

Nijmegen, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse verplaatsing Albert Heijn Groenestraat

Gemeente Nijmegen

Definitief



Nijmegen, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse verplaatsing Albert Heijn Groenestraat

Gemeente Nijmegen

Definitief

Rapportnummer:	203X01252.084755_3
Datum:	12 oktober 2015
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevrouw M. van Gerwen
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Supermarkten, effecten, haalbaarheid, verzorgingsstructuur
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 8
Beknopte inhoud:	In voorliggende rapportage worden de huidige situatie en de distributieve mogelijkheden voor een verplaatsing en uitbreiding van een supermarkt in Nijmegen in beeld gebracht. Daarnaast worden de effecten van de verplaatsing van de supermarkten op de detailhandelsstructuur aangegeven.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

pagina

1.INLEIDING	3
1.1Achtergrond en probleemstelling	3
1.2Het initiatief	3
1.3Leeswijzer	4
2.CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN	7
2.1Inleiding	7
2.2Conclusies onderzoek	7
2.3Juridisch-planologische overwegingen	8
2.3.1 Duurzame ontwrichting	8
2.3.2 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast	9
2.3.3 Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik toegepast	11
2.3.4 Ten slotte	12
3.ONTWIKKELINGSKADER	13
3.1Aanbodanalyse	13
3.1.1 Aanbod verzorgingsgebied	13
3.1.2 Leegstand gemeente Nijmegen	17
3.2Trends en ontwikkelingen	18
3.3Beleidskaders	22
3.3.1 Provinciaal	22
3.3.2 Regionaal	23
3.3.3 Lokaal	24
3.4Plannen en initiatieven	25
3.5Draagvlakontwikkeling	25
3.5.1 Bevolkingsomvang en –ontwikkeling	25
3.5.2 Bestedingen	26
3.5.3 Koopstromen	27
3.6Functioneren en uitbreidingsruimte	28
3.7Effecten	30
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Ladder voor Duurzame Verstedelijking	3
Bijlage 3: Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik (toelichting)	5

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en probleemstelling

De Albert Heijn aan de Groenestraat is voornemens de vestiging te verplaatsen en uit te breiden naar de locatie Smitdraadterrein. Daarnaast zullen twee andere kleinschalige dagelijkse aanbieders zich vestigen op het Smitdraadterrein (waaronder Gall & Gall). In 2009 is door BRO een geactualiseerde DPO opgesteld ten behoeve van deze ontwikkeling. Op 18 maart 2015 heeft de Afdeling het nieuwe bestemmingsplan ten aanzien van dit initiatief vernietigd. Het motief hiervoor betrof onduidelijkheid over de bevoorrading op het achterterrein. De conclusies van het DPO uit 2009 zijn niet ongegrond verklaard. In het kader van een nieuwe procedure, zoals een projectafwijakingsbesluit, is BRO gevraagd de ruimtelijk-functionele onderbouwing te actualiseren. Met name het niet meer actueel zijn van de gebruikte data speelt hierbij een belangrijke rol. De vraag- en aanbodsituatie kunnen sinds 2009 veranderd zijn. Dit geldt ook voor de gehanteerde uitgangspunten voor de berekeningen. Daarbij zijn vanuit de gedachte van een goede ruimtelijke ordening ook de ladder voor duurzame verstedelijking en de Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik relevant.

De centrale vragen hebben wij daarbij als volgt geformuleerd:

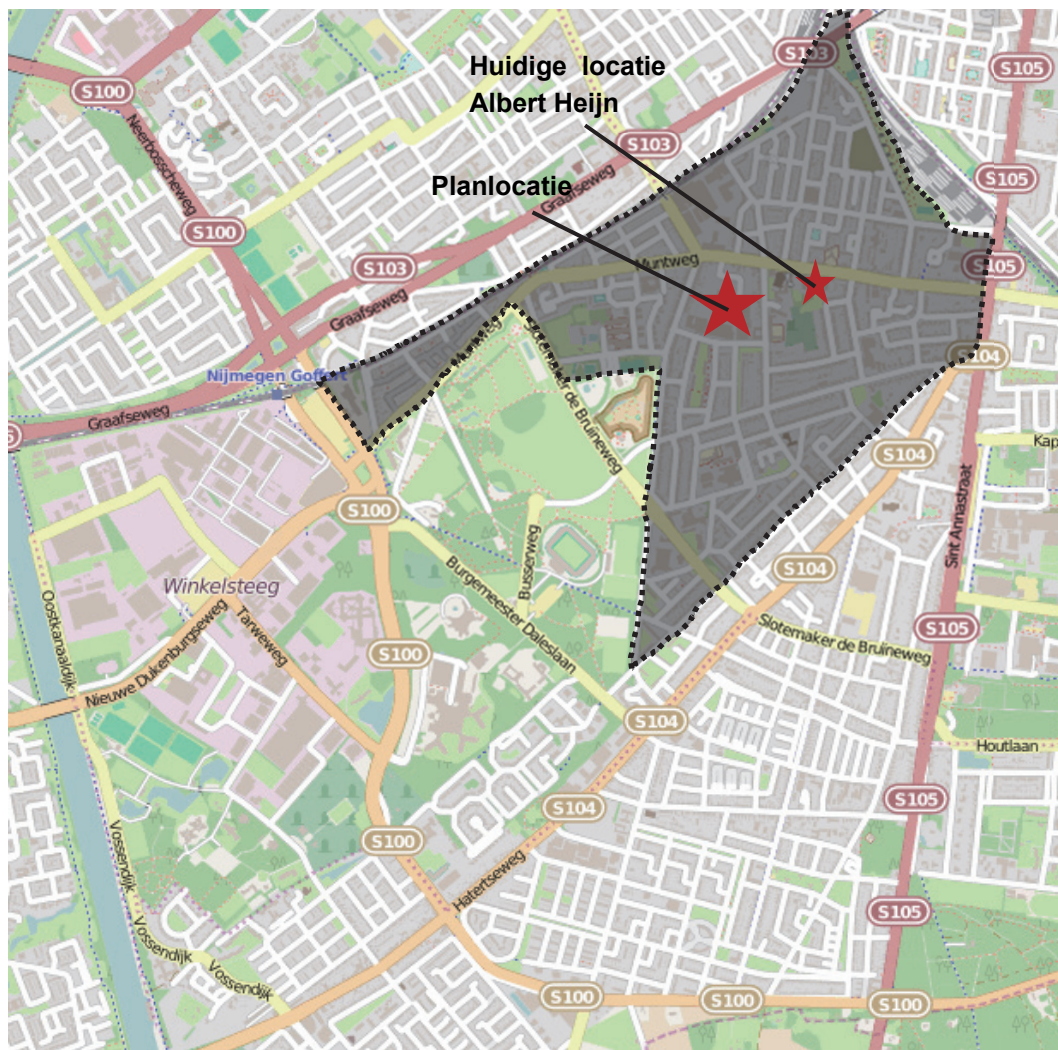
- Hoe is de vraag-aanbodsstructuur op het gebied van dagelijkse artikelen in de wijken Nije Veld en Hazenkamp en relevante omgeving momenteel opgebouwd?
- Wat zijn hier de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector en specifiek het supermarktaanbod?
- Wat zijn de effecten van een uitbreiding van het aanbod op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand, met in het verlengde daarvan het woon-, leef-, en ondernemersklimaat?

1.2 Het initiatief

Zoals gezegd is de Albert Heijn voornemens de huidige vestiging (627 m² wvo) te verplaatsen en uit te breiden naar de locatie Smitdraadterrein. Het betreft een uitbreiding van 283 m² wvo. Daarnaast omvat het plan het toevoegen van een tweetal andere winkels in de dagelijkse sector (waaronder Gall & Gall) van totaal 378 m² wvo. In totaal betreft het daarmee een uitbreiding van 661 m² wvo in dagelijkse sector.

Het (voormalige) Smitdraadterrein ligt aan de Groenestraat tussen de Wezenlaan en de Dobbelmanweg. Aan de zuidoostelijke kant van het plangebied bevindt zich bestaande bedrijvigheid (het bedrijf Alfa Laval Aalborg). Aan de westzijde van het plangebied zijn woningen gevestigd. Tegenover de Groenestraat is een verzamelgebouw gevestigd.

Figuur 1.1: Planlocatie en situering



1.3 Leeswijzer

In onderhavige rapportage zijn de dagelijkse artikelensector en meer specifiek het supermarktaanbod in het verzorgingsgebied kernachtig geanalyseerd. Winkelcentrum Groenestraat is gelegen in Nijmegen-Zuid, op de grens van de wijken Nije Veld en Hazenkamp. Deze wijken worden dan ook beschouwd als het verzorgingsgebied. Daarnaast besteden we aandacht aan de huidige leegstand (aantal panden, m² wvo, schaal panden, spreiding). Aanvullend gaan wij in op de ontwikkeling hierin in de afgelopen jaren. Kwalitatieve aspecten zoals locatie, marktsegmentatie en presentatie van het relevante winkelaanbod zijn meegenomen in de overwegingen.

In relatie tot de vraagstelling zijn de belangrijkste relevante algemene trends en ontwikkelingen opgenomen en zijn eventuele andere relevante plannen en initiatieven geïdentificeerd. Er is aandacht voor het beleid van de gemeente Nijmegen, de Stadsregio Arnhem-Nijmegen en de provincie Gelderland met betrekking tot de detailhandelsontwikkelingen. Voor de vraaganalyse zijn de ontwikkeling van de bevolking (huidig en toekomstig inwonertal), de bestedingen per hoofd van de bevolking in de dagelijkse artikelensector en de koopstromen in beeld gebracht.

De voorgaande onderzoeksblokken leveren de input voor het benaderen van het huidige economisch functioneren van de detailhandel in de dagelijkse artikelensector. Op basis van de bevolkingsontwikkeling en aannames voor de toekomstige koopstromen is een inschatting van de distributieve ruimte in de dagelijkse artikelensector gemaakt. De analyseresultaten staan vervolgens aan de basis van het aangeven van de mogelijke effecten van de verplaatsing en uitbreiding van het aanbod op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur. Tevens wordt hierbij ingegaan op de (on)mogelijkheden van inpassing in bestaande leegstaande winkelpanden en het mogelijke effecten van het realiseren van de initiatieven op de leegstand en in het verlengde daarvan op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat.

2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden eerst de belangrijkste conclusies van het onderzoek naar de distributie-planologische mogelijkheden voor en effecten van de ontwikkelingen in de dagelijkse sector aan de Groenestraat in Nijmegen samengevat weergegeven. Daarna is aandacht voor eventuele duurzame ontwrichting en de ladder voor duurzame verstedelijking.

2.2 Conclusies onderzoek

De belangrijkste conclusies uit het onderzoek zijn als volgt:

- De dagelijkse sector in de wijken Nije Veld en Hazekamp (verzorgingsgebied) bestaat uit 21 winkels met een totale omvang van ruim 3.500 m² wvo. Per 1.000 inwoners bedraagt het dagelijks aanbod ca. 303 m² wvo. Het Nijmeegse gemiddelde bedraagt ca. 320 m² wvo per 1.000 inwoners. In vergelijkbare plaatsen ligt het dagelijks aanbod op ca. 434 m² wvo per 1.000 inwoners. In het verzorgingsgebied is het dagelijks aanbod dus relatief beperkt.
- De belangrijkste winkelgebieden in het verzorgingsgebied zijn Winkelcentrum Groenestraat, Willemsweg en Steenbokstraat. Buiten deze winkelgebieden zijn er vrijwel geen verspreide dagelijkse artikelenwinkels aanwezig in het verzorgingsgebied.
- Het verzorgingsgebied telt in totaal 4 supermarkten met een totale omvang van ruim 2.200 m² wvo, namelijk een Albert Heijn, een Coop, een Ekoplaza en een Aldi. Het aandeel van de supermarkten in de totaal aanwezige winkelruimte aan dagelijkse artikelen is met 62% relatief beperkt.
- Rond het verzorgingsgebied zijn diverse andere supermarkten gevestigd. Grootste supermarkt in de omgeving is de Albert Heijn XL van 3.522 m² wvo aan de St. Jacobslaan (Miro Center Nijmegen). Andere grote supermarkten zijn de Albert Heijn aan de Daalseweg van 1.689 m² wvo, de Coop aan de Molukkenstraat van 1.200 m² wvo en Albert Heijn aan de Molenweg van 1.087 m² wvo. De overige supermarkten in de omgeving hebben een relatief beperkte omvang.
- De leegstand aan de Groenestraat bestaat uit 4 verkooppunten met samen ca. 310 m² wvo. Aan de Willemsweg staat 1 pand van 60 m² wvo leeg. De Steenbokstraat kent geen leegstand.
- In en rondom het verzorgingsgebied zijn geen mogelijke alternatieve gronden c.q. leegstaande panden beschikbaar om het planinitiatief redelijkerwijs in te passen.
- Uit de berekening voor het huidige functioneren volgt dat het dagelijks aanbod beneden het landelijk gemiddelde functioneert. In wijken zoals Hazenkamp en Nije Veld is het supermarktaanbod beperkt, maar zijn er wel veel speciaalzaken gevestigd (veel allochtoon aanbod). De gemiddelde vloerproductiviteit in deze zaken ligt doorgaans la-

ger dan die bij supermarkten. Om deze reden wordt verwacht dat het dagelijkse artikelenaanbod in het verzorgingsgebied toch redelijk functioneert.

- De beoogde schaalvergroting en modernisering van de supermarkt spelen in op de algemene trends en ontwikkelingen in het aanbod en op de behoefte van de consument aan keuzemogelijkheden, comfort en beleving. De verplaatsing van de Albert Heijn naar een nieuwe, beter bereikbare en centrale locatie, draagt bij aan een versterking van de consumentenverzorging.
- De verplaatsing en vergroting van Albert Heijn en de komst van enkele overige nieuwe dagelijkse aanbieders zal het aanbod in het verzorgingsgebied versterken. De gunstigere ligging in combinatie met de uitbreiding, betere bereikbaarheid en meer parkeermogelijkheden zorgt er voor dat meer koopkracht uit het eigen verzorgingsgebied getrokken zal worden. Ook zal er iets meer koopkracht van buiten getrokken worden. Bovendien verdwijnt de onveilige verkeerssituatie op de huidige locatie als gevolg van de verplaatsing van Albert Heijn. Dit ontlast daarmee de wijk, wat een positief effect heeft op het woon- en leefklimaat.
- Op basis van de berekening voor het toekomstig functioneren ontstaat theoretisch ca. 300 tot 600 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector. Dit is theoretisch net niet voldoende voor de beoogde uitbreiding. De berekening is echter gebaseerd op meerdere aannames en onzekere factoren, waarom de uitkomst meer als indicatie beschouwd moet worden. De uitkomst geeft aan dat er in elk geval ruimte in de markt bestaat voor uitbreiding. Bovendien heeft de verplaatsing en uitbreiding in kwalitatieve zin per saldo een positief effect op de consumentenverzorging.
- De effecten op de detailhandelsstructuur zijn niet negatief. Het is onwaarschijnlijk dat er door het initiatief bestaand dagelijks artikelenaanbod zal verdwijnen. Mocht er desalniettemin toch een aanbieder verdwijnen, dan blijft de consumentenverzorging wel gewaarborgd omdat er voldoende aanbieders binnen aanvaardbare afstand van de eigen woning in en in de omgeving van het verzorgingsgebied overblijven.

2.3 Juridisch-planologische overwegingen

2.3.1 Duurzame ontwricting

Duurzame ontwricting en de versterking van het dagelijkse aanbod

Het is aannemelijk dat naar aanleiding van een versterking van het dagelijkse aanbod aan de Groenestraat veranderingen plaatsvinden in de koopstromen. De verplaatsing en uitbreiding van de Albert Heijn naar een locatie met een betere bereikbaarheid en met voldoende parkeergelegenheid zal er voor zorgen dat de koopkrachtbinding zal toemen. Het is echter niet volledig uit te sluiten dat er als gevolg van de koopstroomverschuiving elders aanbieders verdwijnen. Vooral de kleinere of ongunstig gesitueerde aanbieders in de dagelijkse sector aan de Groenestraat zullen hier mogelijk de (beperkte) effecten van ondervinden. De winkels liggen momenteel enigszins verspreid. Zelfs al zou er een bestaande aanbieder verdwijnen, dan nog blijft de verzorgingsstructuur gewaar-

borgd; de inwoners van het verzorgingsgebied zullen blijven beschikken over voldoende keuzemogelijkheden voor dagelijkse inkopen op aanvaardbare afstand van de eigen woning. De voorziene ontwikkelingen in het verzorgingsgebied zullen daarom niet leiden tot een duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur, maar eerder bijdragen aan een verbetering daarvan.

2.3.2 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

1. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 1, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld."

De Ladder voor duurzame verstedelijking dient te worden toegepast indien er sprake is van een stedelijke ontwikkeling. De versterking van het dagelijkse aanbod in de wijken Hazenkamp en Nije Veld kan worden aangemerkt als een stedelijke ontwikkeling omdat het een detailhandelsontwikkeling betreft (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen). In dit kader dient de ladder doorlopen te worden. In de bijlage is een nadere toelichting gegeven op de ladder.

Eerste trede: Actuele regionale behoefte

Voor wat betreft de eerste trede moet op basis van onderhavige rapportage geconstateerd worden dat het initiatief in kwalitatieve zin inspeelt op de behoefte. De uitbreiding en schaalvergroting van de supermarkt zullen bijdragen aan een betere consumentenverzorging omdat aangehaakt wordt op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse artikelensector (o.a. gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument). De consumenten in het verzorgingsgebied en omgeving krijgen de beschikking over een moderne supermarkt die centraal gelegen is. De situatie op het punt van de bereikbaarheid en het parkeren verbetert bovendien aanzienlijk, hetgeen een positief effect heeft op de consumentenverzorging. Daarnaast worden enkele dagelijkse

aanbieders toegevoegd, waaronder een Gall & Gall. Dit zorgt voor een verbreding van het aanbod in het verzorgingsgebied

Er is in kwantitatieve zin niet helemaal voldoende distributieve ruimte aan te geven voor de uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector. Indien alleen rekening wordt gehouden met de supermarktentwikkeling bestaat wel voldoende distributieve uitbreidingsruimte. Het effect op de toevoeging van de nieuwe winkelruimte op het functioneren van het aanbod is positief, waardoor het onwaarschijnlijk is dat er door de veranderende concurrentieverhoudingen bestaande supermarkten of andere dagelijkse artikelenwinkels in het verzorgingsgebied of omgeving verdwijnen. Maar zelfs al zou er een supermarkt verdwijnen, dan zijn de effecten op de consumentenverzorging of de detailhandelsstructuur zijn zeker niet onaanvaardbaar.

Tweede trede: benutting bestaande panden en leegstand

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. De omvang van de leegstaande panden in het verzorgingsgebied is te beperkt om een moderne supermarkt te huisvesten. De gemeente Nijmegen telt 8 leegstaande panden die in theoretische zin een supermarkt van minimaal 900 m² wvo zouden kunnen huisvesten. Deze locaties zijn echter ongeschikt in het kader van dit planinitiatief. Het betreft vooral panden in de binnenstad van Nijmegen, op verspreide locaties en op de woonboulevard. Het weghalen van een supermarkt uit het verzorgingsgebied en de verplaatsing naar een andere locatie hier buiten, betekent een afname van de keuzemogelijkheden en consumentenverzorging in het verzorgingsgebied. Dit komt daarmee niet ten goede aan de consumentenverzorging in het verzorgingsgebied. De gesignaleerde leegstand in daarom in het kader van de verplaatsing van Albert Heijn niet relevant.

Het is zoals gezegd ondanks de geringe verwachte effecten niet volledig uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen er een enkele zaak, verdwijnt maar voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zal dat geen onaanvaardbare effecten hebben. De inwoners van het verzorgingsgebied blijven beschikken over voldoende supermarkten binnen aanvaardbare afstand. Dat wil zeggen dat van duurzame negatieve effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn.

De verplaatsing van de Albert Heijn naar de nieuwe locatie zal in eerste instantie leegstand veroorzaken op de bestaande supermarktplaats. Vanuit distributie-planologisch oogpunt is het onwenselijk dat er een nieuwe, reguliere supermarkt in het pand zal vestigen. Bij de actualisatie van het bestemmingsplan zal ook opgenomen worden dat hier geen nieuwe reguliere supermarkt in kan komen. Het pand zal door de inzet van de vastgoedeigenaar en de gemeente Nijmegen worden getransformeerd naar een alternatieve functie of een alternatieve detailhandelsfunctie. De omliggende dagelijkse winkels zullen hun toekomstperspectief behouden, omdat de Ekoplaza nog altijd een trekker zal zijn waar mensen uit een relatief groot gebied doelgericht naar toe gaan.

2.3.3 Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik toegepast

In de Omgevingsvisie van de provincie Gelderland wordt de ‘Ladder voor duurzame verstedelijking’ uitgewerkt tot de ‘Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik’. In feite blijft de basis van de ladder hetzelfde, echter heeft de provincie enkele treden van de ladder gespecificeerd. In de bijlage en de paragraaf met betrekking tot beleidskaders is de Gelderse ladder opgenomen. Belangrijkste aspecten die volgens de provincie uitgediept moeten worden hebben betrekking op de relatie tussen het initiatief en de beleidskaders en -programma's. Daarnaast dient extra aandacht besteed te worden aan de mogelijkheid om het initiatief op te vangen door hergebruik dan wel transformatie van bestaande gebouwen. Tot slot is het van belang in kaart te brengen wat de effecten zijn op stedenbouwkundige, ecologische en sociaal-culturele kwaliteiten.

Relatie planinitiatief en beleid

De beleidskaders staan in principe niet negatief tegenover nieuwe supermarktontwikkelingen. Het belangrijkste uitgangspunt is dat een supermarktontwikkeling niet mag leiden tot negatieve effecten op de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging. Daarnaast dient de ladder voor duurzame verstedelijking, maar ook de Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik doorlopen te worden bij nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Het beleid streeft daarnaast naar duurzame buurt- en wijkcentra. Supermarkten van moderne omvang met een goede bereikbaarheid en voldoende parkeren zijn belangrijk voor het toekomstperspectief van het voorzieningenniveau van een plaats of wijk. De supermarkten zijn immers de motoren van dergelijke winkelgebieden. Het planinitiatief is daardoor niet in strijd met de vigerende beleidskaders.

Hergebruik dan wel transformatie

De planlocatie (Smitdraadterrein) is een voormalig bedrijvenlocatie midden in woongebied. Het inmiddels braakliggend terrein zal volledig worden herontwikkeld. In feite is er dus sprake van een herontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied. Het braakliggend terrein verlaagt de aantrekkelijkheid van het woon- en leefklimaat. Een herontwikkeling van dit gebied zal daardoor positieve effecten hebben op de omgevingskwaliteit, vooropgesteld dat er geen nieuwe overlast door ontstaat.

Effecten op stedenbouwkundige, ecologische en sociaal-culturele kwaliteiten

Wat de effecten zijn op stedenbouwkundige, ecologische en sociaal-culturele kwaliteiten valt buiten de scope van onderhavig ruimtelijk-functionele onderzoek

2.3.4 Ten slotte

Het voorgaande overwegende komt BRO tot de conclusie, dat de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn naar het Smitdraadterrein en de vestiging van twee nieuwe dagelijkse aanbieders per saldo een positief effect heeft op de verzorgingsstructuur in het verzorgingsgebied. Omdat het om een relatief beperkte uitbreiding van het aanbod gaat en er enige distributieve ruimte is aan te geven, zijn er geen structurele negatieve effecten op de detailhandelsstructuur te verwachten. Mocht er onverhoopt toch een aanbieder verdwijnen, dan blijft de consumentenverzorging nog steeds gewaarborgd. Er blijven immers voldoende aanbieders binnen aanvaardbare afstand van de eigen woning over. Zo bezien is geen sprake van onaanvaardbare effecten voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

3. ONTWIKKELINGSKADER

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies van de marktmogelijkheden en effecten. Allereerst wordt er een aanbodanalyse gemaakt van het gevestigde aanbod in de branchegroep dagelijkse artikelen in de wijken Nije Veld en Hazenkamp (hierna: het verzorgingsgebied) en relevante aankoopplaatsen in de omgeving. Vervolgens wordt stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op de dagelijkse artikelensector, beleidskaders, plannen en initiatieven in de omgeving en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden vervolgens gebruikt voor het benaderen van het huidig en toekomstig functioneren en de effecten.

3.1 Aanbodanalyse

In deze paragraaf wordt een analyse van het winkelaanbod gemaakt. Aangezien de ontwikkeling vooral draait om de verplaatsing en uitbreiding van een supermarkt wordt in de analyse aandacht besteedt aan de dagelijkse sector. De dagelijkse sector bestaat uit zowel zaken in levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelenpeciaalzaken) als in persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën, apotheken). Ook wordt de leegstand in het verzorgingsgebied in kaart gebracht. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner¹.

3.1.1 Aanbod verzorgingsgebied

Dagelijkse sector algemeen

De dagelijkse sector in het verzorgingsgebied bestaat uit 21 winkels met een totale omvang van ruim 3.500 m² wvo. Per 1.000 inwoners bedraagt het dagelijks aanbod ca. 303 m² wvo. Het Nijmeegse gemiddelde bedraagt ca. 320 m² wvo per 1.000 inwoners. In vergelijkbare plaatsen² ligt het dagelijks aanbod op ca. 434 m² wvo per 1.000 inwoners. In het verzorgingsgebied is het dagelijks aanbod dus relatief beperkt ten opzichte van zowel het Nijmeegse gemiddelde als in vergelijking tot plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal.

De belangrijkste winkelgebieden in het verzorgingsgebied zijn Winkelcentrum Groenestraat, Willemsweg en Steenbokstraat. Buiten deze winkelgebieden is er in deze sector geen verspreide bewinkeling in het verzorgingsgebied aanwezig, met uitzondering van een bakker aan de Thijmstraat 119 (25 m² wvo).

¹ Peildatum augustus 2014.

² Plaatsen met 100.000 tot 175.000 inwoners.

Winkelcentrum Groenestraat

Winkelcentrum Groenestraat telt 7 winkels in de dagelijkse sector met een totale omvang van ruim 1.200 m² wvo. In vergelijking tot andere wijkcentra (klein) in plaatsen van een vergelijkbaar inwonertal is het aanbod in aantal verkooppunten relatief gelijk. Vooral de omvang van het supermarktaanbod blijft enigszins achter op de referentie. Belangrijkste trekkers zijn de twee supermarkten, Albert Heijn van 627 m² wvo en Ekoplaza van 325 m² wvo. Beide supermarkten hebben een beperkte omvang naar de huidige maatstaven. Service-supermarkten hebben tegenwoordig al snel een omvang van ca. 1.250 -1.750 m² wvo, discounters ca. 1.000 - 1.200 m² wvo. De dagelijkse sector bestaat verder uit een bakker, twee toko's, een slagerij en een apotheek. In het winkelcentrum staan twee panden leeg van totaal 150 m² wvo. Verderop aan de Groenestraat staan eveneens twee panden leeg van totaal 160 m² wvo.

Tabel 3.1: Aanbod Winkelcentrum Groenestraat naar branche

	Wijkcentrum Klein			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	6	1.182	197	6	1.746	291
waarvan supermarkt	2	952	476	2	1.485	743
Persoonlijke verzorging	1	50	50	1	198	198
dagelijkse artikelen	7	1.232	176	7	1.944	278

Het dagelijks aanbod is sinds 2009 iets toegenomen. Per 1 januari 2009 waren er 6 winkels van totaal 1.182 m² wvo in de dagelijkse sector gevestigd. De omvang van de leegstand is eveneens iets toegenomen (ca. 35 m² wvo).

Steenbokstraat

Het cluster van 7 dagelijkse winkels van totaal 1.350 m² wvo aan en rondom de Steenbokstraat functioneert als buurtcentrum. In vergelijking tot andere buurtcentra in plaatsen van een vergelijkbaar inwonertal is het aanbod aan de Steenbokstraat relatief ruim. Het winkelgebied functioneert als een klein wijkcentrum. De omvang van het supermarktaanbod blijft enigszins achter op de referentie. Belangrijkste trekker is de Coop-supermarkt van 675 m² wvo. Het dagelijks aanbod wordt verder ingevuld door een groente/fruitwinkel, een bakker, een toko, een wijnwinkel, een apotheek en een drogist.

Tabel 3.2: Aanbod Steenbokstraat naar branche

	Buurtcentrum			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	5	1.143	229	3	832	277
waarvan supermarkt	1	675	675	1	700	700
Persoonlijke verzorging	2	207	104	1	70	70
dagelijkse artikelen	7	1.350	193	4	902	226

Het aanbod is ten opzichte van januari 2009 iets afgenomen. Toen bestond het buurtcentrum uit 8 winkels, van totaal 1.459 m² wvo. Er is geen sprake van leegstand.

Willemsweg

Het winkelgebied aan de Willemsweg functioneert als wijkcentrum klein en bestaat uit 6 winkels van totaal ca. 950 m² wvo. In vergelijking tot andere wijkcentra (klein) in plaatsen van een vergelijkbaar inwonertal is het aanbod relatief beperkt. De Aldi-supermarkt van 600 m² wvo is de belangrijkste trekker. Verder zijn er twee minisupers, een bakker, een slager en een toko gevestigd. Aan de Willemsweg staat één pand leeg van 60 m² wvo.

Tabel 3.3: Aanbod Willemsweg naar branche

	Wijkcentrum klein			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	6	957	160	6	1.746	291
waarvan supermarkt	1	600	600	2	1.485	743
Persoonlijke verzorging	-	-	-	1	198	198
dagelijkse artikelen	6	957	160	7	1.944	278

Het aantal winkels is sinds januari 2009 fors afgenomen, van 9 naar 6. Het winkelvloeroppervlak is ook iets afgenomen, van 1.086 m² wvo in 2009 naar 957 m² wvo in 2015. In januari 2009 stonden 4 panden van totaal 291 m² wvo leeg. De leegstand is dus afgenomen.

Supermarktstructuur

Het verzorgingsgebied telt in totaal 4 supermarkten met een totale omvang van ruim 2.200 m² wvo, namelijk een Albert Heijn, een Coop, een Ekoplaza en een Aldi. De supermarktverkoopruimte maakt 62% van het totaal uit. Dit is relatief weinig, gemiddeld ligt dit percentage op ca. 70%.

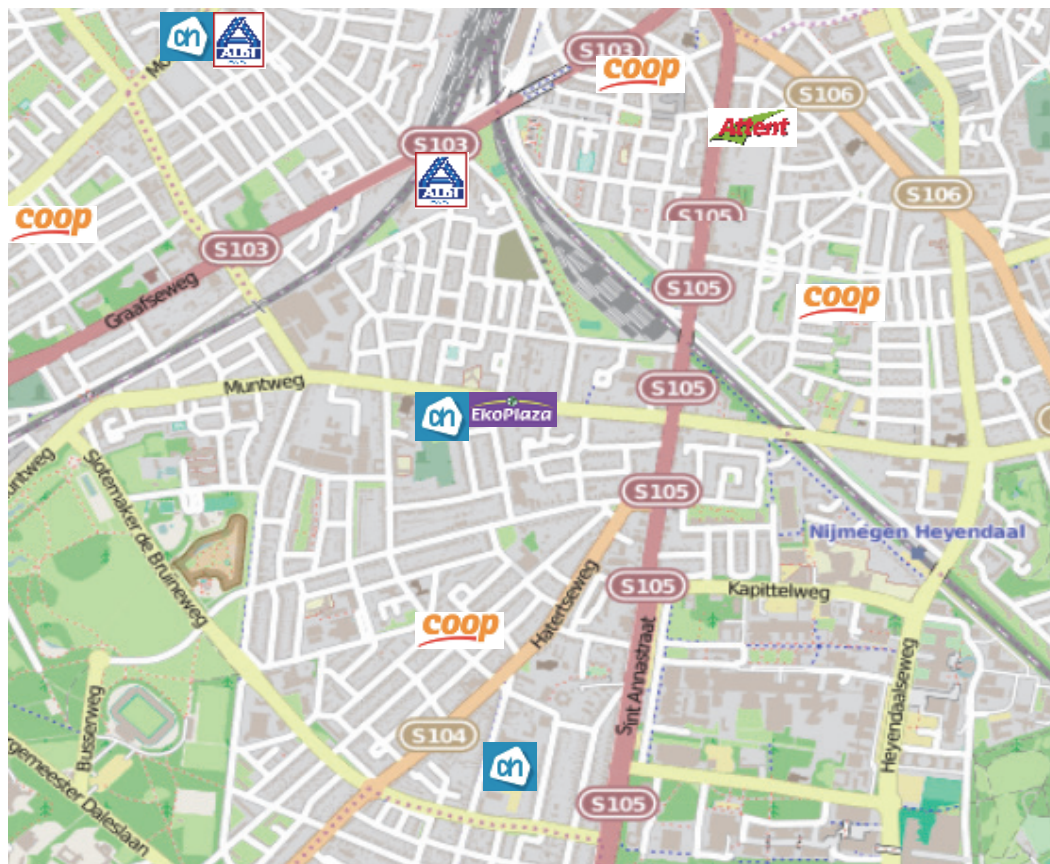
Rond het verzorgingsgebied zijn diverse andere supermarkten gevestigd³. Deze supermarkten zijn op de navolgende kaart weergegeven. De grootste supermarkt in de omgeving is de Albert Heijn XL van 3.522 m² wvo aan de St. Jacobslaan (Miro Center Nijmegen). Andere grote supermarkten zijn de Albert Heijn aan de Daalseweg van 1.689 m² wvo (niet op de kaart), de Coop aan de Molukkenstraat van 1.200 m² wvo en Albert Heijn aan de Molenweg van 1.087 m² wvo. De overige supermarkten in de omgeving hebben een beperkte omvang.

De meeste supermarkten in het verzorgingsgebied en omgeving hebben slechts een beperkt aanvullend dagelijks aanbod. Deze supermarkten hebben dan ook vooral een functie voor de buurt (leefbaarheid). De andere supermarkten (Daalseweg, Molenweg-

³ Op de kaart is de Attent aan de St. Annastraat weergegeven. Deze gaat binnenkort verdwijnen.

Mirtestraat en Miro Center) worden naast een uitgebreid dagelijks aanbod ook ondersteund door relatief veel niet-dagelijks aanbod. Hun verzorgingsbereik is veel groter.

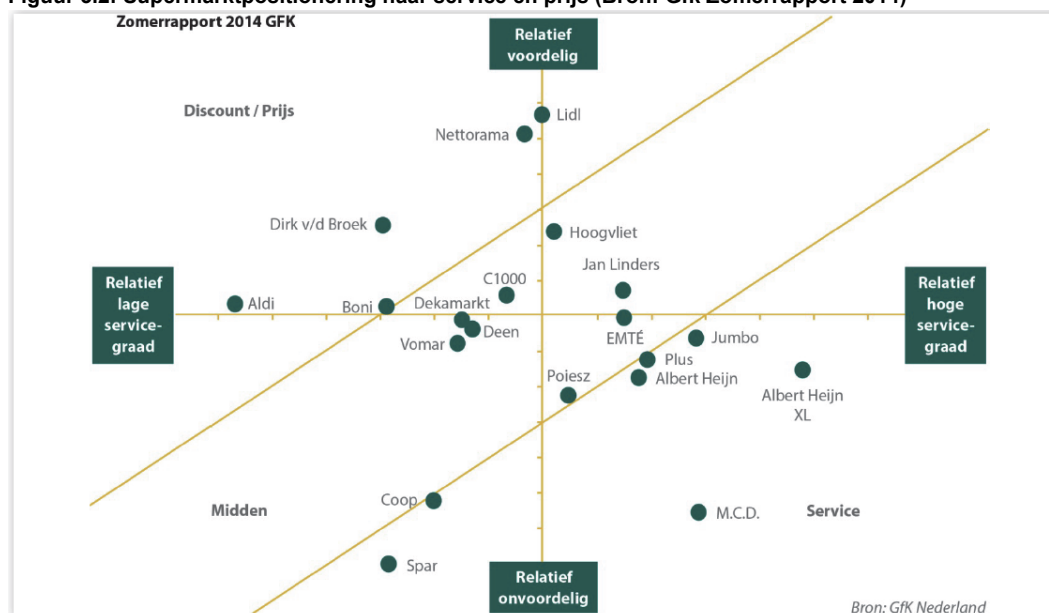
Figuur 3.1: Supermarktaanbod verzorgingsgebied en omgeving



Segmentering

Navolgend is een figuur weergegeven met daarin de supermarktpositionering van de diverse formules naar service en prijs. De consument heeft in het verzorgingsgebied de beschikking over één supermarkt in het discount/prijs-segment, te weten Aldi. Daarnaast zijn 3 supermarkten in het midden/service-segment, te weten twee Coop, EkoPlaza en Albert Heijn. In de nabije omgeving zijn tevens tal van andere supermarkten gevestigd in zowel het midden/service- als discount/prijs-segment. De consument in het verzorgingsgebied heeft daarmee voldoende keuzemogelijkheden in zowel het discount/prijs- als het midden-service-segment. Ook qua spreiding liggen de supermarkten gunstig. Inwoners van het verzorgingsgebied hebben bovendien binnen aanvaardbare afstand tot de eigen woning toegang tot een supermarkt.

Figuur 3.2: Supermarktpositionering naar service en prijs (Bron: GfK Zomerrapport 2014)



3.1.2 Leegstand gemeente Nijmegen

Een winkelpand wordt door Locatus als leegstand geregistreerd indien:

Het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consument gerichte dienstverlening zal terugkomen.

Binnen een winkelgebied:

- Het pand was als winkel in gebruik en staat nu daadwerkelijk leeg.
- Of het pand is op dat moment niet meer als winkel of horeca in gebruik, maar op het pand staat wel aangegeven dat het te koop/huur is (als verkooppunt).

Buiten winkelgebieden moeten beiden criteria gelden:

- Er moet een verkooppunt ingezet hebben én er moet daadwerkelijk te koop/te huur of verkocht/verhuurd op het pand staan.

In de gemeente Nijmegen staan ca. 169 panden leeg van totaal ruim 34.200 m² wvo. De leegstand concentreert zich vooral in de binnenstad van Nijmegen (51% van het aantal m² wvo). Ca. 22% van het aantal m² wvo leegstand is verspreid. De overige leegstand is verdeeld over diverse buurt- en wijkcentra. In plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal staan gemiddeld 183 verkooppunten leeg, met een totale omvang van ca. 34.350 m² wvo. De leegstand is nagenoeg gelijk aan het vergelijkbare gemiddelde, maar de schaal van de leegstaande panden is echter groter. De onderstaande tabel geeft een overzicht van de grootste leegstaande panden in de gemeente Nijmegen. De panden Weurtseweg

108 van 1.875 m² wvo en Doddendaal 1a van 1.729 m² wvo in de binnenstad zijn de twee grootste leegstaande panden in de gemeente Nijmegen.

Tabel 3.4: Top-5 grootste leegstaande panden gemeente Nijmegen

Adres	Type	m ² wvo	Winkelgebied	Winkelgebiedstype
Weurtseweg 108	Langdurig	1.875	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Doddendaal 1a	Aanvang/Frictie	1.729	Centrum Nijmegen	Binnenstad
Zwanenveld 9083	Aanvang/Frictie	1.250	Dukenburg	Stadsdeelcentrum
Molenstraat 54	Langdurig	1.033	Centrum Nijmegen	Binnenstad
Doddendaal 1a	Structureel	1.025	Centrum Nijmegen	Binnenstad

In de gemeente Nijmegen staat ca. 7,5% van het aantal panden leeg en ca. 8,8% van het aantal m² wvo⁴. Ter vergelijking: in plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal staat ca. 7,2% van het aantal panden leeg en 7,3% van het aantal m² wvo.

De meeste van bovengenoemde leegstaande panden ligt ver buiten het verzorgingsgebied en vormen daarmee geen passend alternatief voor de inpassing van een supermarkt. In, en direct rondom het verzorgingsgebied, zijn geen leegstaande panden gevestigd die het planinitiatief mogelijk kunnen huisvesten.

3.2 Trends en ontwikkelingen

Aanbodzijde algemeen

De dagelijkse artikelensector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder is de laatste jaren sterk in beweging: de belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn:

- De trend tot schaalvergroting zet verder door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service supermarkten hebben een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.200 m² wvo omvatten. In grote steden maken sommige supermarkten een schaa sprong tot grootschalige supermarkten (3.000-4.000 m² wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaa sprong zichtbaar.
- Supermarktenorganisaties stemmen de omvang van hun winkels tegenwoordig meer dan voorheen af op de omvang van het (beoogde) marktgebied: grotere winkels met een wijk- of stadsdeelverzorgende functie en kleinere met een buurt- of dorpsfunctie. Supermarkten van 800-1.000 m² wvo kunnen die laatste functie vaak al goed invullen.
- Het benodigd draagvlak voor voorzieningen wordt - als gevolg van de schaalvergroting - steeds groter. De extra winkelmeters worden deels door een groter draagvlak

⁴ Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

terugverdiend. Aspecten als autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden hangen samen met deze ontwikkeling en worden daarom steeds belangrijker. Om het draagvlak toch te kunnen realiseren, opteren supermarkten steeds vaker voor locaties buiten reguliere winkelgebieden (meer ruimte).

- Tegelijkertijd is er een opleving van dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra zichtbaar. Er is in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het verbeteren van het verblijfsklimaat in dergelijke centra en het uitbreiden van de winkelruimte. Het aanbod concentreert zich steeds meer in de grotere winkelcentra. Vooral de supermarkten maken waar mogelijk een schaa sprong in deze sterk op boodschappen doen gerichte centra. Op wijk-, buurt- en dorpsniveau zijn supermarkten de belangrijkste publiekstrekken.
- Supermarkten hebben steeds minder ieder hun eigen afgebakende verzorgingsgebied en de grootste supermarkten hebben vaak een aanvullende functie (een soort paraplu functie) ten opzichte van kleinere supers in de omgeving. Het gaat bij deze grootste supermarkten vaak om centrumsupermarkten, maar dit kan ook opgaan voor min of meer solitaire grootschalige supermarkten (veelal gelegen tussen grotere woongebieden).
- Factoren als een ruime overzichtelijke indeling, een breed assortiment, hygiëne en behulpzaam, vriendelijk personeel spelen een belangrijke rol in de supermarktkeuze van de consument.
- De marktsegmentatie bij supermarkten vervaagt; behalve in discountsupermarkten is er vrijwel overal sprake van een grote variatie in prijsstelling van de aangeboden producten. Bovendien ligt tegenwoordig het prijsniveau ook in diverse servicesupermarkten op een laag niveau door onder meer de toename van huismerken. Binnen het discountsegment krijgt Lidl langzamerhand meer een service-karakter.
- Aan de onderkant van de markt ontstaan nieuwe initiatieven voor budgetsupermarkten die partijmatig artikelen verkopen.
- Tegelijkertijd is er ook een trend met meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt etc. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten.
- Branche- en sectorvervaging doen zich voor in diverse branches, waaronder de supermarktenbranche. In supermarkten wordt in toenemende mate non-food artikelen aangeboden, vaak op actiematige wijze. Vooral discountsupermarkten bieden deze non-food artikelen aan. Maar ook het vaste non-food assortiment in grotere winkels wordt breder.
- In navolging van de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben verschillende overnames en fusies plaatsgevonden. Albert Heijn, Jumbo en Lidl zijn sterk uit de strijd gekomen, de formules Edah, Super de Boer en C1000 zijn het slachtoffer geworden. Kleinschalige supermarkten, versspecialzaken op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt hebben het moeilijker gekregen.
- De filialisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit.

De consument rekent deze formules tot het basisaanbod. Het aandeel filiaalbedrijven nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 35%, ten koste van het aantal zelfstandige bedrijven.

- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandigen wordt bemoeilijkt door filialisering en vergrijzing van het ondernemersbestand. De verwachting is dat het aandeel filiaalbedrijven ook in de toekomst verder gaat stijgen en dat het aandeel zelfstandige ondernemers verder gaat afnemen. Daarnaast staat de positie van de kleine zelfstandige winkelier onder druk door vergrijzing van het ondernemersbestand. De leeftijdsopbouw van het ondernemersbestand is nog sneller aan het vergrijzen vergeleken met onze bevolking. Ruim 35% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Uit eerder onderzoek van Inretail (CBW-MITEX) blijkt dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wil stoppen. In veel gevallen is er geen opvolging, waardoor veel winkels (gedwongen) zullen sluiten.
- Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.
- Het aantal auto's neemt nog steeds toe. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelveorzieningen toe. 'No parking, no business'.
- Trafficlocaties worden steeds belangrijker. Niet alleen op vliegvelden, maar ook op trein- en busstations is steeds meer detailhandel te vinden, zowel op het gebied van dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen.
- Internet is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel).
- De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De komst van afhaalpunten zou dit kunnen veranderen. De verwachting voor de dagelijkse artikelensector is echter dat het aandeel van de internetbestedingen ondanks de komst van de afhaalpunten, tamelijk gering zal blijven, enerzijds omdat dit slechts een beperkte consumentengroep zal aanspreken, anderzijds omdat er in Nederland sprake is van een dicht netwerk aan buurt- en wijkcentra met goede, relatief goedkope supermarkten en andere aanbieders.

Vraagzijde algemeen

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, andersom heeft het veranderende koopgedrag gevolgen voor de aanbodstructuur. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kri-

tisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen, ook bij de supermarkt, wel is het bestede bedrag per bezoek toegenomen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra in verband met het gemak van ruime keus.
- Door een grotere mobiliteit en de beschikbare informatie voor de consument (o.a. Internet) is het referentiekader van de consumenten in de afgelopen jaren ruimer geworden. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in supermarkten (volledige assortimenten), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. Deze prijsbewuste consument is sterk op de prijsvriendelijke en discountsupermarkten georiënteerd.
- In de dagelijkse sector worden de aankopen door de consument nog steeds dicht bij huis gedaan. Dit aanbod blijft dan ook (mits het voldoet aan het verwachtingspatroon) in buurt, wijk en kern veel perspectief behouden.
- Door de veranderende bevolkingssamenstelling verandert ook de behoefte van de consument. Zo worden de winkelvoorzieningen in de wijk belangrijker door de toenemende vergrijzing.
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- De samenstelling van huishoudens verandert door minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.
- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal mensen met een beneden modaal inkomen.
- Door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoonshuishoudens) is het arbeidspatroon veranderd en neemt de druk op vrije tijd bij grote groepen huishoudens toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.
- Koopstromenonderzoeken laten verschuivingen zien in het koop- en bestedingsgedrag van de consument⁵. De mate waarin de consument haar dagelijkse boodschappen doet in de eigen woonplaats is gedaald (koopkrachtbinding gemiddeld 5% lager). De consument is minder trouw aan het eigen boodschappenaanbod. De binding ligt logischerwijs een stuk hoger wanneer centra met een sterker winkelaanbod op grotere afstand liggen. Het zijn de centra nabij grotere of sterkere winkelgebieden die in de verdrukking komen. De concurrentie tussen winkelgebieden is toegenomen. Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking zijn noodzakelijk om de concurrentiepositie te blijven behouden.

⁵ Platform Binnenstadsmanagement en SSM, De weerbare binnenstad (2012)

Relatie trends en ontwikkelingen tot de ontwikkeling in verzorgingsgebied

Het planinitiatief speelt in op diverse trends in de supermarktbranche. De verplaatsing en schaalvergroting zal bijdragen aan een betere consumentenverzorging omdat ingespeeld wordt op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument). De nieuwe locatie biedt in tegenstelling tot de oude situatie voldoende parkeermogelijkheden en de winkel zal in een moderne vorm terugkomen. Door de extra ruimte die gecreëerd wordt kan de supermarktplattegrond zo worden ingericht dat de consument meer comfort wordt geboden middels bredere gangen en een meer logische looproute door de winkel. Daarnaast worden de keuzemogelijkheden voor de consument vergroot door het kunnen bieden van een ruimer assortiment en een betere productpresentatie.

3.3 Beleidskaders

3.3.1 Provinciaal

Omgevingsvisie provincie Gelderland⁶

In de Omgevingsvisie Gelderland is het provinciaal ruimtelijk beleid verankerd. De provincie en haar partners streven samen naar een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandel die bijdraagt aan vitale, aantrekkelijke steden en dorpen. In het beleid staan de bestaande centra in de (binnen-)steden en dorpen 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.

Gelderse Ladder voor duurzaam ruimtegebruik

In de Omgevingsvisie van de provincie Gelderland wordt de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' uitgewerkt tot de 'Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik'. In feite blijft de basis van de ladder hetzelfde, echter heeft de provincie enkele treden van de ladder gespecificeerd. Onderstaand wordt de Gelderse Ladder weergegeven:

1. Voorziet de voorgenomen ruimtelijke ontwikkeling (= initiatief) in een actuele lokale of regionale behoefte en hoe verhoudt het initiatief zich met beleidskaders en -programma's?
2. Kan de aangetoonde behoefte in redelijkheid binnen bestaand stedelijk gebied worden opgevangen door hergebruik dan wel transformatie van gebouwen?
3. Zo niet, kan de behoefte dan worden opgevangen door benutten van beschikbare gronden binnen het stedelijk gebied, rekening houdend met o.a. stedenbouwkundige, ecologische en sociaal-culturele kwaliteiten?
4. Zo niet, kan de behoefte dan worden opgevangen door hergebruik of transformatie van gebouwen buiten het stedelijk gebied en zijn deze locaties passend ontsloten? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.

⁶ Versie juli 2015.

5. Zo niet, kunnen passend ontsloten nieuwbouwlocaties die aansluiten op het stedelijk gebied in de behoefte voorzien? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.
6. Zo niet, kunnen passend ontsloten nieuwbouwlocaties die niet aansluiten op het stedelijk gebied in de behoefte voorzien? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.

De provincie Gelderland tracht via de Ladder een meer gebiedsgerichte insteek te bereiken door ook de kwaliteiten van het landschap mee te nemen. De Gelderse Ladder zou, in navolging van de provincie, een hulpmiddel moeten zijn om tot een meer integrale onderbouwing te komen. In de bijlage is een nadere toelichting op de Gelderse Ladder opgenomen.

Omgevingsverordening

In de omgevingsverordening zijn de kaders uit de omgevingsvisie nader uitgewerkt tot een concreet toetsingskader. De provincie stelt de bestaande winkelgebieden centraal in haar beleid. Het vernieuwen en aanpassen van bestaande winkelgebieden aan een afnemende vraag naar winkels en nieuwe marktontwikkelingen heeft prioriteit en met het toevoegen van nieuw winkeloppervlak wordt zeer terughoudend omgegaan. Nieuwe detailhandelsinitiatieven mogen niet leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur (artikel 2.3.3.1 eerste lid). Hieronder worden de negatieve gevolgen van overcapaciteit en leegstand op het woon-, leef- en ondernemingsklimaat in de omgeving van de bestaande winkels in wijken en centra bedoeld. Ook mag de detailhandelsstructuur niet in gevaar komen. In de provinciale omgevingsverordening zijn de volgende regels omtrent detailhandel opgenomen:

- In een bestemmingsplan worden geen nieuwe locaties voor detailhandel mogelijk gemaakt die leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur.
- Voor zover er voor het betreffende gebied een regionale afspraak is gemaakt over de programmering van detailhandel, is de bestemming detailhandel in een bestemmingsplan alleen mogelijk als deze ontwikkeling niet in strijd is met de door Gedeputeerde Staten vastgestelde regionale afspraak.
- In de toelichting bij het bestemmingsplan wordt aangegeven hoe een nieuwe detailhandelontwikkeling zich verhoudt tot het bepaalde in het eerste lid en een eventuele intergemeentelijke samenwerking op het gebied van detailhandel.

3.3.2 Regionaal

Regionaal Programma Detailhandel 2013

De gemeente Nijmegen is onderdeel van de Stadsregio Arnhem Nijmegen (SAN). De Stadsregio heeft in haar Regionaal Programma Detailhandel 2013 de beleidsmatige ontwikkelingskaders gesteld waaraan detailhandelontwikkelingen getoetst moeten worden. De centrale doelstelling luidt als volgt: *“Het in onderlinge samenwerking tussen de tot de*

stadsregio behorende gemeenten creëren en in stand houden van een evenwichtige en duurzame regionale detailhandelsstructuur met een zo compleet mogelijk voorzieningenpakket voor de consument en perspectief voor ondernemers / marktpartijen, zodat zij kunnen en willen investeren in vernieuwing.”

Detailhandelsontwikkelingen moeten passen binnen de verzorgingsfunctie van een betreffende plaats. Waar mogelijk wordt detailhandel zo veel mogelijk geclusterd op goed bereikbare locaties en in voor de consument herkenbare centra, die ieder een eigen taak en functie hebben binnen de gehele detailhandelsstructuur. Dit betekent enerzijds het stimuleren van de dynamiek in de detailhandel door processen als schaalvergroting en clustering op de juiste plekken te faciliteren en anderzijds rekening te houden met de effecten hiervan op de bestaande winkelgebieden en de leefbaarheid in kernen en wijken (voorkomen ongewenste effecten op de verzorgingsstructuur).

De kwaliteit van winkelgebieden staat centraal in het beleid. Ten aanzien van ontwikkelingen in winkelgebieden dient het koopgedrag als uitgangspunt. In de buurt- en wijkcentra moet de nadruk liggen op boodschappen doen. Wel hebben de kleine buurt- en wijkcentra (onder andere in kleine kernen) het moeilijk, mede veroorzaakt door het beperkte lokale draagvlak, de kleinschaligheid van het aanbod, het veelal ontbreken van trekkers en de positie van de zelfstandige die steeds meer onder druk staat. De consument pakt steeds vaker de auto om boodschappen te doen in een compleet boodschappencentrum dat niet te ver van huis ligt. Het is geen automatische keuze meer om het meest nabije boodschappencentrum te kiezen. Indien versterking en uitbreiding van het aanbod niet mogelijk zijn, wordt steeds vaker op zoek gegaan naar functieverandering.

3.3.3 Lokaal

Detailhandelsstructuurvisie gemeente Nijmegen 2004

Het lokale detailhandelsbeleid is verankerd in de visie op de detailhandelsstructuur uit 2004. Hierin wordt de huidige situatie en de ontwikkelingsrichting voor detailhandel in de gemeente Nijmegen geschetst. De wijken Willemsskwartier (Nije Veld) en Hazenkamp worden als één verzorgingsgebied beschouwd.

Winkelcentrum Groenestraat wordt verkeerstechnisch verre van ideaal gezien. Het draagvlak van het verzorgingsgebied (Nije Veld en Hazenkamp) is wel voldoende groot. Winkelgebied Willemsweg verliest langzaam de positie in de winkelstructuur. De Steenbokstraat is een geplande winkelstrip die die zich door de tijd heen goed heeft weten te handhaven.

De Albert Heijn supermarkt werd ook in het beleid van 2004 beschouwd als een supermarkt met een beperkte omvang. De winkel wordt echte een wijkfunctie toegedicht. De winkels aan de Groenestraat functioneerden gemiddeld genomen goed en de verwach-

tingen ten aanzien van de draagvlakontwikkeling waren gunstig. Verkeerstechnisch was de situatie ter plaatse van de supermarkten problematisch.

Geconstateerd werd dat de Aldi aan de Willemsweg (mede door de goede parkeergelegenheid) veel klanten van buiten de wijk naar dit winkelgebied toe trok en daardoor minder gevoelig is voor het te krappe draagvlak voor een reguliere supermarkt in de wijk. Rond de Aldi werd een concentratie van de overige winkels beoogd. De Willemsweg kent naar Nijmeegse verhouding een groot aanbod van etnische ondernemers. Hierdoor is het dagelijkse aanbod toch redelijk compleet. Daarnaast trekken de aanwezige etnische ondernemers ook mensen aan van buiten de buurt, mede omdat vergelijkbaar aanbod elders soms niet of nauwelijks voorkomt. Het totaalbeeld van de Willemsweg is niettemin sterk wisselend. Een deel van de winkels kent een behoorlijk investeringsniveau, bij andere laat de presentatie soms te wensen over. Alle scores samenvattend was het totaaloordeel op dit moment matig. Voor de toekomst werd echter een zeer gunstige draagvlakontwikkeling verwacht.

De winkelstrip aan de Steenbokstraat heeft zich door goed ondernemerschap en een redelijk stabiel draagvlak van consumenten met hogere inkomens weten te handhaven. De verdeling supermarktoppervlak-speciaalzaken is door de tijd heen aangepast aan de marktomstandigheden. De supermarkt was anno 2004 ook al te beperkt van omvang. Het totaalbeeld van het winkelcentrum was ten opzichte van de andere winkelcentra in de stad gunstig. Voor de toekomst werd voor de wijk Hazenkamp nauwelijks verandering van het bevolkingsaantal verwacht.

3.4 Plannen en initiatieven

Los van het in de inleiding van dit rapport beschreven planinitiatief voor het verzorgingsgebied, spelen er geen relevante andere planinitiatieven in dit deel van Nijmegen.

3.5 Draagvlakontwikkeling

3.5.1 Bevolkingsomvang en –ontwikkeling

De gemeente Nijmegen telt anno 2015 ca. 170.739 inwoners⁷. In de toekomst zal het inwonertal in Nijmegen nog fors gaan toenemen. Zowel de prognose van het CBS/PBL als die van de provincie Gelderland gaan uit van een bevolkingsgroei. Gemiddeld zal Nijmegen in 2020 ca. 172.945 inwoners tellen. Dit neemt tot 2025 toe tot ca. 176.604 inwoners, en ca. 179.142 in 2030.

⁷ Bron: Gemeente Nijmegen.

Figuur 3.5: Bevolkingsprognose

Jaar	Prognose CBS/PBL	Prognose provincie Gelderland	Gemiddelde
Huidig	170.739	170.739	170.739
2020	172.000	173.889	172.945
2025	175.100	178.107	176.604
2030	177.800	180.484	179.142

De wijken Hazenkamp en Nije Veld tellen gezamenlijk ca. 11.770 inwoners⁸. De gemeente Nijmegen heeft recentelijk een stads- en wijkprognose opgesteld. Deze prognose is gebaseerd op de meest recente woningbouwplanning. Het inwonertal zal in de wijken Nije Veld en Hazenkamp de komende jaren stabiel blijven c.q. iets afnemen. Het inwonertal zal van ca. 11.770 inwoners in 2015, dalen naar ca. 11.700 inwoners in 2020.

3.5.2 Bestedingen

Het gemiddelde inkomensniveau in de gemeente Nijmegen bedraagt € 14.200,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt daarmee 6,0% lager dan het landelijk gemiddelde van € 15.100,- per hoofd van de bevolking⁹. Bij een afwijking groter dan 5% is het bij distributie planologisch onderzoek gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen. In dit geval is een correctie dus noodzakelijk. In Nederland wordt in de dagelijkse artikelensector gemiddeld € 2.462,- per hoofd van de bevolking besteed¹⁰. Het gemiddelde inkomen in de wijken Hazenkamp en Nije Veld verschilt echter nogal. Uit de Stadsmonitor¹¹ blijkt dat Nije Veld vooral veel lage inkomens heeft, terwijl Hazenkamp een wijk is met relatief veel hoge inkomens. Als de verhouding van het inkomen ten opzichte van het Nijmeegse gemiddelde wordt berekend, blijkt dat het inkomen in de wijken Nije Veld en Hazenkamp gemiddeld 7% hoger ligt dan het Nijmeegse gemiddelde. Het gemiddelde inkomen in het verzorgingsgebied wijkt daarmee 0,6% af van het landelijk gemiddelde. Hierdoor wordt het landelijk gemiddelde als uitgangspunt gebruikt.

Effect internet

De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 2% gestegen, de verwachting is dat de groei ook de komende jaren gestaag door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehou-

⁸ Bron: Gemeente Nijmegen, bevolking per 1-1-2015. Let op: dit is inclusief de Kolping- en Muntenbuurt.

⁹ Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2012.

¹⁰ Bron: Detailhandel.info, bewerking BRO.

¹¹ Bron: Gemeente Nijmegen, Stadsmonitor, sociaal-economisch profiel 2014.

den aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

3.5.3 Koopstromen

Het onderscheiden verzorgingsgebied is centraal gelegen in het stedelijke gebied van Nijmegen. Dit betekent dat er sprake is van een open situatie ten aanzien van het koopgedrag van de inwoners. Aan deze situatie kleven risico's aan, maar dat biedt ook kansen. Het risico is dat de consumenten vanwege de huidige zwakke aanbodstructuur in het gebied gemakkelijk uitwijken naar aankoopplaatsen in de omgeving. De afstanden zijn immers relatief klein. Maar bij een versterking van het aanbod kan de koopkrachtbinding ook aanzienlijk toenemen en kan er ook meer koopkracht van buiten de wijken getrokken worden. Hier wordt bij het inschatten van de toekomstige koopstromen rekening mee gehouden.

Koopkrachtbinding dagelijkse sector

De gemeente Nijmegen heeft onderzoek gedaan naar de koopstromen voor de dagelijkse sector in Nijmegen¹². Er is op wijkniveau bekend wat de koopkrachtbinding is van het supermarktaanbod. De supermarkten in de wijken Nije Veld en Hazenkamp binden gezamenlijk ca. 50% van koopkracht uit de eigen wijken. Dit is relatief laag, maar niet onlogisch gezien de omvang en locatie van het aanbod in deze wijken. De koopkrachtafvloeiing gaat voornamelijk naar de Albert Heijn XL aan de St. Jacobslaan (31%) en verder verspreid naar meerdere aankoopplaatsen. Voor de dagelijkse sector als geheel achten wij een koopkrachtbinding van 50% in de huidige situatie reëel.

Naar de toekomst toe verwachten wij, als gevolg van een versterking van het dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied, een toename van de koopkrachtbinding. De Albert Heijn zal op een beter bereikbare en centralere locatie terugkomen en ook de parkeersituatie zal aanzienlijk verbeteren. Verwacht wordt dat Albert Heijn in de toekomst een deel van de koopkrachtafvloeiing naar andere Albert Heijn vestigingen in de omringende wijken (met name de Albert Heijn XL aan de St. Jacobslaan) kan ombuigen. Wij achten een koopkrachtbinding van ca. 65% haalbaar.

Koopkrachttoevoeiing dagelijkse sector

Uit het koopstromenonderzoek van de gemeente Nijmegen blijkt dat het supermarktaanbod in het verzorgingsgebied relatief veel koopkracht van buiten trekt. Aldi trekt, op basis van het koopstromenonderzoek, ca. 45% van haar omzet van buiten. Albert Heijn en Coop trekken respectievelijk 35% en 40% van de omzet van buiten. Dit betekent dat op niveau van de dagelijkse sector als geheel de koopkrachttoevoeiing in het verzorgingsgebied relatief hoog zal zijn.

¹² Bron: Gemeente Nijmegen, Burgerpeiling 2013. Er is hierin in principe gevraagd naar bezoek aan winkelgebieden. Deze zijn getypeerd met de meest gangbare naam en tussen haakjes de aanwezige supermarkt(en).

Inschatting koopkrachttoevloeiing dagelijkse sector

Aldi: omzetclaim ca. € 4,8 mln. ($600 \text{ m}^2 \text{ wvo} * € 8.090,-$), dus € 2,2 mln. van buiten.

Albert Heijn: omzetclaim ca. € 5,1 mln. ($627 \text{ m}^2 \text{ wvo} * € 8.090,-$), dus € 1,8 mln. van buiten.

Coop: omzetclaim van ca. € 5,5 mln. ($675 \text{ m}^2 \text{ wvo} * € 8.090,-$), dus € 2,2 mln. van buiten

Voor de Ekoplaza en het overig dagelijks aanbod is geen data beschikbaar. Vanwege de uniciteit van het overige aanbod en de trekkracht van het supermarktaanbod wordt voor dit het overige dagelijkse aanbod verwacht dat deze ook ca. 40% van hun omzet van buiten trekken. Dit betekent een extra koopkrachttoevloeiing van ca. € 5,0 mln. ($1.662 \text{ m}^2 \text{ wvo} * € 7.467,- * 0,4$). In zal het dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied daardoor naar inschatting ca. € 11,2 mln. van buiten trekken.

Op basis van het bovenstaande achten wij een koopkrachttoevloeiing van ca. 35 tot 40% minimaal haalbaar. De versterking van het dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied trekt wellicht iets meer koopkracht van buiten. Dat houdt in dat als gevolg van het planinitiatief zal de koopkrachttoevloeiing zal toenemen. In relatieve zin houden wij voorzichtigheidshalve de koopkrachttoevloeiing voor 2020 gelijk, maar omdat de koopkrachtbinding sterk toeneemt, valt in absolute zin de koopkrachttoevloeiing wel hoger uit.

3.6 Functioneren en uitbreidingsruimte

In navolgende tabel is op basis van de hiervoor aangegeven gegevens een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijkse artikelenaanbod in het verzorgingsgebied. Hiervoor wordt de omzet per m^2 wvo (vloerproductiviteit) als indicator gebruikt.

Tabel 3.6: Benadering functioneren dagelijkse sector verzorgingsgebied

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2025)
Aantal inwoners	11.770	11.700
Bestedingen per hoofd (€)	2.462	2.462
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	29,0	28,8
Koopkrachtbinding	50%	65%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	14,5	18,7
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	35-40%	35-40%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	7,8-9,7	10,1-12,5
Totale besteding (€ mln.)	22,3-24,1	28,8-31,2
Huidig wvo (m^2)	3.564	3.564
Omzet per m^2 wvo (€)	6.275-6.800	8.100-8.775
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m^2 wvo)	7.467	7.467
Uitbreidingsruimte	Geen	300-600

Huidig functioneren

De gemiddelde omzet per m² wvo in de dagelijkse sector in het verzorgingsgebied bedraagt theoretisch € 6.275,- tot € 6.800,-. Dat is lager het landelijk gemiddelde van € 7.467,-. In wijken zoals Hazenkamp en Nije Veld is het supermarktaanbod echter beperkt, maar zijn er wel veel speciaalzaken gevestigd (veel allochtoon aanbod). De gemiddelde vloerproductiviteit in deze zaken ligt doorgaans lager dan die bij supermarkten. Dit wordt ook ondersteund door het koopstromenonderzoek van de gemeente, waaruit blijkt dat Aldi en Coop relatief matig functioneren (ten opzichte van het gemiddelde). Albert Heijn functioneert in de berekeningen van de gemeente overigens goed. Naar verwachting functioneert het totaal dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied in de huidige situatie daarom redelijk.

Toekomstig functioneren

De verplaatsing van Albert Heijn en de komst van enkele overige nieuwe dagelijkse aanbieders zal het aanbod in het verzorgingsgebied versterken. De gunstigere ligging in combinatie met de uitbreiding, betere bereikbaarheid en meer parkeermogelijkheden zorgt er voor dat meer koopkracht uit het eigen verzorgingsgebied gebonden kan worden. Ook zal er iets meer koopkracht van buiten getrokken worden (absoluut). Op basis hiervan ontstaat theoretisch ca. 300 tot 600 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector.

Kwaliteit boven kwantiteit

Het bovenstaande 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 helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

3.7 Effecten

De verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn en de toevoeging van enkele andere dagelijkse aanbieders zal een positief effect hebben op de consumentenverzorging. De bestaande Albert Heijn-locatie is ongunstig ten aanzien van de omvang (627 m² wvo), het parkeren en de bereikbaarheid. De huidige verkeerssituatie zorgt voor een onveilige situatie tussen voet-, fiets- en autoverkeer. Een verplaatsing van Albert Heijn zal daardoor enerzijds ten goede komen aan de verkeersveiligheid, anderzijds zal het de huidige locatie ontlasten ten aanzien van het laad-, los- en bezoekersverkeer. Dit heeft daarmee een positief effect op het woon- en leefklimaat.

Als Albert Heijn verplaatst naar het Smitdraadterrein zal de supermarkt ten aanzien van deze aspecten fors verbeteren. Een supermarkt van moderne omvang, met ruimte parkeermogelijkheden en een goede bereikbaarheid zal daarnaast bijdragen aan een betere consumentenverzorging omdat ingespeeld wordt op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument).

Door het initiatief zal er ca. 661 m² wvo aan dagelijkse artikelen toegevoegd worden. De totale omvang van de dagelijkse artikelensector komt daarmee uit op 4.225 m² wvo. Deling van de haalbare omzet na versterking (€ 28,8 mln. tot € 31,2 mln.) door deze verkoopruimte, geeft een omzet per m² wvo van ca. € 6.800,- tot € 7.400,-. Dat is ca. 8 tot 30% hoger dan het huidige niveau.

Desalniettemin is het niet volledig uit te sluiten dat er, als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn (en vestiging van enkele kleinere dagelijkse aanbieders), effecten zullen zijn op het bestaand aanbod. De effecten zullen zich echter spreiden over meerdere aankoopplaatsen in de directe omgeving, ook omdat de Groenestraat centraal in Nijmegen ligt met voldoende draagvlak in het secundaire verzorgingsgebied.

Zo verwacht BRO dat er straks misschien iets minder koopkracht naar de Albert Heijn-vestigingen in de directe omgeving zal gaan. De Albert Heijn-vestigingen (Miro Center, Molenstraat en Daalseweg) hebben echter een moderne omvang en zijn goed bereikbaar met voldoende parkeren. Het omzetverlies als gevolg van de koopkrachtverschuiving zal niet onaanvaardbaar zijn. Het is niet te verwachten dat er een supermarkt zal verdwijnen als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding. Dit hangt tevens samen met het feit dat er enige distributieve uitbreiding ontstaat naar aanleiding van het planinitiatief. Voor een supermarktitbreiding op zich (zonder rekening te houden met de komst van andere dagelijkse aanbieders) bestaat theoretisch voldoende uitbreidingsruimte.

De effecten op de Aldi en Coop in het verzorgingsgebied zullen beperkt zijn. Aldi is een discounter en wordt anders bezocht dan Albert Heijn. Daarnaast ligt Aldi gunstig aan de Willemsweg, met een goede bereikbaarheid en parkeersituatie. De Coop heeft een sterke buurtverzorgende functie en zal deze positie ook kunnen behouden, zeker als de winkel ook een keer moderniseert.

De Ekoplaza profiteert op dit moment ook van de aantrekkingskracht van Albert Heijn en als Albert Heijn verplaatst, zal het combinatiebezoek tussen beide aanbieders wellicht iets beperkter zijn. Ekoplaza wordt echter overwegend heel gericht bezocht door de eigen doelgroep, en dat zal zo blijven. Bovendien zorgt de uniciteit van Ekoplaza, in combinatie met naastgelegen winkels, ervoor dat het winkelgebied ook in de toekomst zal kunnen blijven bestaan.

Voor het door Albert Heijn te verlaten pand zijn momenteel geen concrete plannen voor de herinvulling bekend. Wel is afgesproken dat er zich niet opnieuw een reguliere supermarkt in het pand zal kunnen vestigen. Een functiewijziging naar een niet-dagelijkse artikelenwinkel, dienstverlening, ambacht of horeca ligt het meest voor de hand. Nieuwvestiging van een supermarkt wordt in elk geval in juridisch-planologische zin voorkomen.

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: Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

4. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
5. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
6. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld."

Enkele treden van de Ladder verdienen een nadere toelichting.

Actuele regionale behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. van het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

Aandacht voor leegstand

Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand; kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat

maat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder.

- ABRS 26 maart 2014 (ECLI:RVS:2014:1101)
“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”
- ABRS 18 september 2013 (201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)
Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.
- ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)
Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).

Vernieuwing en marktruimte

In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit al in navolgende uitspraak naar voren:

- VzABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6, Herontwikkeling De Plu Heerlen)
De voorzitter accepteert hier dat nieuwe ontwikkelingen voor een kwaliteitsimpuls in de voorzieningenstructuur kunnen zorgen die (in het kader van de Ladder) een extra (eigen) behoefte genereert c.q. creëert. Hiertoe dient wel de bestaande leegstand inzichtelijk gemaakt en meegewogen te worden.

Bijlage 3: Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik (toelichting)

De Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik is opgenomen in de provinciale verordening en ziet er op hoofdlijnen als volgt uit.

1. Voorziet de voorgenomen ruimtelijke ontwikkeling (= initiatief) in een actuele lokale of regionale behoefte en hoe verhoudt het initiatief zich met beleidskaders en -programma's?
2. Kan de aangetoonde behoefte in redelijkheid binnen bestaand stedelijk gebied worden opgevangen door hergebruik dan wel transformatie van gebouwen?
3. Zo niet, kan de behoefte dan worden opgevangen door benutten van beschikbare gronden binnen het stedelijk gebied, rekening houdend met o.a. stedenbouwkundige, ecologische en sociaal-culturele kwaliteiten?
4. Zo niet, kan de behoefte dan worden opgevangen door hergebruik of transformatie van gebouwen buiten het stedelijk gebied en zijn deze locaties passend ontsloten? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.
5. Zo niet, kunnen passend ontsloten nieuwbouwlocaties die aansluiten op het stedelijk gebied in de behoefte voorzien? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.
6. Zo niet, kunnen passend ontsloten nieuwbouwlocaties die niet aansluiten op het stedelijk gebied in de behoefte voorzien? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.

Toelichting per stap

1. Voor de afweging van behoefte van bedrijventerreinen en woningbouw zijn regionale planningsdocumenten opgesteld (Regionaal Programma Bedrijventerreinen en Kwalitatief WoonProgramma) en voor detailhandel zal dit per regio worden afgewogen. Bij de overige stedelijke ontwikkelingen dient per geval af te worden gewogen of regionale afstemming noodzakelijk is.
2. Indien de voorgenomen stedelijke ontwikkelingen invloed (kunnen) hebben op het provinciaal wegennet, is het raadzaam om vroegtijdig contact op te nemen met de provinciale mobiliteitsafdeling. Extra investeringen in het openbaar vervoer zijn de komende tijd niet te verwachten. Daarom is het raadzaam aan te sluiten bij bestaande structuren voor openbaar vervoer, indien de functie dit nodig heeft. Beide opmerkingen gelden ook voor de overige stappen.
3. Het benutten van gronden in bestaand stedelijk gebied betekent niet dat elke open (groene) plek bebouwd dient te worden. Het gaat om het maken van een zorgvuldige afweging, waarbij stedenbouw, wateropvang, klimaatadaptie en leefomgevingskwaliteiten redenen kunnen zijn om open plekken in het stedelijk weefsel te handhaven en te versterken.
4. Door het benutten van vrijkomende gebouwen(complexen) in het buitengebied kan voorkomen worden dat het landelijk gebied onnodig moet worden gebruikt voor uitbreiding. Deze stap moet worden gezien in relatie tot stap 5 en 6. Het is immers afhankelijk van de aard van de stedelijke functie en de ligging van het vrijkomende ge-

bouw of hergebruik ook leidt tot een passende locatie. Tevens dient rekening te worden gehouden met het regionale beleid voor functieverandering.

5. Aangezien op veel locaties de laatste uitbreidingen worden gerealiseerd, dient bij het kiezen tussen plannen aansluiting op het bestaand stedelijk gebied en hiermee het stedenbouwkundig afronden van de stads- en dorpsranden prioriteit te hebben. Bij de nieuwbouw dient rekening te worden gehouden met de aanwezige gebiedskwaliteiten.
6. Mocht nieuwbouw aansluitend op het stedelijk gebied niet mogelijk zijn dan is nieuwbouw elders mogelijk mits de functie passend ontsloten kan worden. Bij de nieuwbouw dient rekening te worden gehouden met de aanwezige gebiedskwaliteiten.

