uit te sluiten, maar risico geminimaliseerd door combinatie van twee keer twee complementaire supermarkten.
Detailhandelstructuur	✓	Opwaardering van Meijhorst en Weezenhof naar wijkcentrum i.p.v. buurtsteunpunt. Ruimtelijke spreiding van supermarkt/winkelaanbod in de wijk is gewaarborgd (zie figuur 8). Bij evt. op termijn verdwijnen van een supermarkt behouden beide centra toekomstperspectief.
Consumentenverzorging	✓	Moderne supermarkten overal dichtbij. Deel van inwoners van Lankforst en Malvert moet iets verder reizen, echter voor de meesten is maximale afstand 5 minuten fietsen (750 m).

3.3 Scenario 3) Herschikking drie bestaande supermarkten

Plan		Huidige omvang Supermarkten (m² wvo)	Uitbreiding dagelijkse sector per saldo (m² wvo)	Totale omvang winkelcentrum na uitbreiding (m² wvo) ¹⁷
Meijhorst	Uitbreiding bestaande supermarkt + nieuwe supermarkt	769	1.500 - 1.750	3.070 – 3.470
Weezenhof	Verplaatsing en uitbreiding bestaande supermarkt	795	400 - 600	1.365 – 1.565
Malvert	Verdwijnen supermarkt	861	- 861	Fysieke omvang blijft gelijk (1.400 m² wvo), alleen is niet langer een supermarktinvolving mogelijk. Invulling met andere vormen van detailhandel is wel nog mogelijk.
Totaal		2.425	1.050 - 1.500	5.835 – 6.435

Dit scenario biedt vanuit de marktomstandigheden het meeste perspectief. De drie aanwezige supermarkten kunnen alle drie uitbreiden tot een moderne maatvoering. Echter gezien de vergevorderde plannen voor Meijhorst zal dan een 'herschikking' van supermarkten in de wijk moeten plaatsvinden om tot een goed functionerend en toekomstbestendige structuur te komen. Concreet betekent dit het volgende:

- Meijhorst krijgt een positie als wijkwinkelcentrum met twee supermarkten en daarnaast blijft één van de andere twee centra overeind als buurtsteunpunt. Zoals eerder aangegeven ligt het, vanuit de ruimtelijke spreiding van de winkelcentra over het verzorgingsgebied bezien, voor de hand om hierbij naast Meijhorst te kiezen voor Weezenhof. Dat betekent dat er, net als in scenario 2b), niet langer

¹⁷ Incl. horeca en leegstand en excl. dienstverlening en overige leisure (cultuur en entertainment).

een supermarkt zal zijn in winkelcentrum Malvert en dat deze locatie vrijwel geen toekomst meer heeft als winkelgebied.

- Vanuit het oogpunt van complementariteit van de supermarktformules is het in dit scenario het meest logisch dat Lidl verplaatst naar Meijhorst (vanuit Weezenhof) en dat Jumbo verplaatst naar Weezenhof (vanuit Malvert). Uiteraard is het ook mogelijk dat andere supermarktformules een positie krijgen in plaats van de reeds in de wijk aanwezige formules. Overeind blijft dat in Meijhorst een combinatie van een full service supermarkt en een discountformule dan het meest gewenst is en in Weezenhof een full service supermarkt, passend bij het profiel van de inwoners van die wijk.

Effecten op:	Toelichting
Functioneren bestaand aanbod	✓ Vloerproductiviteit van bestaande en nieuwe aanbod blijft boven landelijk gemiddelde en kan toekomstbestendig functioneren.
Detailhandelstructuur	✓ Opwaardering van Meijhorst naar sterk wijkwinkelcentrum met complementaire supermarkten. Prima toekomstperspectief Weezenhof als buurtsteunpunt met supermarkt van moderne omvang. Ruimtelijke spreiding van supermarkt/winkelaanbod in de wijk is gewaarborgd (zie figuur 8).
Consumentenverzorging	✓ Moderne supermarkten overal dichtbij. Deel van inwoners van Lankforst en Malvert moet iets verder reizen, echter voor de meesten is maximale afstand 5 minuten fietsen (750 m). Jumbo in Weezenhof passend bij bestedingsniveau inwoners.

3.4 Slotoverwegingen

Uit het onderzoek blijkt dat er op dit moment een distributieve uitbreidingsruimte is van ca. 900 m² wvo in Dukenburg-Zuid. Uitgaande van een sterke toename van de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing als gevolg van de versterking van het aanbod neemt deze toe tot ca. 1.400 - 1.750 m² wvo in 2025. Aan de hand van de benaderde distributieve uitbreidingsruimte zijn mogelijke scenario's verkend voor realisatie van de verschillende planinitiatieven verkend en de effecten daarvan op het bestaande winkelaanbod, op de detailhandelsstructuur in Dukenburg en op de consumentenverzorging. De conclusies daarvan zijn weergegeven in de volgende matrix.

Hieruit komt duidelijk naar voren komen dat er onvoldoende distributieve ruimte is voor de realisatie van alle plannen voor vernieuwing van de drie buurtcentra in Dukenburg-Zuid, zeker niet in combinatie met uitbreiding van het supermarktaanbod in Winkelcentrum Dukenburg. Tegelijkertijd is geconstateerd dat een vernieuwing van het supermarktaanbod in Dukenburg-Zuid wel nodig is om de consumenten in de wijk goed te kunnen blijven bedienen: de supermarkten zijn nu te klein en de winkelcentra zijn qua opbouw en uitstraling sterk gedateerd. Niets doen heeft een negatieve impact op de leefbaarheid van de omringende wijken.

	Scenario 1a) Realisatie alle plannen	Scenario 1) Realisatie alle planologische mogelijkheden	Scenario 2a) Vier supermarkten: Wijkwinkelcentrum en 2 buurtsteunpunten	Scenario 2b) Vier supermarkten: Twee gelijkwaardige wijkwinkelcentra	Scenario 3) Herschikking drie supermarkten
Uitbreiding dagelijks winkel aanbod (in m² wvo)	3.850 - 4.100	2.600 - 2.850	2.300 - 3.250	2.300 - 2.750	1.050 - 1.500
Totale omvang centra na uitbreiding (in m² wvo)	7.785 - 8.185	5.985 - 6.385	6.235	7.085	5.835 - 6.435
Meijhorst	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten
Weezenhof	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten	buurtsteunpunt 1 supermarkt	wijkwinkelcentrum 2 supermarkten	buurtsteunpunt 1 supermarkt
Malvert	buurtcentrum 1 supermarkt	buurtcentrum 1 supermarkt	buurtsteunpunt 1 supermarkt	geen supermarkt	geen supermarkt
Functioneren bestaand aanbod	✓	✓	✓	✓	✓
Detailhandelstructuur	✓	✓	✓	✓	✓
Consumentenverzorging	✓	✓	✓	✓	✓

In verschillende van de hiervoor beschreven scenario's wordt dusdanig veel winkelvloeroppervlak toegevoegd, dat de gemiddelde vloerproductiviteit van het bestaande en nieuwe winkelaanbod tot ver onder het landelijk gemiddelde daalt, zelfs tot onder het niveau van rendabel functioneren. Indien een groot deel van de plannen tot uitvoering wordt gebracht is het vertrek van een supermarkt daardoor niet uit te sluiten. De beperkte marktruimte noopt dus, samen met de noodzaak de leefbaarheid op peil te houden, tot het maken van duidelijke keuzes over de gewenste toekomstige detailhandelsstructuur in Dukenburg Zuid.

Afweging scenario's

Uitgaande van de effecten op het functioneren van het bestaande aanbod, de detailhandelstructuur in de wijk en de consumentenverzorging hebben scenario's 3) Herschikking drie supermarkten of 2b) Twee gelijkwaardige winkelcentra de voorkeur. In beide scenario's is er niet langer een supermarkt in Malvert aanwezig en is het toekomstperspectief van het overige winkelaanbod daar zeer beperkt.

- Scenario 2b zorgt voor een evenwichtige (geografische) spreiding van het winkelaanbod in Dukenburg en is sterk door complementair aanbod van supermarkten in zowel Meijhorst als Weezenhof. Op beide plekken is er ruimte voor een beperkt aanvullend aanbod aan verswinkels, horeca en dienstverlening (max. 250 – 750 m² wvo¹⁸) naast de aanwezige maatschappelijke functies (o.a. onderwijs, medisch, zorgwoningen). Een toevoeging die iets hoger is dan de berekende marktruimte zou in dit scenario niet erg zijn onder het mom van kwaliteit boven kwantiteit. Hoewel de

¹⁸ Voor Meijhorst komt dit ongeveer overeen met het huidige aanvullende aanbod (450 m² winkels en 260 m² horeca en dienstverlening).

vloerproductiviteit ook in dit scenario met 10% kan dalen, zijn de verwachte effecten per saldo positief: het winkelaanbod en de consumentenverzorging gaat erop vooruit gaat, verloedering en leegstand worden aangepakt en de leefbaarheid in de wijk in zijn totaliteit verbetert. In dit scenario zou de maximale uitbreiding wel gelimiteerd moeten worden tot 2.300 m² wvo aan dagelijks winkelaanbod.

- Indien ook een uitbreiding van het supermarktaanbod in Winkelcentrum Dukenburg gerealiseerd wordt, dan zou scenario 3 het meest passend zijn. Gezien de aanwezige planologische mogelijkheden voor een extra supermarkt in Winkelcentrum Dukenburg is dat wel een scenario om rekening mee te houden. Ook indien voor scenario 2b gekozen wordt, blijft het juridisch-planologisch mogelijk dat in Winkelcentrum Dukenburg een extra supermarkt toegevoegd wordt. De eigenaren van het winkelcentrum zijn echter al langer op zoek naar extra supermarkt, maar tot op dit moment is het niet gelukt een nieuwe formule aan zich te binden.

Duidelijk is dat het scenario 1a) Realisatie alle plannen ongewenst is gezien de effecten op het bestaande en nieuwe winkelaanbod (halvering van de vloerproductiviteit). Scenario 1b) Realisatie alle planologische mogelijkheden is ook niet gewenst, echter wel een scenario dat zich zou kunnen voordoen wanneer geen keuzes worden gemaakt. De eigenaar van Weezenhof staat het namelijk vrij de huidige planologische mogelijkheden van het centrum te benutten. Hoewel de tweede supermarkt die daar dan gehuisvest kan worden niet optimaal is qua layout, en ook de bestaande supermarkt niet uitgebreid kan worden, is dit scenario niet uit te sluiten. Door de 'standstil' situatie is het risico voor Malvert daarbij het hoogst. De supermarkt is (te) kleinschalig om consumenten op een goede manier te kunnen bedienen. Wanneer de winkel niet kan uitbreiden zullen verdere investeringen in het winkelcentrum ook achterwege blijven, en is vertrek van Jumbo op termijn denkbaar. Gezien het voorgaande (de planologische mogelijkheden voor Weezenhof) achten wij scenario 2a) Wijkwinkelcentrum en 2 buurtsteunpunten minder reëel.

Zoals aangegeven noopt de beperkte marktruimte dus tot het maken van duidelijke keuzes over de gewenste toekomstige detailhandelsstructuur in Dukenburg Zuid. Die keuzes zullen altijd de betreffende ondernemingen en vastgoedeigenaren raken en natuurlijk ook de (direct) omwonenden van de winkelcentra. Maar omdat er wellicht ook sprake zal moeten zijn van functieverandering, zijn ook andere partijen betrokken, zoals de overheid, woningbouwverenigingen of zorgverleners. Alvorens een definitieve keus te maken uit de hiervoor geschetste scenario's is het daarom van belang om de alternatieve invullingsmogelijkheden nader te verkennen. Het gaat daarbij met name om de mogelijkheden voor winkelcentrum Malvert.

De verantwoordelijkheid daarvoor en voor de benodigde investeringen liggen echter bij de vastgoedeigenaar. De ontwikkeling van winkelcentrum Weezenhof en de consequenties voor winkelcentrum Malvert zijn overigens in de meeste scenario's hoe dan ook gekoppeld aan hetgeen er met de supermarkt in Malvert gebeurt.

Bijlage 1: Begrippenlijst

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.

Bruto vloeroppervlak (BVO)

De oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.

Buurtcentrum

Dit is een ondersteunende winkelconcentratie met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels in de detailhandel. Er is maximaal één supermarkt aanwezig.

Buurtsteunpunt / supermarktcentrum

Dit is een ondersteunende winkelconcentratie met 3 of 4 winkels waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m² wvo of meer.

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

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.

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Vloerproductiviteit

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

Winkelvloeroppervlak (WVO)

De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, e.d.).

Wijkcentrum (klein)

Deze centra hebben een ondersteunende verzorgingsfunctie voor de wijk. Tot een klein wijkcentrum worden winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Een standaard wijkwinkelcentrum omvat naast 2 supermarkten ook een compleet pakket aan levensmiddelen speciaalzaken, een drogist en diverse winkels voor de aanschaf van 'alledaagse' artikelen (bloemen en planten, huishoudelijke artikelen, etc.).

