

Wageningen, Ruimtelijk-functionele onderbouwing supermarktontwikkeling Geertjesweg

Brisck

Definitief



Wageningen, Ruimtelijk-functionele onderbouwing supermarktontwikkeling Geertjesweg

Brisck

Definitief

Rapportnummer:	203X01406.091104_7
Datum:	22 december 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevrouw I. Bussemakers
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Daan Goos
Trefwoorden:	Wageningen, uitbreiding, supermarkt, distributieplanologische mogelijkheden, effecten
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 4
Beknopte inhoud:	In deze ruimtelijk-functionele effectenanalyse worden de mogelijkheden verkend voor een nieuwe supermarkt aan de Geertjesweg. Uit de analyse blijkt dat er voldoende marktruimte beschikbaar is er geen negatieve effecten zijn op het gevestigd supermarktaanbod en het centrum van Wageningen. De ontwikkeling leidt tot een meer evenwichtige detailhandelsstructuur en een betere consumentenverzorging.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3
1.1 Achtergrond en vraagstelling	3
1.2 Het planinitiatief	4
2. CONCLUSIES MARKTMOGELIJKHEDEN	6
2.1 Conclusies en overwegingen	6
2.2 Juridisch planologische overwegingen en ladder	8
3. ONTWIKKELINGSKADER	10
3.1 Aanbod Wageningen	10
3.2 Trends en ontwikkelingen	15
3.3 Beleidskaders	16
3.4 Plannen en initiatieven	19
3.5 Draagvlak	19
3.6 Huidig en toekomstig functioneren	21
4. EFFECTEN	23
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Toelichting Ladder Duurzame verstedelijking	2
Bijlage 3: Marktbenadering wijkniveau	4
Bijlage 4: Marktbenadering niet-dagelijkse sector	5

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en vraagstelling

Er is al langer sprake van de realisatie van een nieuwe supermarkt van een moderne omvang aan de Geertjesweg in Wageningen, waarbij de nu in deze wijk gevestigde kleinschalige Spar-supermarkt verdwijnt. Ten behoeve van dit initiatief heeft BRO in 2014 een ruimtelijk-functionele onderbouwing opgesteld¹. Deze rapportage wordt in onderhavige rapportage geactualiseerd en tevens wordt de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' doorlopen (voor een toelichting, zie bijlage). Deze Ladder moet toegepast worden aangezien een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is voor de realisatie van een supermarkt op de beoogde locatie. De centrale vragen van het gevraagde onderzoek hebben wij als volgt geformuleerd:

- In hoeverre is er distributieve ruimte in Wageningen voor een uitbreiding van het aanbod aan dagelijkse artikelen?
- Wat zijn de effecten van de vestiging van een supermarkt van de beoogde omvang op de locatie Geertjesweg 19 in combinatie met de onttrekking van de supermarktbestemming op de locatie Geertjesweg 56-58-60 op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in Wageningen?

Het primair marktgebied van de nieuwe supermarkt is de eigen wijk. Het secundair verzorgingsgebied is de hele gemeente Wageningen. De aanbodanalyse en de marktbenadering zijn echter toegespitst op de gehele gemeente Wageningen. Wel is er in de bijlagen een marktbenadering op wijkniveau opgenomen. De sector dagelijkse artikelen, waar supermarkten deel van uitmaken, staat centraal in het onderzoek.

¹ Wageningen, actualisatie DPO en ruimtelijk-functionele effectenanalyse supermarkt, augustus 2014, BRO

1.2 Het planinitiatief

De nieuwe supermarkt zal gerealiseerd worden op de Geertjesweg 19. Hier is nu uitvaartcentrum 't Hoge Heem van Monuta gevestigd. Het bestaande pand wordt gesloopt en er komt een nieuw pand en parkeerruimte. De te realiseren supermarkt betreft een service-supermarkt van een nog niet in Wageningen gevestigde formule. De supermarkt zal een omvang krijgen van ca. 1.200 m² wvo. Deze nieuwe ontwikkeling gaat gepaard met de opheffing van een kleinschalige buurtsuper (Spar ca. 500 m² wvo), die zich bevindt tegenover de nieuw te ontwikkelen supermarkt (Geertjesweg 56). Dit is reeds overeengekomen met de desbetreffende ondernemer. De toekomstige bestemming van dit pand wordt detailhandel - niet zijnde supermarkt. Per saldo zal het functionele dagelijkse aanbod in Wageningen hiermee met ca. 700 m² wvo uitgebreid worden.

Het Spar-pand kan worden heringevuld met detailhandel. In het kader van onbenutte plancapaciteit wordt rekening gehouden met een herinvulling met zowel dagelijkse (niet zijnde een supermarkt) als niet-dagelijkse detailhandel. Deze detailhandel is verder onderverdeeld naar koopmotieven. Te weten recreatief winkelen en doelgerichte aankopen. Dit is een vaak gebruikte indeling in dergelijk soort onderzoek. In bijlage 4 is om deze reden een separate marktanalyse, en marktbenadering voor beide deelsectoren opgenomen.

Navolgende visualisaties geven de ligging van beide panden weer en een impressie van de huidige en de nieuwe situatie op de planlocatie. De supermarkt zal aan de zuidwestzijde van de kavel worden gebouwd. De laad-loszone wordt inpandig en overdekt gerealiseerd. De verkeersafwikkeling geschiedt vooral via de Postjesweg, de Geertjesweg en de Nobelweg. De benodigde parkeervoorziening wordt aan de noordzijde van de Kavel gerealiseerd.

Figuur 1.1: Ligging Spar en planlocatie



Figuur 1.2: Impressie bestaande situatie en inpassing supermarkt



2. CONCLUSIES MARKTMOGELIJKHEDEN

2.1 Conclusies en overwegingen

Navolgend worden puntsgewijs de belangrijkste conclusies van dit onderzoek opgesomd:

- Zowel het dagelijks als het supermarktaanbod in Wageningen blijft zowel qua aantal winkels als qua omvang van de winkelruimte (m^2 wvo) ruim achter bij kernen met een vergelijkbaar inwonertal.
- Enkele van de aanwezige supermarkten zijn kleinschalig van aard. Ook de beide discountsupermarkten beschikken over een relatief beperkte maatvoering. De Albert Heijn en Hoogvliet hebben echter een moderne schaal.
- De supermarkten in Wageningen kennen over het algemeen een redelijk goede spreiding. Wel functioneren de beide supermarkten in de oostzijde van Wageningen (Spar en Aldi), door hun profilering slechts in beperkte mate als buurtsupermarkt. Dit betekent dat de inwoners daar voor een service-supermarkt een grotere afstand moeten afleggen. Dit geldt zeker voor de inwoners van het verder weg gelegen Wageningen Hoog.
- Uit de marktbenadering blijkt dat er in de huidige situatie reeds uitbreidingsruimte aanwezig is in de dagelijkse sector van de gemeente Wageningen (ca. 750-1.300 m^2 wvo).
- In de toekomst (2027) zal deze nog verder toenemen tot ca. (1.130 – 1.710 m^2 wvo), doordat de bevolking (een daarmee het consumentendraagvlak voor supermarkten) nog licht zal stijgen en omdat het supermarktaanbod zal verbeteren.
- Er is voldoende marktruimte voor de nieuwe supermarkt (ca. 1.200 m^2 wvo) aan de Geertjesweg. Ook wanneer in het kader van de onbenutte plancapaciteit, rekening gehouden wordt met het onwaarschijnlijke scenario waarin de Spar-locatie volledig wordt heringevuld met dagelijkse detailhandel, is er voldoende marktruimte beschikbaar.
- Gezien de aanwezige distributieve ruimte is de kans zeer klein dat de beoogde ontwikkeling onaanvaardbare negatieve effecten heeft op het bestaande dagelijkse aanbod.
- De komst van een nieuwe service-supermarkt zorgt voor een meer evenwichtige ruimtelijke spreiding van de supermarktstructuur.
- De nieuwe supermarkt zal vooral als buurtsupermarkt gaan fungeren voor de oostzijde van Wageningen. Hier wonen inclusief Wageningen Hoog ca. 6.060 inwoners² en voor hen zal de consumentenverzorging aanzienlijk worden verbeterd.
- Op dit moment fungeert de Spar slechts ten dele als buurtsupermarkt, gelet op de omvang en de profilering van de zaak.
- Voor de inwoners van het oostelijk deel van Wageningen betekent de komst van een nieuwe service-supermarkt dat zij beter worden bediend en minder ver hoeven reizen

² Buitenwijk Noordoost Wageningen en Wageningen Hoog, CBS, Statline, kerncijfers wijken en buurten.

voor een service-supermarkt. Per saldo zal dit naar verwachting leiden tot minder verkeersbewegingen vanuit de wijk naar elders.

- Bovendien vormt de nieuwe supermarkt, voor de inwoners van Wageningen Hoog een aantrekkelijk alternatief ten aanzien van het supermarktaanbod in Bennekom. Er wordt zodoende meer koopkracht gebonden binnen de gemeente Wageningen.
- Ook wordt de consumentenverzorging verbeterd, omdat het aanbod meer wordt gevarieerd.
- Gezien de locatie en de berekende distributieve ruimte, zijn er geen negatieve effecten te verwachten op de detailhandelsstructuur, consumentenverzorging en de leegstandssituatie in Wageningen.

Herinvulling Spar-locatie

- De herinvulling van de Spar-locatie maakt onderdeel uit van dit planinitiatief. Zoals reeds vermeld bestaat de mogelijkheid dat de locatie wordt heringevuld met detailhandel, niet zijnde een supermarkt.
- Bezien vanuit de marktbenadering (bijlage 4), de beschreven trends en ontwikkelingen en de locatie-kwaliteiten zal deze locatie vooral interessant zijn voor een zaak die doelgericht en laagfrequent met de auto bezocht wordt. Bijvoorbeeld een zaak in de woonbranche, of een zaak met een zeer specifiek (smal en diep) assortiment. Dit aanbod is in beginsel onderscheidend en complementair aan het gevestigd aanbod in het centrum van Wageningen.
- Voor regulier recreatief aanbod (zoals mode, sport en spel, hobby of media) is de locatie niet aantrekkelijk, omdat er te weinig passanten zullen zijn. Ook kunnen de passanten niet kijken en vergelijken, hetgeen een essentieel onderdeel is van recreatief winkelen. Daarbij is er geen uitbreidingsruimte aanwezig in de recreatieve sector en zijn, ook in het licht van de geschetste trends en ontwikkelingen, de marktkansen beperkt, zeker op een solitaire locatie.

Effecten op het centrum

Tot slot zullen eventuele effecten van het beoogd planinitiatief (waarvan ook de herontwikkeling van Spar onderdeel uitmaakt) om een aantal redenen aanvaardbaar zijn voor de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging van het centrum:

- Er is marktruimte berekend in zowel de dagelijkse als de doelgerichte sector.
- Enkel een herinvulling met een zaak in de recreatieve sector zal daadwerkelijk concurrerend met het centrum zijn. Aangetoond is dat de marktmogelijkheden voor dergelijk aanbod zeer beperkt zijn op de locatie.
- Mocht hier toch recreatief winkelaanbod vestigen dan zal het centrum nog voldoende autonome trekkracht behouden en zal een eventueel effect op de detailhandelsstructuur aanvaardbaar zijn.

2.2 Juridisch planologische overwegingen en ladder

Duurzame ontwrichting

Supermarkten voorzien in de eerste levensbehoeften. Om die reden is het in de ruimtelijk-functionele onderbouwing van belang aandacht te schenken aan het effect op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur. De vraag is hierbij of er sprake is van duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau. De essentie hiervan is dat de consument op aanvaardbare afstand van de woning zijn of haar dagelijkse inkopen moet kunnen doen. De jurisprudentie wijst niet uit wat exact een acceptabele afstand is.

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur voor dagelijkse goederen. Er wordt geen duurzame ontwrichting verwacht als gevolg van het beoogd initiatief. De consumentenverzorging wordt verbeterd, omdat het aanbod meer wordt gevarieerd, zonder dat dit zal leiden tot onaanvaardbare gevolgen voor het gevestigd supermarktaanbod. Daarmee blijft de consument in Wageningen op aanvaardbare afstand van de woning de beschikking houden over dagelijkse artikelenwinkels.

De Ladder voor Duurzame Verstedelijking toegepast

Bij de toepassing van de Ladder (zie bijlage voor toelichting) dienen de volgende treden doorlopen te worden:

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. *Deze trede is hier niet van toepassing.*

Trede 1: Actuele regionale behoefte

Zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin is er een actuele regionale behoefte aangetoond. Er is enerzijds zowel in de huidige situatie als naar de toekomst toe (2027), voldoende uitbreidingsruimte aangetoond voor het beoogd planinitiatief. Anderzijds wordt in kwalitatieve zin het aanbod meer gevarieerd met de komst van een complementaire moderne service-supermarkt. De hedendaagse consument kiest voor gemak en zodoende voor ruim opgezette moderne supermarkten, op goed bereikbare locaties en met voldoende parkeervoorzieningen. Het beoogd planinitiatief voorziet hierin. Tevens wordt de consumentenverzorging van de oostelijke zijde van Wageningen en Wageningen Hoog verbeterd. Deze inwoners hoeven minder ver te reizen voor een bezoek aan een service-supermarkt. Ook voor de herinvulling van de Spar-locatie is voldoende marktruimte aangetoond in zowel de dagelijkse als de doelgerichte sector. Vooral voor die laatste sector

biedt de locatie mogelijkheden. Voor recreatief aanbod zijn de marktmogelijkheden zeer beperkt.

Trede 2: Aandacht voor leegstand en transformatie

Het beoogd planinitiatief wordt binnen bestaand stedelijk gebied gerealiseerd. Als onderdeel van dit plan wordt de Spar-supermarkt opgeheven en een toekomstige supermarkt bestemmingsplanmatig hier uitgesloten. Er kan zich hier wel opnieuw detailhandel vestigen. De sluiting van de Spar kan leiden tot aanvangsleegstand. Aangezien het hier een solitaire winkellocatie betreft, is er geen effect op de detailhandelsstructuur. Omdat het bestemmingsplan voldoende ruimte biedt, wordt een snelle herinvulling verwacht. Zeker omdat het pand ook mag worden opgesplitst in meerdere units. Zodoende is ook het negatief effect op de omgevingskwaliteit beperkt. Tot slot blijkt uit de leegstandsanalyse dat er geen leegstaande winkelpanden groot genoeg zijn om het beoogd initiatief te kunnen ondervangen. Hierbij wordt opgemerkt dat de planlocatie ook in het gemeentelijk beleid is aangewezen als potentiële uitbreidingslocatie voor supermarktaanbod.

Derde trede: Niet binnen bestaand stedelijk gebied

Deze trede is niet van toepassing aangezien de planlocatie in het stedelijk gebied ligt.

3. ONTWIKKELINGSKADER

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies van de marktmogelijkheden zoals opgenomen in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een aanbod-analyse gemaakt van het gevestigde aanbod in de gemeente Wageningen. Vervolgens wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends en ontwikkelingen, beleid en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden gebruikt voor het benaderen van de marktmogelijkheden. De in dit hoofdstuk opgenomen aanbodgegevens zijn gebaseerd op de meest recente Locatus Retailverkenner. Het overgrote deel van de winkels is in juni 2016 geïnterviewd door Locatus.

3.1 Aanbod Wageningen

In totaal zijn er in de gemeente Wageningen 45 zaken in de dagelijkse sector, met een gezamenlijk wvo (winkelvloeroppervlak) van 11.376 m² wvo. Het aanbod dagelijkse artikelen is zowel in aantal zaken als wvo relatief beperkt in vergelijking met referentiekernen³. Dit geldt zowel voor de levensmiddelen als de persoonlijke verzorging. Wel hebben de dagelijkse zaken gemiddeld een relatief ruime maatvoering. De gemeente Wageningen telt 7 supermarkten met een gezamenlijk wvo van 7.781 m². Ook per 1.000 inwoners is er relatief weinig aanbod in Wageningen in vergelijking met de referentiekernen of het landelijk gemiddelde (figuur 3.1).⁴

Tabel 3.1: Dagelijks detailhandelsaanbod gemeente Wageningen

	Wageningen (37.511 inwoners ⁵)			Gemiddelde voor kernen met 30.000-50.000 inwoners*		
	Aantal	m ² wvo	gem. schaal	Aantal	m ² wvo	gem. schaal
Levensmiddelen	39	10.263	263	48	12.411	261
Persoonlijke verzorging	6	1.113	186	14	2.079	154
Totaal dagelijkse artikelen	45	11.376	253	61	14.490	237

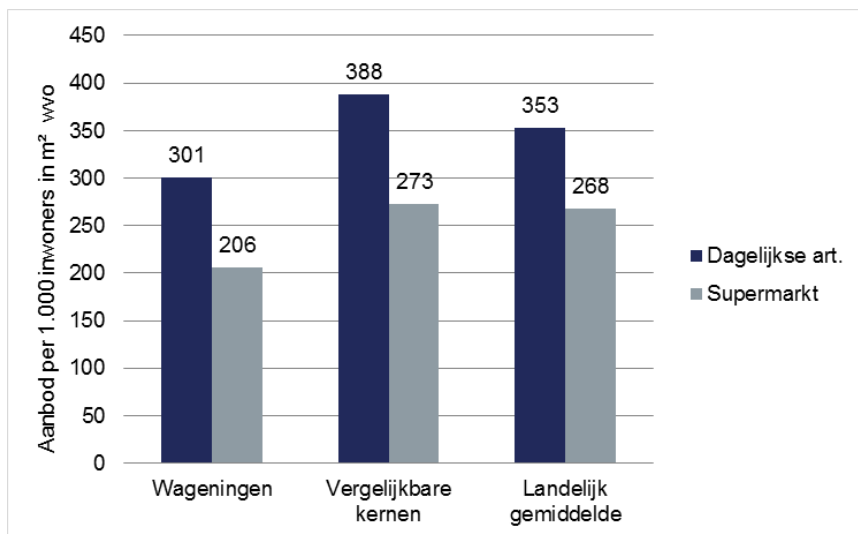
* landelijke gemiddelden gecorrigeerd voor inwonertal Wageningen

³ Kernen met 30.000-50.000 inwoners, gecorrigeerd naar het inwonertal van Wageningen.

⁴ Recent is er een AH to go geopend op de Universiteitscampus van Wageningen. Deze zaak behoort niet tot de supermarkten, maar wordt in de marktbenadering wel opgenomen als dagelijks aanbod.

⁵ CBS Statline, kerncijfers wijken en buurten, checkdatum CBS, November 2016

Figuur 3.1: Aanbod per 1.000 inwoners



Supermarktaanbod

Er zijn in Wageningen zeven supermarkten gevestigd, met een totaal winkelvloeroppervlak van ca. 7.781 m² wvo (figuur 3.2).

Figuur 3.2: Supermarktaanbod Wageningen



Een aantal van de supermarkten is zeer kleinschalig van aard en zij hebben vooral een (vergeten) boodschappenfunctie voor de inwoners van de directe omgeving. Ook de beide discountsupermarkten beschikken over een relatief beperkte maat. De servicesupermarkten Albert Heijn en Hoogvliet beschikken over een moderne schaal (landelijke maatstaf discounters; 1.000-1.500 m² wvo; service-supermarkten 1.250-1.750 m² wvo).

De consument heeft in Wageningen de beschikking over zes supermarktformules. Het supermarktaanbod bestaat volgens de positionering zoals weergegeven in figuur 3.3 uit twee discount supermarktformules (Aldi & Lidl), twee supermarktformules in het midden-segment (C1000 en Hoogvliet) en twee supermarktformules in het midden-service segment (Albert Heijn en Spar). De consument wordt hiermee verschillende keuzemogelijkheden geboden.

Figuur 3.3: Supermarktpositionering (Bron: EFMI, CBL, ConsumentenTrends 2013)

Formuletype	Omschrijving	Formules
FULLSERVICE	Veel service met een bovengemiddelde prijsstelling	Albert Heijn en PLUS
BUURTSUPER	Redelijke service, in de buurt, met een hoge prijsstelling	Coop en Spar
VALUE-FOR-MONEY	Gemiddelde service met een gemiddelde prijsstelling	C1000, Dekamarkt, EMTÉ, Jan Linders, MCD, Poiesz en Vomar Voordeelmarkt
SERVICE DISCOUNT*	Bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Deen, Hoogvliet, Jumbo en Supercoop
MERKEN DISCOUNT*	Gemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Bas van der Heijden, Boni, Digros, Dirk van den Broek en Nettorama
HARD DISCOUNT	Weinig service met een zeer scherpe prijsstelling	Aldi en Lidl

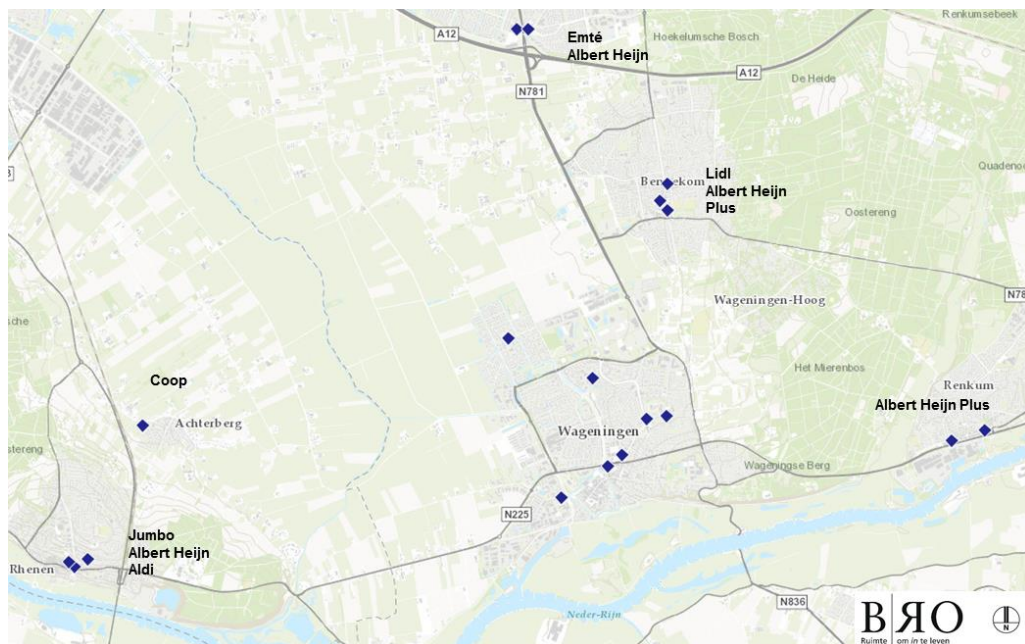
(*) Tezamen vormen service discount en merken discount het quality discount segment

Figuur 3.2 toont dat er in de oostzijde van de kern Wageningen twee supermarkten zijn gevestigd. De kleinschalige Spar-supermarkt en de Aldi-supermarkt. Beiden functioneren door de profilering slechts ten dele als buurtsupermarkt (de Spar heeft vooral een vergeten boodschappenfunctie en de Aldi wordt als harddiscounter vooral laagfrequent bezocht voor de aanvullende boodschappen). Daarbij is het aanbod aan versspeciaalzaken beperkt. Dit betekent dat de inwoners van de oostelijke zijde van Wageningen verder moeten rijden voor een wat uitgebreider dagelijks aanbod en/of een service-supermarkt. Dit geldt eveneens voor inwoners van Wageningen Hoog, zij zullen vanuit afstand bezien echter ook deels georiënteerd zijn op het supermarktaanbod in Bennekom. Hier vloeit dus koopkracht de gemeente uit.

Regionaal aanbod

De omliggende kernen in de directe nabijheid beschikken over eigen supermarktaanbod. Gezien de nabijheid tussen de kernen Wageningen, Renkum en Bennekom zal er enige wisselwerking plaatsvinden in de koopstromen. Waarbij Wageningen, gelet op het meest gevarieerde aanbod, het grootste aandeel koopkracht zal aantrekken.

Figuur 3.4: Regionaal supermarktaanbod



Leegstand

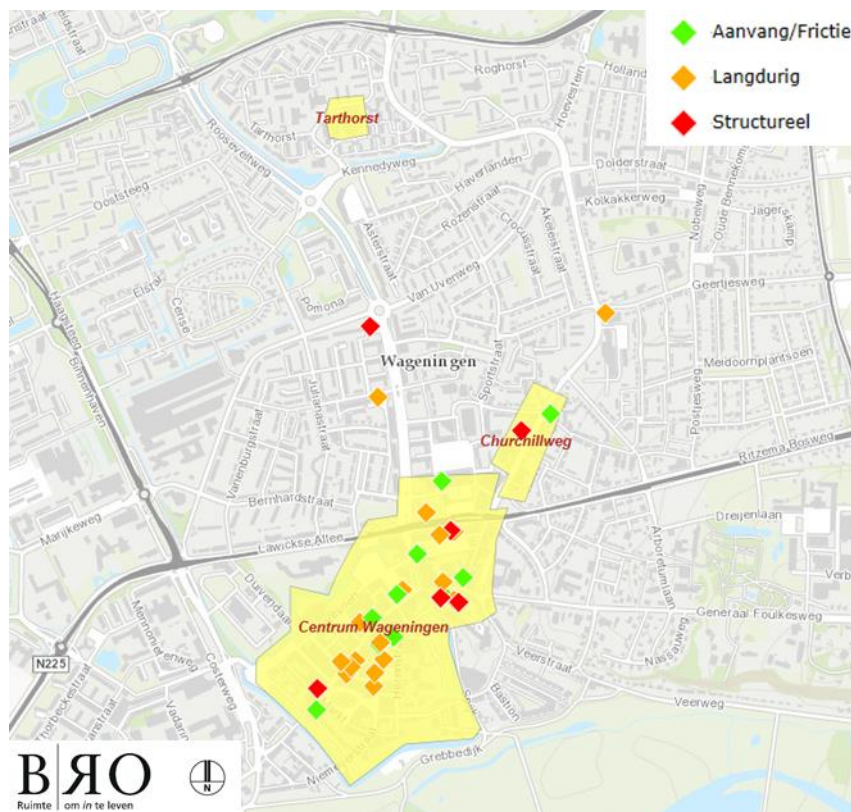
In de gemeente Wageningen staan 33 panden leeg met een gezamenlijke omvang van 5.596 m² wvo. Het merendeel van de leegstaande panden bevindt zich in het centrum (figuur 3.5). Indien we de leegstand als percentages⁶ van het totale detailhandelsaanbod weergeven en dit vervolgens afzetten tegenover de percentages van referentiekernen, blijkt de leegstand beperkt in de gemeente Wageningen (figuur 3.6)

Tabel 3.2: Leegstand naar duur

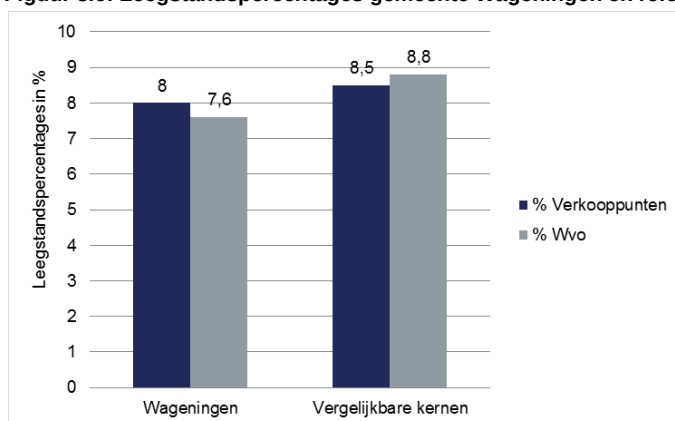
Soort	V.k.p.	Totale omvang (m ² wvo)
Aanvang/frictie (minder dan één jaar)	10	1.441
Langdurig (één tot drie jaar)	17	3.152
Structureel (langer dan drie jaar)	6	1.003
Totaal	33	5.596

⁶ 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

Figuur 3.5: Leegstand naar duur



Figuur 3.6: Leegstandspercentages gemeente Wageningen en referentie



Geen van de leegstaande panden is (enkel gelet op de omvang) geschikt om het beoogde supermarkt-initiatief te kunnen ondervangen. Ter verduidelijking het grootste leegstaande pand is dat aan de Churchillweg 92, met een omvang van 1.029 m² wvo. Tevens is de parkeervoorziening en het laden en lossen voor de benodigde supermarkt in de directe omgeving op deze locatie moeilijk te realiseren.

3.2 Trends en ontwikkelingen

Supermarkten

Trends; consumentengedrag

- De consument is steeds beter geïnformeerd via internet en besteedt steeds minder tijd aan boodschappen doen en het bereiden van een maaltijd.
- De consument is kritisch en mobiel en kiest steeds vaker voor grotere ruim opgezette supermarkten of supermarktcentra, met een ruime keus en een goede parkeervoorziening en bereikbaarheid.
- De consument heeft in zijn shopgedrag een groeiende behoefte aan een 'gepersonaliseerde belevenis'. Foodshoppers verwachten van retailers inspiratie, erkenning en een gepersonaliseerd assortiment bij ieder boodschappenrondje⁷.
- Het eetpatroon verandert. Er zijn steeds meer eetmomenten op een dag en het moment van aankoop en consumptie vallen steeds vaker samen.
- De consument koopt steeds meer levensmiddelen online. Uit recent onderzoek⁸ blijkt dat voornamelijk langer houdbare producten, zoals zuivel en diepvriesartikelen op internet worden gekocht. Tegelijkertijd is een stijging te zien van de online bestelling van versproducten (zoals groente en fruit)⁹.
- Het aandeel online is echter nog altijd zeer beperkt, minder dan 2%.

Demografische transitie en vergrijzing

- In Nederland bereikt de vergrijzing een hoogtepunt in 2040, wanneer het land 4,8 miljoen 65-plussers telt. Deze nieuwe senioren hebben naar verwachting heel 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.
- De samenstelling van huishoudens verandert door minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens. Dit geldt zeker voor studentenstad Wageningen.

Ontwikkelingen; aanbodzijde

- Beleving en comfort worden in de fysieke supermarkt steeds belangrijker, want hierdoor kunnen zij zich onderscheiden van elkaar en de van online-verkoop. Mede door het alsmaar veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Supermarkten spelen op deze behoefte in, door 'ready to eat' producten aan te bieden en verse gerechten in de zaken te bereiden. Supermarkten vermengen zich steeds meer met horeca. Dit is één van de meest zichtbare vormen van *blurring* binnen de retail.
- Er is meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt etc.

⁷ Food service Instituut, acht supermarkttrends uit de VS voor 2016, december 2015

⁸ Deloitte, Consumentenonderzoek 2015, juni 2015

⁹ Deloitte, Consumentenonderzoek 2015, juni 2015

- Over de hele linie heeft de afgelopen jaren schaalvergroting plaatsgevonden. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.200 - 1.500 m² wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.500 m² wvo omvatten.
- Binnen de levensmiddelen vormen supermarkten ca. 80% van het aandeel voor wat betreft omzet en werkgelegenheid. Qua vloeroppervlak is dit aandeel ca. 70%.
- In de supermarktbranche vindt een verdere segmentering en profilering plaats ten opzichte van andere formules en online¹⁰.

Conclusie trends en ontwikkelingen

De beoogde ontwikkeling past in de algemene trends en ontwikkelingen. Er wordt een nieuwe moderne goed bereikbare supermarkt aan het aanbod toegevoegd, waardoor de consument beter wordt bediend.

3.3 Beleidskaders

Provinciaal beleid

Op 9 juli 2014 is de Omgevingsvisie door Provinciale Staten vastgesteld. Op dit moment wordt gewerkt aan een actualisatie van de omgevingsvisie. Uit de concept-omgevingsvisie uit december 2016 blijkt dat er geen aanzienlijke wijzigingen zijn opgenomen ten aanzien van detailhandel. In de omgevingsvisie 2014 wordt aangegeven dat de provincie streeft naar het stimuleren van economische ontwikkelingen en dynamiek. Om zorg te dragen voor een duurzame stedelijke ontwikkeling, worden in de Omgevingsvisie verschillende handvatten geboden. Er wordt ingezet op versterking van de stedelijke netwerken, gecombineerd met een impuls voor de vitaliteit van kleine kernen en dorpen. De Omgevingsvisie biedt daarnaast een basis voor het terugdringen van leegstand en overcapaciteit in plannen en zorgvuldige locatie-afwegingen. Deze bouwen voort op de kwaliteit en de kracht van het bestaande, zonder het uitgaan van het bestaande tot dogma te verheffen.

De rol van de provincie is onder andere het concentreren van stedelijke functies met een bovenregionale functie op goed bereikbare locaties en multimodale knooppunten. Ook wil de provincie de sterke sectoren in de Gelderse economie (maakindustrie, vrijetijdseconomie en logistiek) faciliteren en ondersteunen. Om de vitaliteit van de kleinere kernen en dorpen te behouden en versterken, is de ambitie om te zorgen voor een optimale kwaliteit en bereikbaarheid van de voorzieningen. Behoud van alle voorzieningen is geen doel op zich. Daartoe is de rol van de provincie onder meer het ondersteunen van de transformatie van winkelgebieden in dorpen en kernen en het ondersteunen bij de aanpak van leegstand.

¹⁰ Rabobank cijfers en trends, Supermarkten geciteerd april 2016

Specifiek voor de detailhandel wordt aangegeven dat de provincie streeft naar een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandel die bijdraagt aan vitale, aantrekkelijke steden en dorpen. De bestaande detailhandelsstructuur staat centraal. De provincie zet daarbij in op transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden.

Evenwichtige regionale detailhandelsstructuur: versterken van kansrijke locaties

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

Transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden

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

Omgevingsverordening Provincie Gelderland (december 2015 vastgesteld)

Ook dit beleidsstuk wordt op dit moment geactualiseerd (concept-actualisatieplan Omgevingsverordening, december 2016). In de vigerende Omgevingsverordening van de provincie Gelderland, is het volgende opgenomen onder artikel 2.3.3.1 detailhandel:

1. In een bestemmingsplan worden geen nieuwe locaties voor detailhandel mogelijk gemaakt die leiden tot een duurzame ontvruchting van de bestaande detailhandelsstructuur (in de concept-actualisatie wordt voorgesteld dit artikel te laten vervallen¹¹).
2. 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.
3. 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.

¹¹ De provincie Gelderland zegt hierover het volgende: Dynamiek op dit onderwerp, ook wat betreft jurisprudentie, vormt de aanleiding voor het voorstel om artikel 2.3.3.1 van de Omgevingsverordening te laten vervallen. Het betreft het niet toestaan van nieuwe locaties voor detailhandel die leiden tot 'duurzame ontvruchting' van bestaande detailhandel. Niet alleen is het begrip 'duurzame ontvruchting' in de praktijk moeilijk te hanteren, maar het wordt ook overbodig als gevolg van de toepassing van 'de Ladder voor duurzame verstedelijking' die sinds 2012 is opgenomen in het Besluit ruimtelijke ordeningen (Bro) en ontwikkelingen in de jurisprudentie hierover.

De gemeente Wageningen heeft geen afspraken gemaakt over regionale programmering voor detailhandel. Dit wordt alleen gedaan voor bedrijventerreinen. Bij nieuwe (reguliere) detailhandelsontwikkelingen wordt de beschikbare marktruimte gebruikt ter onderbouwing van de aanname dat een nieuwe ontwikkeling niet zal leiden tot een duurzame ontwikkeling van de bestaande detailhandelsstructuur.

Regionaal beleidskader

Er is geen vigerend regionaal beleid ten aanzien van dagelijkse detailhandel. Wel is er een regionaal PDV/GDV beleid¹² vastgesteld, maar hierin wordt niets relevant vermeld over de dagelijkse sector of supermarkten in het bijzonder.

Gemeentelijk beleid

In de nota Beleidskaders Economische Visie Detailhandel en Horeca (2012) staan de volgende kaders voor detailhandel centraal:

- Investerings die leiden tot versterking van de binnenstad hebben prioriteit. Nieuwe ontwikkelingen in detailhandel en horeca dienen bij voorkeur in de binnenstad plaats te vinden.
- De Wageningen Campus dient te worden ontwikkeld tot een aantrekkelijk verblijfsgebied met passende voorzieningen op het gebied van detailhandel en horeca.
- De ontwikkellocaties rond de binnenstad die herbestemd dienen te worden, vormen geen directe versterking voor de binnenstad. De ontwikkeling van detailhandel en horeca op deze locaties vormen een bedreiging voor het functioneren van de binnenstad.
- Er wordt uitgegaan van de huidige geclusterde structuur van het winkelaanbod en bestaande supermarkten in Wageningen wordt de mogelijkheid geboden om op te kunnen schalen naar voldoende grootte ('body') om concurrerend te zijn.
- Bij het bepalen van de marktgrootte van beschikbare ruimte voor detailhandel van een distributie planologisch onderzoek (DPO) gebruik maken.
- Bij de ontwikkeling van detailhandel uitgaan van (de huidige) geclusterde structuur van het winkelaanbod.

Specifiek voor het supermarktaanbod omgeving Geertjesweg/Churchillweg is in de Economische Visie Detailhandel en Horeca het volgende opgenomen: De winkelconcentratie Geertjesweg/Churchillweg komt in aanmerking voor uitbreiding van het dagelijkse winkelaanbod door de eventuele komst/uitbreiding van een nieuwe supermarkt. De enige hiervoor mogelijke locatie is de zogenaamde 'Monuta-locatie', hoek Geertjesweg – Nobelweg. Bij verdere concretisering van komst/uitbreiding van deze nieuwe supermarkt dient de geschiktheid van deze locatie te worden onderzocht. Hierbij is tevens het volgende opgenomen:

- Ruimtelijke mogelijkheden bieden voor herlocatie/uitbreiding van huidige Spar-supermarkt.

¹² WERV- plus B gemeenten, Gezamenlijk PDV/GDV beleid, oktober 2010

- Bij komst nieuwe supermarkt aandacht voor verkeersveiligheid bereikbaarheid en parkeersituatie.
- Bij herlocatie bestaande detailhandel, aandacht voor achterblijvende locatie. Streven naar kleinschalige voorzieningen en/of (gedeeltelijke) herbestemming van huidige detailhandelfunctie.
- Kritisch omgaan met vergroting aanbod horeca. Per ontwikkeling te beoordelen op kwaliteit, aan de hand van het beoordelingskader horeca.

Conclusie beleidskaders

De beoogde ontwikkeling past binnen de vigerende beleidskaders. Er wordt door transformatie een moderne toekomstbestendige supermarkt aan het aanbod toegevoegd, terwijl er tegelijkertijd supermarktmeters (Spar-locatie) uit de markt worden gehaald, waardoor de functionele uitbreidingsruimte beperkt blijft. Tot slot wordt in het gemeentelijk beleid een uitbreiding van het supermarktaanbod op de planlocatie voorzien, mits de voorgaand genoemde voorwaarden in acht worden genomen.

3.4 Plannen en initiatieven

- Recent is op de universiteitscampus van Wageningen een Albert-Heijn to-go geopend. De zaak behoort niet tot de supermarktsector en heeft enkel een verzorgende functie voor de campus. De zaak is nog niet in Locatus opgenomen en zodoende is het wvo niet bekend. BRO schat dat de zaak een omvang heeft van ca. 100 m² wvo.
- Er is een plan om de Lidl-supermarkt in het centrum te verplaatsen en uit te breiden. Dit plan is in juridisch-planologische zin nog niet hard, maar het is wel waarschijnlijk dat het plan doorgezet wordt¹³.
- Verder zijn er bij ons geen relevante planinitiatieven bekend.

3.5 Draagvlak

Huidig inwonertal en ontwikkeling bevolking

De gemeente Wageningen telt 37.837 inwoners¹⁴. De bevolking van de gemeente Wageningen zal de komende jaren naar verwachting toenemen tot ca. 38.670 inwoners in 2025 en daarna licht dalen naar 38.415 inwoners in 2030¹⁵. De marktbenadering in de volgende paragraaf is opgesteld voor het jaar 2027. Op basis van een jaarlijks gelijke ontwikkeling schat BRO in dat het inwonertal in 2027 ca. 38.600 zal bedragen.

¹³ Bron: Informatie van de gemeente Wageningen.

¹⁴ CBS Statline, kerncijfers wijken en buurten, checkdatum CBS november 2016

¹⁵ Primos Online, ABF Research, prognose 2016

Inkomensniveau en bestedingen

Het gemiddelde besteedbaar inkomen in de gemeente Wageningen ligt met een bedrag van € 13.500,- per hoofd van de bevolking -10,6% onder het landelijk gemiddelde van € 15.100,- per hoofd. Een verklaring hiervoor is dat er relatief veel studenten (met een kleine beurs) in Wageningen wonen. Omdat het inkomen per hoofd van de bevolking in de gemeente meer dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde wordt een correctie toegepast op de landelijk gemiddelde besteding (€ 2.540,-¹⁶) in de dagelijkse sector. Na correctie¹⁷ bedraagt de gemiddelde besteding in Wageningen zodoende € 2.473,- per hoofd.

Toekomstige bestedingen dagelijkse sector

De fysieke winkel blijft veruit de populairste aankoopplaats, maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks gemiddeld met ca. 2% gestegen. Het aandeel online is ten opzichte van de totale omzet in de dagelijkse sector nog altijd zeer beperkt (< 2% in 2016). Over de toekomstige groei van het internetaandeel lopen de meningen uiteen. Wel wordt verwacht dat de groei in ieder geval door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de verwachte verdere toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren met de verwachte verdere groei van de bestedingen.

Koopstromen

In de koopstromen maken wij onderscheid in koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. De mate waarin de lokale consument zijn bestedingen doet in het winkelaanbod van de eigen gemeente c.q. kern wordt koopkrachtbinding genoemd. Naast de koopkrachtbinding bestaat een deel van de omzet uit bestedingen van consumenten die niet afkomstig zijn uit dit gebied. Dat deel wordt koopkrachttoevloeiing genoemd. In Wageningen is er in 2011 een consumentenonderzoek uitgevoerd, waardoor inzicht is verkregen in koopstromen. In de voorgaande rapportage uit 2014, zijn de cijfers als uitgangspunt gehanteerd. Er zijn geen actuele koopstroomcijfers voorhanden. Zodoende worden de koopstromen van 2014 als uitgangspunt gehanteerd. Dit is mogelijk omdat er sinds die tijd geen relevante aanbodmutaties zijn geweest in de dagelijkse sector.

Uit het consumentenonderzoek blijkt dat de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelen-sector van Wageningen circa 93% is. De toevloeiing is destijds door DHV ingeschat op 10-14%. Deze cijfers worden gehandhaafd van de huidige situatie. Voor de toekomst wordt uitgegaan van een iets hogere binding door de verbetering van het supermarktaanbod.

¹⁶ Pantaia en detailhandel.info, Omzetkenngetallen 2015, juni 2016

¹⁷ Rekenend met een inkomenselasticiteit 0,25 dus $2.540,- \times (1-0.0265) = 2.473,-$

3.6 Huidig en toekomstig functioneren

Benadering huidig functioneren

Op basis van de vraag- en aanbodanalyse van de bestaande situatie in de dagelijkse artikelen sector¹⁸ is een benadering gemaakt van het huidig en toekomstig (2025) economisch functioneren. Zo worden de marktmogelijkheden verkend. Relevant voor de navolgende rekentabel is dat er een vertaalslag wordt gemaakt tussen de totale omzet in euro's enerzijds en het aanbod in m² wvo anderzijds. De link tussen beide cijfers wordt gelegd door de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (in € per m² wvo) als indicatieve norm te hanteren. Opgemerkt moet worden dat dit landelijk gemiddelde enkel een indicatie is voor het economisch functioneren. De berekening is uitgevoerd over de hele dagelijkse sector.

In de huidige situatie functioneert de dagelijkse sector bovengemiddeld, waardoor er ca. 750-1300 m² wvo aan uitbreidingsruimte te benaderen is. Naar de toekomst toe zal, mede door het groeiende inwonertal (en daarmee het draagvlak voor supermarkten) de uitbreidingsruimte nog toenemen tot ca. 1.130 -1.710 m² wvo. Dit is voldoende voor de uitbreiding van het supermarktaanbod aan de Geertjesweg, ook als de huidige Sparvestiging weer geheel ingevuld wordt met dagelijkse artikelenwinkels, niet zijnde supermarkten. De kans dat dit metrage ook daadwerkelijk volledig wordt heringevuld met dagelijkse detailhandel is klein. Een herinvulling van de Spar-locatie met niet-dagelijkse doelgericht bezochte detailhandel ligt meer voor de hand. Ook hiervoor is voldoende marktruimte beschikbaar (zie bijlage 4).

Tabel 3.3: Huidig en toekomstig economisch functioneren dagelijkse sector gemeente Wageningen

	2016	2027
Aantal inwoners Wageningen	37.837	38.600
Bestedingen per hoofd (in €)	2.473	2.473
Bestedingspotentieel (in mln. €)	93,6	95,4
Koopkrachtbinding	93%	94%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	87,0	89,7
Koopkrachttoevloeiing (% totale omzet)	10%- 14%	10%- 14%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	9,7 - 14,2	10,0 - 14,6
Totale omzet (in mln. €)	96,7 - 101,2	99,7 - 104,3
Omvang huidig wvo totaal (in m ² wvo) ¹⁹	11.476	11.476
omzet per m ² wvo (€)	8.425 – 8.825	8.700 – 9.100
vergelijkbaar gemiddelde (€)	7.910	7.910
Uitbreidingsruimte (m ² wvo; afgerond)	750 -1.300	1.130 – 1.710

¹⁸ Exclusief apotheken, hiervoor zijn geen omzetkengetallen bekend.

¹⁹ Inclusief AH to go op de Campus.

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 minstens zoveel waarde gehecht dient te worden als 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 de 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.

4. EFFECTEN

Omzet-effecten gevestigd dagelijkse artikelen

Naar verwachting zal het beoogd initiatief om de volgende redenen geen aanzienlijke omzet-effecten teweegbrengen op het dagelijks aanbod:

- In Wageningen is er zowel in de huidige situatie als naar de toekomst (2025) voldoende distributieve ruimte aan te geven in de dagelijkse sector voor een uitbreiding van het supermarktaanbod.
- Bovendien verdwijnt de huidige Spar uit het aanbod.
- Daarbij zal zelfs na de komst van de nieuwe supermarkt, de gemiddelde vloerproductiviteit voor de dagelijkse sector nog steeds op of boven het landelijk gemiddelde liggen.

Ruimtelijke effecten Wageningse detailhandelsstructuur

Het beoogd planinitiatief heeft om onderstaande redenen een positieve invloed op de algehele detailhandelsstructuur:

- De komst van een nieuwe service-supermarkt zorgt voor een meer evenwichtige ruimtelijke spreiding van de supermarktstructuur.
- De nieuwe supermarkt zal vooral als buurtsupermarkt gaan fungeren voor de oostzijde van Wageningen. Hier wonen inclusief Wageningen Hoog ca. 6.060 inwoners²⁰ en voor hen zal de consumentenverzorging aanzienlijk worden verbeterd.
- Op dit moment fungeert de Spar slechts ten dele als buurtsupermarkt, gelet op de omvang en de profilering van de zaak. En ook de harddiscounter Aldi (net buiten de wijk) fungeert slechts in beperkte mate als buurtsupermarkt, omdat deze formule in het bezoekgedrag vooral aanvullend op service-supermarkten wordt bezocht.
- Daarbij zal het beoogd initiatief per saldo naar verwachting leiden tot minder verkeersbewegingen naar supermarkten buiten de wijk omdat er meer omzet in de eigen wijk gebonden wordt.
- De supermarkt zal gunstig liggen ten aanzien van de consumenten in Wageningen Hoog en de zuidzijde van Bennekom. Er zal zodoende iets minder koopkracht afvloeien en iets meer koopkracht invloeien.
- Wel zal de opheffing van de Spar kunnen zorgen voor tijdelijke leegstand van dit pand. Het betreft echter een solitaire winkellocatie en heeft zodoende geen negatief effect op de detailhandelsstructuur. Gelet op de ruime bestemmingsplanmatige mogelijkheden wordt een relatief vlotte herinvulling verwacht. Zodoende zal het eventuele negatieve effect op de omgevingskwaliteit beperkt blijven.

²⁰ Buitenwijk Noordoost Wageningen en Wageningen Hoog, CBS, Statline, kerncijfers wijken en buurten.

Consumentenverzorging

De consumentenverzorging wordt om de volgende redenen verbeterd.

- Er wordt een nieuwe, moderne complementaire supermarktformule aan het aanbod toegevoegd. Dit betekent een ruimere keus voor de consument. Gelet op de landelijke trends en ontwikkelingen kiest de consument voor moderne, ruim opgezette en goed bereikbare supermarkten.
- Daarbij wordt de consumentenverzorging aan de oostzijde van Wageningen verbeterd door een meer evenwichtige ruimtelijke spreiding van het supermarktaanbod.

Herinvulling Spar-locatie

De herinvulling van de Spar-locatie maakt onderdeel uit van dit planinitiatief. Zoals reeds vermeld bestaat de mogelijkheid dat de locatie wordt heringevuld met andere detailhandel, niet zijnde een supermarkt.

- Een volledige herinvulling met dagelijks aanbod is onwaarschijnlijk, mogelijk wel een gedeeltelijke invulling (bijvoorbeeld een bakker).
- Een herinvulling met niet-dagelijkse (doelgerichte) detailhandel ligt meer voor de hand.
- Uit bijlage 4 blijkt dat er om de volgende redenen voldoende marktperspectief is voor doelgerichte detailhandel (zoals een keukenzaak) op deze locatie.
 - Er is in de huidige situatie relatief weinig doelgerichte detailhandel in Wageningen.
 - De doelgerichte sector profiteert sterk van de aantrekkende woningmarkt.
 - Er is dan ook voldoende marktruimte berekend voor herinvulling van de locatie met doelgerichte detailhandel.
 - De locatie zelf is geschikt voor doelgericht aanbod, gelet op de omvang, de bereikbaarheid en de parkeervoorzieningen.
 - Doelgericht winkelaanbod is in beginsel onderscheidend en complementair aan het gevestigd recreatief aanbod in het centrum van Wageningen en heeft voldoende ook perspectief.
- Het toekomstperspectief voor recreatief winkelaanbod op de Spar-locatie is om de volgende redenen zeer beperkt:
 - Landelijk staat deze sector in kleinere kernen zoals Wageningen onder toenemende druk door concurrentie met grotere winkelgebieden en internet.
 - Er is ook geen toekomstige marktruimte berekend voor deze sector in Wageningen.
 - De locatie zelf is weinig geschikt voor recreatief winkelaanbod, omdat er te weinig passanten zullen zijn, zeker ten opzichte van het centrum van Wageningen.

Effecten op het centrum

Tot slot zullen eventuele effecten van het beoogd planinitiatief (waarvan ook de herontwikkeling van Spar onderdeel uitmaakt) om een aantal redenen aanvaardbaar zijn voor de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging van het centrum:

- Door de berekende marktruimte in de dagelijkse en doelgerichte sector is de verwachting dat eventuele effecten aanvaardbaar zullen zijn voor de detailhandelsstructuur, leegstand en consumentenverzorging.
- Daarbij is aangetoond dat voor de Spar-locatie vooral een zaak in de doelgerichte sector marktperspectief heeft.
- Uitgelegd is dat dit aanbod complementair is aan het voornamelijk recreatieve aanbod in het centrum en zodoende geen aanzienlijke effecten teweegbrengt.
- Enkel een herinvulling met een zaak in de recreatieve sector zal daadwerkelijk concurrerend met het centrum zijn. Aangetoond is dat de marktmogelijkheden voor dergelijk aanbod zeer beperkt zijn op de locatie.
- Mocht, zich hier toch recreatief winkelaanbod vestigen dan zal het centrum nog voldoende autonome trekkracht behouden en zal een eventueel effect op de detailhandelsstructuur minimaal zijn. Ter verduidelijking, de Spar-locatie heeft een omvang van ca. 400 m² wvo. Dit is nog geen 2% van het detailhandelsaanbod in het centrum en dat is nog zonder aanvullende horeca en voorzieningen meegerekend, die ook al len trekkracht generen. Zodoende zal de trekkracht van een recreatieve zaak op de Spar-locatie beperkt zijn.
- Daarbij wordt opgemerkt dat Wageningen een historisch centrum heeft met een gevarieerd voorzieningenaanbod en voldoende autonome trekkracht. Aangezien het niet in de verwachting ligt dat er aanbieders verdwijnen als gevolg van het de realisatie van het beoogd planinitiatief zal het centrum niet dusdanig aan trekkracht inboeten dat er aanbieders verdwijnen en er sprake zal zijn van onaanvaardbare effecten.
- Tevens is er ook vanuit het gemeentelijk beleid aandacht om het centrum te versterken²¹ en de autonome trekkracht te behouden/versterken.

Resumerend heeft het beoogd planinitiatief een positieve invloed op de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging in Wageningen, en geen negatieve effecten op de leegstandsituatie.

²¹ Gemeente Wageningen, Aan de slag met de binnenstad, juli 2015

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: Toelichting Ladder 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:

1. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. 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.
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."

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 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: Marktbenadering wijkniveau

Tabel B 3.1: Toekomstig economisch functioneren dagelijkse sector Buitenwijk Noordoost

	2025
Aantal inwoners	4.875
Bestedingen per hoofd (in €)	2.473
Bestedingspotentieel (in mln. €)	12,1
Koopkrachtbinding	45%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	5,4
Koopkrachttoevoeiing (% totale omzet)	35%
Omzet door toevoeiing (in mln. €)	2,9
Totale omzet (in mln. €)	8,3
Haalbaar wvo	Ca. 1.100

Bovenstaande tabel geeft aan dat in de wijk ca. 1.100 m² wvo aan dagelijks aanbod haalbaar is. Er is op wijkniveau in beginsel voldoende draagvlak voor de beoogde supermarkt. Het merendeel van de omzet zal afkomstig zijn uit de eigen wijk en het direct omliggende gebied.

Bijlage 4: Marktbenadering niet-dagelijkse sector

Aanbodanalyse op hoofdlijnen

In navolgende tabel is het aanbod van de niet-dagelijkse sector op hoofdlijnen geanalyseerd en vergeleken met hetgeen verwacht wordt in kernen met een soortgelijk inwonertal als Wageningen. Het aanbod is uitgesplitst naar bezoekmotief te weten de recreatieve sector en de doelgerichte sector. Het aanbod blijft zowel in de recreatieve als de doelgerichte sector achter bij de referentie, hetgeen wordt verklaard door de nabijheid van grotere kernen met een ruimer winkelaanbod in de omgeving (Arnhem, Veenendaal). Met name het aanbod in de doelgericht bezochte branches: wonen, dhz, en bruin- en witgoed blijft sterk achter op de referentie.

Tabel B4.1: Aanbodvergelijking niet-dagelijkse sector²²

	Wageningen			Vergelijkbare kernen		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Warenhuis	1	1.225	1.225	1	2.032	1.473
Kleding en mode	31	5.075	164	48	9.081	188
Schoenen en lederwaren	7	1.605	229	10	2.265	229
Juwelier en optiek	9	683	76	10	745	72
Huishoudelijke en luxe artikelen	6	1.728	288	9	2.634	279
Antiek en kunst	0	0	0	2	293	170
Sport en spel	7	1.373	196	9	3.034	338
Hobby	2	155	78	5	549	101
Media	2	583	292	5	753	162
Recreatief	65	12.427	191	99	21.386	216
Fietsen- en autoaccessoires	9	1.470	163	8	1.581	193
Dier en plant	9	7.031	781	13	6.349	501
Bruin- en witgoed	8	923	115	11	1.716	162
Doe-het-zelf	5	3.897	779	7	8.311	1.136
Wonen	13	6.234	480	25	18.732	754
Detailhandel overig	20	1.843	92	15	3.107	205
Doelgericht	64	21.398	334	79	39.796	504
Niet-dagelijkse artikelen	129	33.825	262	179	61.183	342

²² Locatus Retailverkenner, Peildatum Locatus juni 2016

Relevante trends en ontwikkelingen

Recreatieve sector

- Het recreatieve detailhandelsaanbod staat in middelgrote kernen (zoals Wageningen) in het algemeen onder druk. Het aanbod is niet onderscheidend ten opzichte van:
 - De grotere regionale winkelgebieden, waardoor de consument in zijn zoektocht naar 'beleving' steeds vaker kiest voor deze grotere binnensteden.
 - De concurrentie met internet als verkoopkanaal.
- Dit leidt tot een afname van het recreatieve winkelaanbod. Zo is het recreatieve aanbod (in m² wvo) van Wageningen tussen 2014 en 2017 met ca. 9% gedaald.
- De verwachting is dat landelijk het recreatief winkelaanbod verder in omvang zal dalen. Getuige ook het recente faillissement van modeketen Charles Vögele.

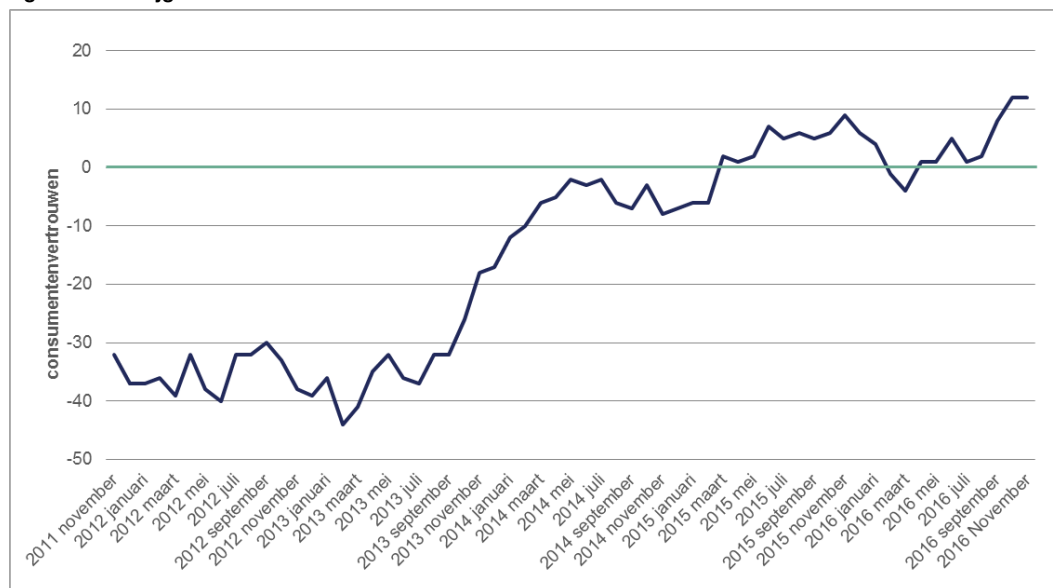
Doelgerichte sector

- De doelgerichte detailhandelsbranches leven na de magere crisisjaren in zijn algemeenheid weer op. Dit wordt met name verklaard door het groeiende consumentenvertrouwen, maar nog relevanter is de sterk aantrekkende woningmarkt (zie navolgende figuren).
- Als gevolg van de aantrekkende woningmarkt trekken de bestedingen aan in de doelgerichte sector. Zo neemt de besteding aan woninginrichting sinds 2014 weer toe. Sinds het 3^{de} kwartaal van 2014 is de procentuele groei steeds 2% tot zelfs 7% ten opzichte van datzelfde kwartaal een jaar eerder.
- De groei van het jaar 2015 ten opzichte van 2014 bedroeg 6,1%²³. Op basis van de voorlopige kwartaalcijfers van het jaar 2016 is het de verwachting dat deze groei doorzet.
- De internetbesteding neemt dan wel toe in de doelgerichte sector, maar het bedraagt nog altijd een zeer beperkt aandeel van de omzet (ca. 5%)²⁴.
- Daarbij zal de internetbesteding, meer dan in de recreatieve sector vooral via multi-channel verlopen. Dit is enerzijds te verklaren doordat de consument artikelen zoals een bank, wil zien en uitproberen, alvorens tot aankoop over te gaan. Anderzijds ook omdat pure-players fysieke winkels openen. Zoals Coolblue en Fietswinkel.nl
- Het resultaat is dat het interneteffect niet 'één op één' zal resulteren in een lagere omzet voor de fysieke winkels.

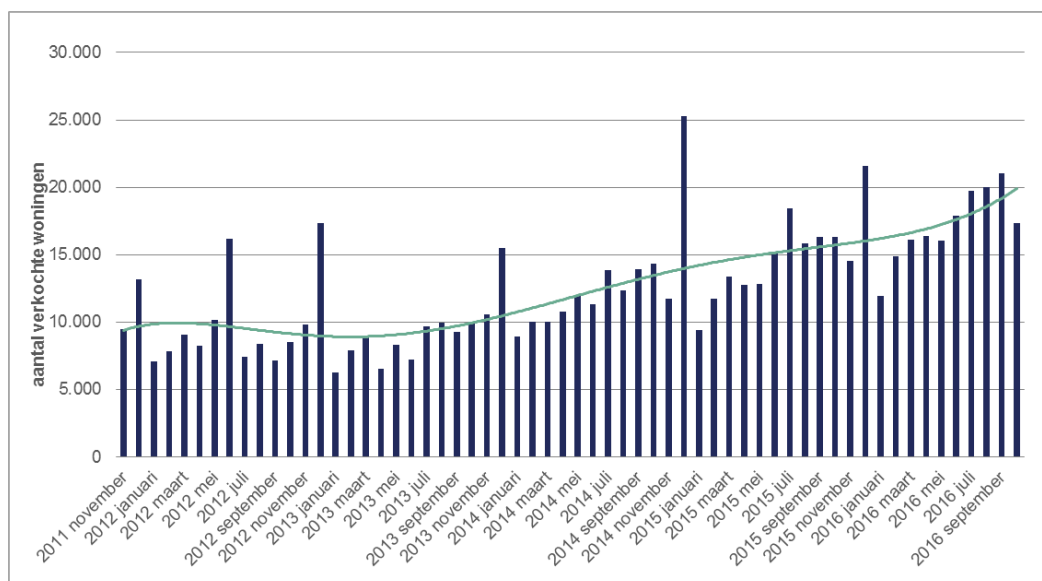
²³ CBS Statline, Besteding, consumptie huishoudens, woninginrichting, Waarde-mutaties per kwartaal en per jaar. Januari 2017

²⁴ Detailhandel.info en Pantia, Omzetkengetallen 2015, tabel 2, juni 2016

Figuur B4.1: Stijgend consumentenvertrouwen



Figuur B4.2: Aantal verkochte woningen



Uitgangspunten marktbenadering

- Er zijn vooralsnog geen relevante planinitiatieven bij ons bekend waar in de marktbenadering rekening gehouden mee dient te worden.
- In totaal is er 33.825 m² wvo aan niet-dagelijks aanbod. Hiervan bestaat 12.427 m² wvo uit recreatief aanbod en 21.386 m² wvo uit doelgericht aanbod.
- In de recreatieve sector wordt, (na een correctie van het inkomensniveau) ca. € 1.133,- per hoofd per jaar besteed in Wageningen²⁵.
- Voor de doelgerichte sector bedraagt dit € 1.228,-.
- Naar de toekomst toe (2027) wordt voor de recreatieve sector een aanvullende correctie van -5% op de bestedingen doorgevoerd om het toekomstige interneteffect door te rekenen.
- Voor de doelgerichte sector wordt om de volgende redenen geen aanvullende internetcorrectie doorgevoerd:
 - Het internetaandeel groeit dan wel, maar is nog altijd zeer bescheiden in de totale doelgerichte sector.
 - Daarbij wordt in de doelgerichte sector steeds meer multi-channel verkocht, waardoor het effect van internet niet 'één op één' leidt tot effect op de fysieke winkels.
 - Bovendien groeien de bestedingen zo snel dat de deze een eventueel effect van internet verdisconteren.
- De koopstromen zijn ingeschat op basis van de eerder opgestelde rapportage en ervaringen elders. De koopstromen voor de recreatieve sector zijn, in het licht van de geschetste trends en ontwikkelingen, iets naar beneden bijgesteld, ten opzichte van de marktbenadering in de eerdere rapportage uit 2014.
- De gegevens voor wat betreft inwonertallen zijn conform de marktbenadering voor de dagelijkse sector.

Benadering huidig functioneren

De navolgende tabel toont aan dat in de huidige situatie de beide deelsectoren met een gemiddeld hoge vloerproductiviteit functioneren. Dit wordt mede verklaard omdat er relatief weinig aanbod is (tabel B4.1).

²⁵ Detailhandel.info, Pantaia, Omzetkengetallen 2015, juni 2016

Tabel B4.2: Huidig economisch functioneren recreatieve en doelgerichte sector Wageningen

	recreatief	Doelgericht
Aantal inwoners Wageningen	37.800	37.800
Bestedingen per hoofd (in €)	1.133	1.228
Bestedingspotentieel (in mln. €)	42,8	46,4
Koopkrachtbinding	54%	54%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	23,1	25,1
Koopkrachttoevloeiing (% totale omzet)	30%	20%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	9,9	6,3
Totale omzet (in mln. €)	33,0	31,3
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	12.427	21.398
omzet per m² wvo (€)	2.675	1.475
vergelijkbaar gemiddelde (€)	2.635	1.447
Uitbreidingsruimte (m² wvo; afgerond)	110	250

Benadering toekomstig functioneren (2027)

De verwachting is dat de gemiddelde vloerproductiviteit in de toekomstige situatie zal dalen in de recreatieve sector. Indien het landelijk gemiddelde als norm wordt gehanteerd is er geen marktruimte aanwezig voor uitbreiding van het aanbod. Dit ligt in lijn met de geschetste trends en ontwikkelingen. De doelgerichte sector zal met een dusdanig gemiddeld hoge vloerproductiviteit blijven functioneren dat er ca. 700 m² wvo aan uitbreidingsruimte aanwezig is.

Tabel B4.3: Toekomstig economisch functioneren recreatieve en doelgerichte sector Wageningen

	recreatief	Doelgericht
Aantal inwoners Wageningen	38.600	38.600
Bestedingen per hoofd (in €)	1.076	1.228
Bestedingspotentieel (in mln. €)	41,5	47,4
Koopkrachtbinding	54%	54%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	22,4	25,6
Koopkrachttoevloeiing (% totale omzet)	30%	20%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	9,6	6,4
Totale omzet (in mln. €)	32,0	32,0
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	12.427	21.398
omzet per m² wvo (€)	2.600	1.500
vergelijkbaar gemiddelde (€)	2.635	1.447
Uitbreidingsruimte (m² wvo; afgerond)	0	700

Herinvulling Spar-Locatie

Bezien vanuit de voorgaande marktbenadering, de beschreven trends en ontwikkelingen en de locatie-kwaliteiten zal deze locatie vooral interessant zijn voor een zaak die doelgericht en laagfrequent met de auto bezocht wordt. Bijvoorbeeld een zaak in de woonbranche, of een zaak met een zeer specifiek (smal en diep) assortiment.

Dit aanbod is in beginsel onderscheidend en complementair aan het gevestigd aanbod in het centrum van Wageningen.

Voor regulier recreatief aanbod (zoals mode, sport en spel, hobby of media) is de locatie niet aantrekkelijk, omdat er te weinig passanten zullen zijn. Ook kunnen de passanten niet kijken en vergelijken, hetgeen een essentieel onderdeel is van recreatief winkelen. Daarbij is er geen uitbreidingsruimte aanwezig in de recreatieve sector en zijn, ook in het licht van de geschetste trends en ontwikkelingen, de marktkansen beperkt, zeker op een solitaire locatie.

Mocht er toch een winkel met een regulier recreatief aanbod vestigen (dat niet onderscheidend is ten opzichte van het aanbod in het centrum van Wageningen), dan zal het centrum nog voldoende autonome trekkracht behouden en zal een eventueel effect op de detailhandelsstructuur aanvaardbaar zijn. Ter verduidelijking, de Spar-locatie heeft een omvang van ca. 400 m² wvo. Dit is nog geen 2% van het detailhandelsaanbod in het centrum en dat is nog onder aanvullende horeca en voorzieningen meegerekend.

