

# LADDERONDERBOUWING NIET-WONEN FUNCTIES MERWEDEKANAALZONE

22 OKTOBER 2020





# **LADDERONDERBOUWING NIET-WONEN FUNCTIES MERWEDEKANAALZONE**

22 OKTOBER 2020

**Status:**  
Definitief

**Datum:**  
22 oktober 2020

**Een product van:**  
Bureau Stedelijke Planning bv  
Silodam 1E  
1013 AL Amsterdam  
020 - 625 [REDACTED]  
www.stedplan.nl  
amsterdam@stedplan.nl

Team Gebiedsontwikkeling en strategie

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

Voor meer informatie: [REDACTED]@stedplan.nl

**Review:**

[REDACTED]

**In opdracht van:**  
Gemeente Utrecht



**Gemeente Utrecht**

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

Projectnummer: 20200214  
Referentie: 20200214 Utrecht Merwedekanaalzone LDV

INLEIDING	8
BELANGRIJKSTE CONCLUSIES	10
<b>1 LOCATIE- EN PROJECTBESCHRIJVING.....</b>	<b>14</b>
1.1 SITUERING MERWEDEKANAALZONE	
1.2 VISIE VOOR DE MERWEDEKANAALZONE	
1.3 (WONINGBOUW)ONTWIKKELINGEN	
1.4 EFFECTEN CORONACRISIS OP BEHOEFTE NIET-WONEN FUNCTIES	
<b>2 LADDERONDERBOUWING WERKEN .....</b>	<b>21</b>
2.1 BELEIDSKADER	
2.2 ONTWIKKELING VAN DE VRAAG	
2.3 ONTWIKKELING VAN HET AANBOD	
2.4 BEHOEFTE AAN KANTOREN	
2.5 BEHOEFTE AAN BEDRIJVIGHEID	
2.6 RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN	
<b>3 LADDERONDERBOUWING DETAILHANDEL .....</b>	<b>31</b>
3.1 BELEIDSKADER EN TRENDS	
3.2 (ONTWIKKELING VAN DE) VRAAGZIJDE VAN DE MARKT	
3.3 (ONTWIKKELING VAN HET) AANBODZIJDE VAN DE MARKT	
3.4 BEHOEFTE(ONTWIKKELING)	
3.5 RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN	
<b>4 LADDERONDERBOUWING HORECA .....</b>	<b>50</b>
4.1 BELEIDSKADER EN TRENDS	
4.2 (ONTWIKKELING VAN DE) VRAAGZIJDE VAN DE MARKT	
4.3 (ONTWIKKELING VAN HET) AANBODZIJDE VAN DE MARKT	
4.4 BEHOEFTE(ONTWIKKELING)	
4.5 RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN	
<b>5 QUICKSCAN DIENSTVERLENING .....</b>	<b>73</b>
5.1 (ONTWIKKELING VAN DE) VRAAG- EN AANBODZIJDE VAN DE MARKT	
5.2 BEHOEFTEONTWIKKELING	
5.3 INSCHATTING RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN	

<b>6</b>	<b>QUICKSCAN VRIJE TIJD (EN SPORT)</b> .....	<b>78</b>
6.1	(ONTWIKKELING VAN) DE VRAAG- EN AANBODZIJD VAN DE MARKT	
6.2	BEHOEFTEONTWIKKELING	
6.3	INSCHATTING RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN	
	BIJLAGE 1 DEFINITIES	
	BIJLAGE 2 HORECATYPEN IN BESTEMMINGSPAN	
	BIJLAGE 3 PROFIELEN ONTWIKKELKADER HORECA 2018	



## INLEIDING

Utrecht staat voor een majeure woningbouwopgave om de grote bevolkingsgroei op te kunnen vangen. Een van de vier aangewezen ontwikkellocaties hiervoor is de Merwedekanaalzone. Het bedrijventerrein wordt in de toekomst een gemengd woon-werkgebied met ruimte voor commerciële functies. Een deel van de creatieve bedrijvigheid die momenteel al binnen het gebied aanwezig zijn, blijft een plek houden. De (toekomstige) werknemers en bewoners van het gebied hebben behoefte aan voorzieningen waaronder retailfuncties.

Ten behoeve van het nieuwe bestemmingsplan van de Merwedekanaalzone deelgebied 5 (hierna Merwedekanaalzone) is een onderbouwing van de niet-woonfuncties in de toekomstige wijk nodig. De gemeente Utrecht heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd een onderbouwing in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking voor deze functies op te stellen. Aangezien de locatie is gesitueerd binnen het bestaand stedelijk gebied is enkel een onderbouwing van de behoefte aan deze functies noodzakelijk.

### **De Ladder voor Duurzame Verstedelijking**

Het Rijk vereist een zorgvuldige afweging van het ruimtegebruik. Overheden dienen op grond van het Besluit ruimtelijke ordening nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard te motiveren aan de hand van de zogenoemde Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Hierbij moet worden opgemerkt dat per 1 juli 2017 de wet over de Ladder gewijzigd is. De kernbepaling van de nieuwe Ladder, artikel 3.1.6 lid 2 Bro, luidt als volgt:

*‘De toelichting van een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan de voorgenomen stedelijke ontwikkeling.’*

Om een zo solide mogelijke onderbouwing te verzorgen voor voorliggende casus, pakken we dit als volgt aan:

- Zowel onderbouwing van de behoefte aan het totaalconcept als de afzonderlijke commerciële voorzieningen.
- Zowel een kwantitatieve als kwalitatieve onderbouwing van de behoefte.

Bij een Ladderonderbouwing vindt een analyse plaats van de vraag en het aanbod in een onderzoeksgebied en beoordeelt zo of er sprake is van een behoefte, maar oordeelt ook over effecten buiten het plangebied.



Op basis van het concept bestemmingsplan en nadere input van de gemeente Utrecht hebben we de volgende uitgangspunten voor het aantal te onderbouwen meters per functie opgenomen:

SECTOR	FUNCTIE	M <sup>2</sup> BVO (MIN - MAX)	OPMERKING
Werken	Bedrijven (categorie A/B1) en creatieve bedrijven	26.000 - 40.000	Momenteel al mogelijk in het vigerend bestemmingsplan en deels al bestaande voorraad. Hiermee voldoet een beperkte kwalitatieve onderbouwing. Hiervoor wel focus op kleinere bedrijfsunits (20 – 200 m <sup>2</sup> en 200 – 500 m <sup>2</sup> ).
	Kantoren	9.000 - 13.000	Een mix van kleine (20-200 m <sup>2</sup> ) en grote (500-1.500 m <sup>2</sup> ) kantoorunits, deels bestaande voorraad
Detailhandel	Supermarkten	2.200 – 2.500	Minimaal twee supermarkten van elk maximaal 1.250 m <sup>2</sup> bvo
	Detailhandel overig dagelijks	750 – 1.000	
	Detailhandel niet-dagelijks	1.075 – 1.800	Waaronder een bouwmarkt van 500 – 600 m <sup>2</sup> bvo (momenteel al in gebied gevestigd)
Horeca	Horeca in de categorie B, D1, D2 en D3 2	1.500 – 3.000	Metrage is inclusief bestaand programma
	Foodhal (horeca)	0 – 1.750	Horeca concept
	Foodhal (Verkoop maakindustrie en tweedehands)	0 – 1.000	Verkoop van maakindustrie (food en non-food)/ circulair warehouse (tweedehands) – geen reguliere detailhandel
Vrije tijd	Vrije tijdsvoorzieningen	2.000 - 7.000	Bestaande voorraad aan meters vrije tijd, o.a. Boulderhal (in toekomst 2.500 m <sup>2</sup> ), skatehal en circus Diedom
	Sport(school)	0 – 1.270	Commerciële sportvoorzieningen betreft andere voorzieningen buiten een sporthal (deels door gemeente uitgebaat).
	Zwembad	0 – 1.100	Commerciële zwembad
Diensten	Dienstverlening	800–2.400	

TABEL 1 COMMERCIELE NIET-WONEN FUNCTIES MERWEDEKANAALZONE DEELGEBIED 5

Bron: Concept bestemmingsplan Merwedekanaalzone deelgebied 5, Europalaan - Omgevingsvisie Merwedekanaalzone, Deel 2: Uitwerking van de Ruimtelijke Agenda (17 december 2019) – aangepast o.b.v. input gemeente en gesprek 23 juli 2020

Voor de sectoren Werken, Detailhandel en Horeca zijn volledige ladderonderbouwingen uitgewerkt. Voor de sectoren Vrije Tijd (waaronder sport) en Diensten zijn quickscans uitgevoerd. Een quickscan is beknopte analyse naar de (toekomstige) behoefte. Daarbij is een inschatting opgenomen voor de effecten.

## BELANGRIJKSTE CONCLUSIES

Dit onderzoek geeft de onderbouwing in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking voor het bestemmingsplan Merwedekanaalzone deelgebied 5. De behoefte aan het programma is voor de planperiode 2020 - 2030 in beeld gebracht voor de functies kantoren, detailhandel en horeca door middel van een complete Ladderonderbouwing. De behoefte aan bedrijfsruimten is alleen kwalitatief onderbouwd en de behoefte aan vrije tijd (en sport) is in beeld gebracht door middel van een quickscan.

### STEDELIJK LEVEN IN MERWEDE >>

Door de druk op de kantoren en bedrijvenmarkt van Utrecht kan er in de Merwedekanaalzone een aantrekkelijk woon-werkgebied gemaakt worden. Door de sterke toename van het aantal inwoners in deelgebied 5 zelf, maar ook rondom in bijvoorbeeld deelgebied 4 van de Merwedekanaalzone, stijgt daarmee de vraag naar voorzieningen. Om tot een aantrekkelijk stedelijk milieu te komen, waar bewoners op korte afstand van hun woning boodschappen kunnen doen, is een basis voorzieningenniveau essentieel. Dit is ook erg belangrijk om te zorgen dat bewoners niet naar andere centra hoeven te rijden om hun dagelijkse boodschappen te doen en door realisatie van voorzieningen op korte afstand de mobiliteitsopgave te laten slagen. Een mix van publieks- en maatschappelijke functies draagt daarbij bij aan levendigheid, reuring en een aantrekkelijk woon- en werkmilieu.

### KANSEN VOOR BLURRINGCONCEPTEN >>

Tegenwoordig vervagen de grenzen steeds meer tussen verschillende voorzieningen. Dit wordt ook wel aangeduid met de term blurring. Blurring is het Engelse woord voor vervagen en het fenomeen heeft dan ook alles te maken met branchevervaging. Dit kunnen bijvoorbeeld ook winkels zijn die aanbod uit alle branches verkopen, maar ook winkels met horeca of een kapper met een expositieruimte, een kantoor met een openbare horecagelegenheid, etc.. Merwedekanaalzone deelgebied 5 is typisch een gebied waar blurring van diverse functies goed passend kan zijn. Ook om in te spelen op de wensen uit te markt. Belangrijk is dat de toegevoegde functie in meters en activiteit altijd ondergeschikt is aan de hoofdfunctie (bijvoorbeeld maximaal 10% van het totale vloeroppervlakte van de gebruiker en maximaal 100 m<sup>2</sup> bvo binnen dit vloeroppervlakte).

Ook een concept zoals voorzien in het huidige fietsdepot past hier goed in. De begane grond wordt gereserveerd voor een foodhal volgens een horeca concept,

aangevuld met de verkoop van artikelen uit de maakindustrie (waaronder in de Merwedekanaalzone zelf gemaakt) en tweedehands artikelen. Een dergelijk (blurring)concept past uitstekend in het huidige tijdsgewricht en bij het gebied, en door de uniciteit zonder dat het ten koste gaat van aanbod elders.

## OVERZICHT EN CONCLUSIES BEHOEFTE PER FUNCTIE &gt;&gt;

SECTOR	FUNCTIE + PROGRAMMA	BEHOEFTE		CONCLUSIE EN ADVIES
		FASE 1 (TOT 2030)	FASE 2 (NA 2030)	
<b>Werken</b>	Bedrijven (categorie A/B1) en creatieve bedrijven <i>26.000 - 40.000 (inclusief bestaand)</i>	<i>Geen fases (behoefte tot 2030):</i> De Merwedekanaalzone sluit aan op de vestigingscriteria van bedrijven en het ondersteunt de (economische) ontwikkeling van het gebied in sterke mate. Daarnaast is de creatieve sector een belangrijke groeisector in Utrecht. De ontwikkeling van bedrijfsruimten en kantoren die goed mengbaar zijn met wonen draagt bij aan de ambitie om een aantrekkelijk en gemengd stedelijk milieu te creëren in de Merwedekanaalzone.		Bedrijvigheid in categorie 1 tot en met 3 is al mogelijk binnen het vigerende bestemmingsplan. Hiermee is er geen sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling en is een onderbouwing in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking niet vereist.
	Kantoren <i>9.000 – 13.000 (inclusief bestaand)</i>	<i>Geen fases (behoefte tot 2030):</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>In de gemeente Utrecht is sprake van een behoefte aan kantoren van ca. 100.000 tot 177.000 m<sup>2</sup> kantoren tot 2030. In het coronascenario bestaat een overaanbod van 60.000 tot 110.000 m<sup>2</sup> kantoren tot 2030.</li> <li>De behoefte aan kantoren in gemengde milieus bedraagt ca. 130.000 tot 145.000 m<sup>2</sup> tot 2030. In het coronascenario bedraagt deze kwalitatieve behoefte ca. 90.000 tot 100.000 m<sup>2</sup> tot 2030.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Kwantitatief gezien past het programma in het reguliere scenario binnen de geconstateerde behoefte. In het coronascenario is er echter sprake van een overaanbod aan kantoren.</li> <li>In kwalitatief opzicht is er in beide scenario's sprake van een substantiële behoefte aan kantoren in gemengde stedelijke gebieden.</li> <li>Daarmee past de ontwikkeling conform de Ladder voor Duurzame Verstedelijking binnen de geconstateerde behoefte tot 2030.</li> </ul>
<b>Detailhandel</b>	Supermarkt <i>2.200 – 2.500</i>	2.270	3.046	Volgens de distributieve toets is na afronding van fase 1 behoefte aan 2.270 m <sup>2</sup> bvo supermarkten. Daarmee wordt de maximale

				2.500 m <sup>2</sup> bvo bijna gehaald. Na afronding van fase 2 is er duidelijk meer behoefte dan de 2.500 m <sup>2</sup> bvo. Daarbij geldt dat de 2.500 m <sup>2</sup> bvo om kwalitatieve redenen mogelijk gemaakt kan worden. Zo is er gedragsverandering mogelijk en zijn er daarom twee supermarkten op korte afstand nodig. Met de maximale 1.250 m <sup>2</sup> bvo zijn het moderne wijksupermarkten, maar die geen aantrekkingskracht van buiten hebben.
	Overig dagelijks <i>750 – 1.000</i>	738	990	Er is voldoende behoefte om 750 tot 1.000 m <sup>2</sup> bvo aan overig dagelijkse detailhandel mogelijk te maken. Enkel is er in fase 1 nog niet voldoende behoefte aan het maximale metrage. Echter met het oog op de ontwikkeling van fase 2 en het beperkte metrage is het wenselijk om dit aanbod direct mogelijk te maken.
	Niet-dagelijks <i>1.075 – 1.800</i> <i>(inclusief 500 – 600 m<sup>2</sup> al bestaande bouwmarkt)</i>	1.355 + 600 bouwmarkt = 1.955	1.968 + 600 bouwmarkt = 2.568	Voor de niet-dagelijkse sector geldt dat op basis van de dichtheden ook na fase 1 het minimaal gewenste aantal m <sup>2</sup> bvo al te verantwoorden is. Na afronding van fase 2 is ook het maximum van 1.800 m <sup>2</sup> bvo gehaald. Voor de distributieve behoefte geldt hetzelfde. Na afronding van fase 1 is er naast de reeds gevestigde 440 m <sup>2</sup> bvo behoefte aan nog eens 1.355 m <sup>2</sup> bvo. Na realisatie van de woningen in fase 2 is er behoefte aan ruim 1.900 m <sup>2</sup> bvo. Doordat in de 1.800 m <sup>2</sup> ook de 500-600 m <sup>2</sup> bvo bouwmarkt is ingegrepen en dat deze er nu al zit, gaat het netto om een beperktere toevoeging
<b>Horeca</b>	Horeca <i>1.500 – 3.000</i> <i>(inclusief bestaand 540 m<sup>2</sup> bvo)</i>	2.349 extra behoefte + 540 bestaand = 2.889	3.322 extra behoefte + 540 bestaand = 3.862	Na afronding van fase 1 is er al behoefte de 3.000 m <sup>2</sup> bvo horeca. Hiervan is 2.349 m <sup>2</sup> bvo extra behoefte door de toevoeging van de woningbouw. Doordat er al 540 m <sup>2</sup> bvo in het bestemmingsplangebied gevestigd is, kan de 3.000 m <sup>2</sup> bvo in het bestemmingsplan opgenomen worden. Met de ontwikkeling van fase 2 wordt er nog eens een extra behoefte van 3.322 m <sup>2</sup> bvo wordt bereikt.
	Foodhal (horeca concept) <i>0 – 1.750</i>	1.750	1.750	Er is momenteel geen foodhal in de stad Utrecht aanwezig. Doordat een dergelijk concept een functie heeft voor de hele stad en er in vergelijkbare steden veelal wel en dergelijk concept gevestigd is, past dit momenteel al bij de behoefte voor Utrecht, zelfs als het twee foodhallen komen. De woningbouw geeft dit concept een extra impuls.
	Foodhal (Verkoop van maakindustrie food en non-food/ circulair warenhuis (tweedehands)) <i>0 – 1.000</i>	1.000	1.000	De combinatie van de foodhal met de verkoop van ter plekke vervaardigde (food en non-food) producten en tweedehands artikelen past uitermate goed bij de Merwedekanaalzone en het fietsdepot (als markant en groot opgezet gebouw met hal aan het water – en hergebruik van een bestaand pand). Doordat het inwoneraantal (in Utrecht) groeit, en mensen steeds meer tweedehands artikelen kopen is de uitbreiding van het tweedehands winkel aanbod uitermate gewenst. Ook de verkoop van ambachtelijke artikelen biedt een meerwaarde aan Merwede en de stad. Momenteel is er nog geen dergelijke zaak in de stad. Daarbij is het voor de werknemers aantrekkelijk dat zij hun

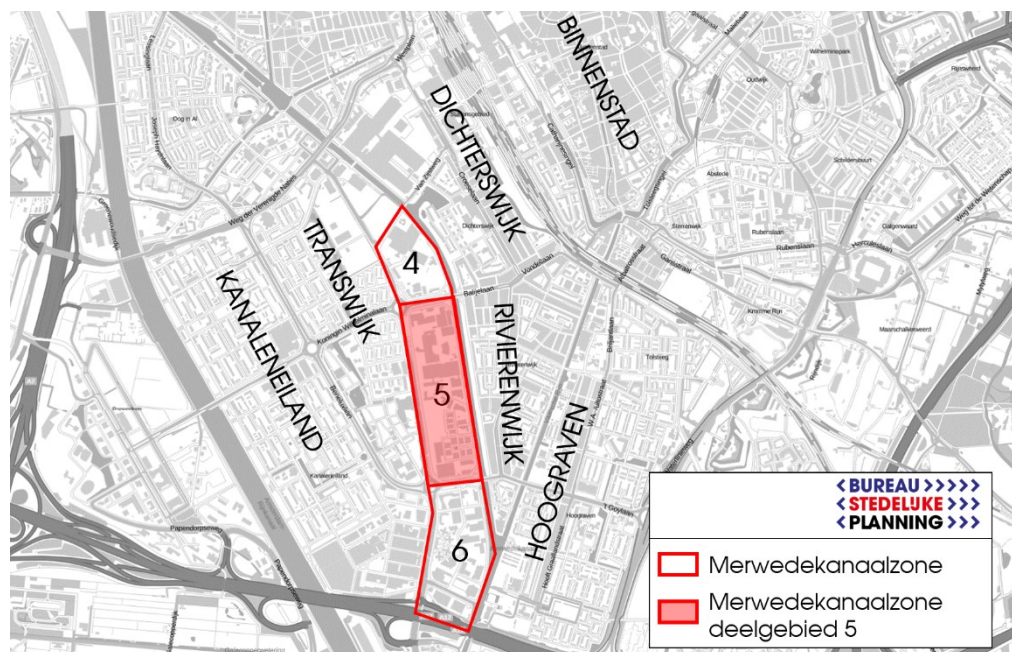
				artikelen in het gebied zelf kunnen verkopen en biedt dit voor de klant een extra beleving.
<b>Vrije Tijd en Sport</b>	Leisure <i>2.000 – 7.000</i>	<i>Behoeft tot 2030:</i> 6.938	n.v.t.	Tot 2030 neemt de behoefte in de stadsdelen Zuid en Zuidwest toe tot in totaal 10.000 m <sup>2</sup> vvo. Na aftrek van het huidige aanbod (exclusief aanbod in Merwedekanaalzone) blijft er een extra behoefte over van 6.938 m <sup>2</sup> vvo. Hierbinnen past de gewenste maximale maat in het bestemmingsplan van 7.000 m <sup>2</sup> vvo nagenoeg. Doordat de Merwedekanaalzone een van de weinige grote ontwikkelgebieden in de wijken Zuidwest en Zuid is, en ook nog centraal is gelegen binnen dit gebied, is het logisch dat een groot deel van de toekomstige behoefte hier een plek krijgt. Bij een mogelijke verlenging van de vergunning voor Sportcomplex KW4 (ca. 4.640 m <sup>2</sup> vvo), en het behoud enkele andere kleine leisurevoorzieningen als museum Mobach Keramiek worden deze meters grotendeels gevuld en in de (toekomstige) behoefte voorzien.
	Sport (fitness) <i>0 – 1.270</i> <i>(inclusief bestaand in bestemmingsplan-gebied)</i>	678 – 1.060	1.063 – 1.447	De opgenomen metrages voor commerciële sportvoorzieningen in de vorm van fitness (0 - 1.270 m <sup>2</sup> vvo) passen in de maximale berekende behoefte bij realisatie van fase 2 in deelgebied 5 (max. 1.450 m <sup>2</sup> vvo). De behoefte bij alleen de realisatie van fase 1 (max. 1.060 m <sup>2</sup> vvo) valt wat lager uit dan de totale gewenste meters in het bestemmingsplan. Er zijn echter wel kwalitatieve argumenten die een ruimere ontwikkeling motiveren.
	Zwembad <i>0 – 1.100</i>	1.100	1.100	Doordat de gewenste maat slechts maximaal 1.100 m <sup>2</sup> vvo betreft, kan hier geen regulier zwembad komen, maar biedt het meer de mogelijkheid voor een bijzonder initiatief (bijvoorbeeld bij hotel, of enkel trainingsbad) of een zwembad bij bijvoorbeeld een hotel in het gebied. Doordat deze in alle gevallen een specifieke doelgroep en nieuwe vraag aan zal boren, zal er naar verwachting voldoende kwantitatieve behoefte aan zijn.
<b>Diensten</b>	Dienstverlening <i>800 – 2.400</i>	940 – 1.800	1.250 – 2.425	Er is voldoende behoefte om 800 tot 2.400 m <sup>2</sup> vvo aan overig dagelijkse detailhandel mogelijk te maken. Enkel is er in fase 1 nog niet voldoende behoefte aan het maximale metrage. Echter met het oog op de ontwikkeling van fase 2 en het feit dat de wijk autovrij zal worden is het wenselijk om dit diensten aanbod direct mogelijk te maken. De meest passende diensten zijn: fietsenmaker, kappers, schoonheidsspecialisten en kledingreparatie. Met dit metrage kunnen er ook diensten worden toegevoegd aan de wooncomplexen in de Merwedekanaalzone, zodat de inwoners van kleine woningen hier bijvoorbeeld hun was kunnen doen. Daarbij kunnen diensten ook goed in combinatie met de andere functies een plek krijgen (blurring).

## 1 LOCATIE- EN PROJECTBESCHRIJVING

### 1.1 SITUERING MERWEDEKANAALZONE

Utrecht is relatief een van de sterkst groeiende steden van Nederland. Om in die groei te voorzien zijn er verschillende (grootschalige) woningbouwlocaties in de stad aangewezen. De Merwedekanaalzone is er daar een van.

Deze ladderonderbouwingen worden opgesteld voor het deelgebied 5 van de Merwedekanaalzone. De Merwedekanaalzone is een langgerekt gebied gelegen langs het Merwedekanaal. Ten westen van de Merwedekanaalzone liggen de wijken Transwijk en Kanaleneiland en ten oosten de Rivierenwijk. Verder wordt deelgebied 5 afgebakend door de Beneluxlaan in het zuiden en de Koningin Wilhelminalaan in het noorden.



FIGUUR 1 DE 3 DEELGEBIEDEN VAN DE MERWEDEKANAALZONE EN LIGGING BINNEN UTRECHT  
Bron: BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

### 1.2 VISIE VOOR DE MERWEDEKANAALZONE

De Merwedekanaalzone moet een wijk worden waar men gezond en stedelijk kan leven<sup>1</sup>. Niet alleen lichamelijke gezondheid, maar ook de kwaliteit van leven en de mate waarin iemand ‘meedoet’ in de samenleving is belangrijk. In de

<sup>1</sup> Omgevingsvisie Merwedekanaalzone – Deel 2: Uitwerking van de Ruimtelijke Agenda – concept 17 december 2019

Merwedekanaalzone wordt door ontwikkelaars en gemeente gebouwd aan een groene autovrije wijk (enkel op de verkeersassen rondom de wijk toegestaan), goed verbonden met de stad door een fijnmazig netwerk van loop- en fietsroutes en goed openbaar vervoer. Een gebied met een interessante mix van wonen, bedrijvigheid, horeca, voorzieningen in een groene omgeving. Een gebied dat volop kansen biedt tot ontmoeten, en uitnodigt tot spelen, sporten en ontspannen.



FIGUUR 2 SFEER EN RUIMTELIJKE UITWERKING MERWEDEKANAALZONE

Bron: Omgevingsvisie Merwedekanaalzone – Deel 2: Uitwerking van de Ruimtelijke Agenda – concept 17 december 2019 - Voorlopig Ontwerp Stedenbouwkundig Plan MERWEDE, 9 januari 2020

Het kerndoel is om een levendige en gemengde wijk te realiseren. Dit moet worden bereikt door in de directe woonomgeving al een mix van voorzieningen op te zetten. Dit geldt voor maatschappelijke voorzieningen als scholen en zorginstellingen, maar ook commerciële voorzieningen. Detailhandel, horeca en andere commerciële voorzieningen als leisure dragen bij aan het levendige karakter van een hoogstedelijke stadswijk. Daarbij is de wens om de bestaande creatieve bedrijvigheid terug te laten keren in de wijk.

### 1.3 (WONINGBOUW)ONTWIKKELINGEN

In totaal zijn er in de Merwedekanaalzone deelgebied 5 ca. 6.000 woningen beoogd. In bestemmingsplan fase 1 worden 4.250 van deze 6.000 woningen mogelijk gemaakt (ca. 71% van het totaal). In 2024 is de planning om de woningbouw te starten. Tot en met 2029 worden er dan jaarlijks ca. 700 woningen gebouwd.

SEGMENT	TYPE	AANTAL WONINGEN	GEM. OPP. PER WONING	INSCHATTING GEM. HH. GROOTTE	INSCHATTING TOEK. BEWONERS
Sociale woningbouw	Studentenwoningen	213	20	1	213
	Bijzondere doelgroepen	213	40	1,3	277
	Regulier sociaal	850	60	1,5	1.275
Midden	Midden huur	638	60	1,5	957
	Midden koop	425	55	1,8	765
Vrije sector		1.913	75	1,8	3.443
<b>Totaal</b>		<b>4.250</b>			<b>6.930</b>

TABEL 2 WONINGBOUWONTWIKKELING EN INSCHATTING TOEKOMSTIGE BEWONERS  
Bron: Gemeente Utrecht; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Naar verwachting komen er in de eerste fase ca. 6.930 mensen in de Merwedekanaalzone te wonen. Daarbij zijn aan de zuidkant van het plangebied al woontorens gerealiseerd. In de panden Max, Pax en Lux zijn momenteel 1.489 inwoners woonachtig<sup>2</sup>. In totaal komt het inwonertal bij volledige realisering van de 4.250 woningen in fase 1 van deelgebied 5 op ca. 8.400.

Bij de realisering van de 1.750 woningen in fase 2 vanaf 2029 zou dit inwoneraantal in de Merwedekanaalzone toe kunnen nemen tot ca. 11.270 inwoners (uitgaande van eenzelfde verdeling type en omvang woningen en daardoor gemiddelde huishoudensgrootte als in fase 1)<sup>3</sup>. We geven deze doorkijk in fase 2 bij de behoefteberekeningen, omdat een deel van deze realisatie binnen de komende tien jaar gerealiseerd zal worden.

Indien er andere doelgroepen en/of wijken relevant zijn voor het draagvlak van de desbetreffende functie, halen we deze aan in het hoofdstuk van deze sector.

## 1.4 EFFECTEN CORONACRISIS OP BEHOEFTE NIET-WONEN FUNCTIES

Afgelopen half jaar heeft de Coronacrisis gezorgd voor veel onzekerheid in de wereld. Nederland zat in een intelligente lock-down en commerciële voorzieningen bleven gedurende lange tijd dicht. Inmiddels zijn de meeste commerciële voorzieningen weer geopend met aangepaste maatregelen, waardoor veel voorzieningen nog niet op 'volle kracht' functioneren of hun terugval sinds begin 2020 dit jaar niet meer kunnen goed maken.

<sup>2</sup> Utrecht in cijfers, inwoners Europalaan Noord 2020

<sup>3</sup> Berekening: (1.750 nieuwe woningen \* gemiddelde woningbezetting 1,63) + 8.419 = 11.273



De onzekerheden voor voorzieningen zijn groot. Het is onbekend hoe lang de crisis en de daarbij komende maatregelen nog doorgaan. Daarbij is het onzeker welke blijvende effecten dit voor de verschillende sectoren kan hebben. Onderstaand is per functie kort ingegaan op de situatie en mogelijke (blijvende) effecten.

#### KANTOREN EN BEDRIJVEN >>

Door de coronacrisis was sprake van een forse krimp van de economie in de eerste helft van dit jaar. Wij hanteren twee coronascenario's die uitgaan van een lagere groei van de economie in de komende periode. Het verschil tussen de scenario's zit met name in de mate waarin de economische problematiek zich doorzet van de ene bedrijfssector naar de andere (het domino-effect) en daarmee in de diepte en lengte van de recessie:

- **Kortdurende recessie:** het eerste scenario betreft een scherpe en kortdurende economische crisis. Dat wil zeggen een recessie in 2020 en herstel van de werkgelegenheidsgroei vanaf 2021. De meest recente economische prognoses van het CPB (augustus 2020) gaan uit van een krimp met 5% in 2020 en een groei van 3% in 2021.
- **Langdurige recessie:** het tweede scenario gaat eveneens uit van een scherpe daling van de economische groei, maar met grotere en langdurige consequenties. In dit scenario zal pas weer rond 2024 sprake zijn van herstel van de werkgelegenheidsgroei. Sterk bepalend voor het herstel is hoe de coronapandemie zich ontwikkelt. Als er een tweede golf komt en opnieuw grootschalige contactbeperkingen van kracht worden, krimpt de economie volgens de CPB-ramingen in 2021 ook nog.

Naar verwachting zijn de gevolgen voor de **kantorenmarkt** groter dan voor de bedrijfsruimtemarkt. Tijdens de coronacrisis is het kantoorgebruik sterk afgenomen. Naar verwachting blijft thuiswerken onder een deel van de werknemers de nieuwe standaard. Anderzijds is er op kantoren meer ruimte nodig om afstand te houden en daarnaast kan de vraag naar kantoorruimte dichtbij huis toenemen. Bovendien komt naar verwachting de ontmoetingsfunctie en leerfunctie meer centraal te staan. Dit kan ook positieve gevolgen hebben voor de kantorenmarkt in Utrecht gezien de centrale ligging.

Voor **bedrijven** verschilt de impact sterk per sector. De export van goederen is fors gedaald en dit raakt veel bedrijfssectoren. Bezorging en webshops zagen echter een groei, door de sterke toename van e-commerce. Door de coronacrisis zal daarnaast mogelijk een ontwikkeling van deglobalisering ontstaan met het doel om meer zelfvoorzienend en minder afhankelijk van andere landen te zijn.

#### DETAILHANDEL >>

Er wordt veel gevraagd van de ondernemerskracht, creativiteit en financiële buffers van ondernemers in de detailhandel. Ondanks de steunmaatregelen van

het kabinet zal het aantal faillissementen toenemen. Dit is iets dat al gaande was, maar wordt momenteel versneld. Daarbinnen is er wel sprake van een gedifferentieerd beeld:

- Een aantal branches weet de schade beperkt te houden: supermarkten en de overige foodsector als versspecialzaken, tuincentra, bouwmarkten (de laatste twee naar verwachting tijdelijk);
- Een aantal branches staat nagenoeg stil: kleding en schoenen.

Daarbij is het opvallend dat voornamelijk de grote en voorheen zo aantrekkelijke binnensteden hard worden geraakt. Door de afstandsmaatregelen blijven bezoekers weg en zijn mensen geneigd dicht bij hun huis te winkelen. De concurrentieslag met het online-aanbod krijgt daarbij een extra impuls nu de consument nog meer went aan deze manier van boodschappen doen en winkelen. Ook vinden klanten ruim opgezette supermarkten en andere winkels prettiger. De ruimte tussen de paden geeft hun de mogelijkheid de afstand te bewaren. De verwachting is dat mensen gewend raken aan de ruime opzet van deze winkels en hier wellicht deels aan vast zullen houden.

## HORECA >>

Horeca is een van de hardst getroffen sectoren van de coronacrisis. Als een van de weinige sectoren zijn zij namelijk verplicht enkele maanden gesloten geweest. Verschillende horecazaken zijn in die tijd wel bezig geweest met andere verdienmethoden als het thuisbezorgen van maaltijden. Ook nu zij weer open mogen hebben zij nog te maken met belemmeringen, doordat binnen en op het terras de anderhalve meter afstand moet worden nageleefd. Veelal worden bestaande terrassen (tijdelijk) uitgebreid op normaal open delen van pleinen.



FIGUUR 3 TERRASSEN MET ANDERHALVE METER AFSTAND, GROTERE AFSTAND OP DE NEUDE UTRECHT EN UITBREIDING OP PLEIN VAN SINT JAN IN DEN BOSCH

Bron: DUIC en Brabants dagblad

Voor de lange termijn blijft het voor de horeca onzeker. De sector zal deels afhankelijk zijn van een vaccin voordat zij weer volledig kunnen gaan draaien. Voor zaken die normaliter enkel of vooral in de avond en nacht (uitgaanspubliek)

hun omzet moeten behalen, kan het doordat zij nog steeds niet open kunnen een versnelde sterke uitval betekenen.

## DIENSTEN >>

In vergelijking met de detailhandel is de dienstensector harder geraakt door de crisis, waarbij wel sprake is van een gedifferentieerd beeld:

- Persoonlijke dienstverlening (zoals kappers en schoonheidssalons) worden het hardst geraakt. Deze voorzieningen zijn lange tijd gesloten geweest en ook nu zij weer open zijn kunnen minder klanten worden geholpen door de handhaving van de anderhalve meter.
- Zakelijke diensten (waaronder uitzendbureaus, reisbureaus) hebben met een flinke productiedaling te maken gehad, door reisverbod en onzekerheid op de banenmarkt.
- De financiële diensten ondervinden ook negatieve effecten, maar naar verhouding beperkt.

Voor de lange termijn wordt in bijna alle branches herstel verwacht, toch zal de sector welveranderingen zien. Net als bij de detailhandel wensen klanten liever dichtbij huis gebruik te maken van diensten en mijden zij eerder de binnensteden. Daarnaast kan de huidige crisis zorgen voor digitalisering in de sector, bijvoorbeeld voor uitzendbureaus en makelaars. De vraag naar ambacht met diensten als kappers en schoonheidssalons zal naar verwachting weer terug keren op het oude niveau.

## VRIJE TIJD >>

De Vrije Tijds sector is ook onevenredig hard geraakt door de coronacrisis. Net als de horeca zijn zij namelijk verplicht enkele maanden gesloten geweest. Sommige sportscholen gebruikten andere verdienmethoden door bijvoorbeeld online lessen aan te bieden, maar dit was niet voor elke vrijetijdsvoorziening mogelijk. Ook nu de vestigingen weer open mogen hebben zij nog te maken met belemmeringen, ze zijn allemaal gebonden aan die anderhalve meter en daarmee aan een maximum aantal bezoekers. Voor sportscholen kunnen zij door de eisen voor schoonmaak na lessen ook minder lessen (achter elkaar) aan bieden. Maar ook bijvoorbeeld voor musea en andere vrijetijdsactiviteiten geldt veelal een beperkter maximaal aantal bezoekers dat toegelaten mag worden.

Voor de lange termijn blijft het voor de vrije tijdsvoorzieningen onzeker. De sector zal deels afhankelijk zijn van een vaccin voordat zij weer volledig kunnen gaan draaien. Toch liggen er ook kansen.<sup>4</sup> Enerzijds omdat het proces van digitalisering in de sportsector, dat toch al was ingezet, in een stroomversnelling terechtkomt en sporters meer vrijheid biedt in wanneer zij een les volgen. Anderzijds omdat

---

<sup>4</sup> De Ondernemer, 12 augustus 2020: <https://www.deondernemer.nl/branded-content/ondernemen-corona-klanten-vrijetijdssector-uitgeven-ebook--2401706>

ondernemers gedwongen worden zich niet langer blind te staren op bezoekersaantallen. En dat zal ten goede komen aan de consumentenbeleving, het uitgavenpatroon en op de lange termijn zelfs de duurzaamheid.

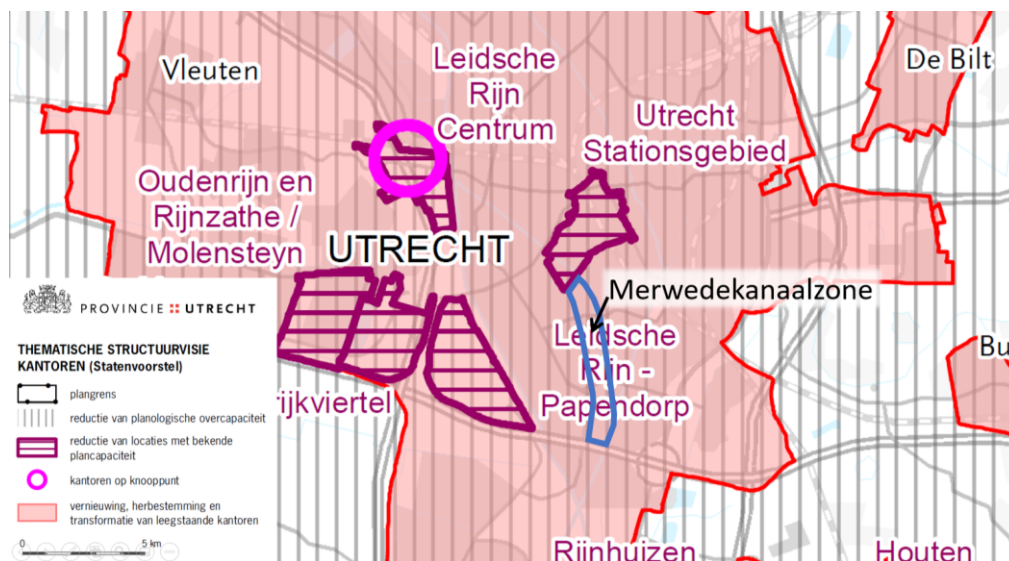
## 2 LADDERONDERBOUWING WERKEN

Het metrage bedrijfsruimten dat voorzien is in de Merwedekanaalzone is reeds mogelijk in het vigerende bestemmingsplan. Hierin is de vestiging van bedrijven van categorie 1 tot en met 3 mogelijk, waaronder ook creatieve bedrijvigheid valt. Hiermee is geen onderbouwing in het kader van de Ladder nodig. Wel is de ontwikkeling van ruimte voor bedrijvigheid in dit hoofdstuk kwalitatief onderbouwd. Daarnaast wordt ca. 9.000 tot 13.000 m<sup>2</sup> kantoren mogelijk gemaakt in het nieuwe bestemmingsplan. Dit metrage is momenteel al aanwezig binnen het plangebied. Er is dus geen sprake van uitbreiding van het huidige metrage. Aangezien deze kantormeters nog niet mogelijk zijn in het vigerende bestemmingsplan is een onderbouwing aan de Ladder nodig.

### 2.1 BELEIDSKADER

#### PROVINCIAAL BELEID

- In de provincie Utrecht is de plancapaciteit voor kantoren gereduceerd om dreigende leegstand tegen te gaan. Nieuwbouw van kantoren vindt alleen nog plaats op 'toekomstbestendige locaties'. In de gemeente Utrecht is plancapaciteit gereduceerd op de locaties Leidsche Rijn Papendorp en Strijkviertel/Rijnvliet.<sup>5</sup> Het plangebied ligt in de zone waar reductie van planologische overcapaciteit plaatsvindt.



FIGUUR 4 THEMATISCHE STRUCTUURVISIE KANTOREN EN LIGGING PLANGEBIED

Bron: Thematische Structuurvisie kantoren (2015), bewerking Bureau Stedelijke Planning

<sup>5</sup> Bronnen: Provincie Utrecht (2018), Inpassingsplan kantoren; Provincie Utrecht (2015), Thematische structuurvisie kantoren

- De Provincie zet in op vernieuwing van verouderde kantoren op locaties die in trek zijn en op de herontwikkeling en transformatie van kantoorgebieden met problematische leegstand.
- Er vinden gesprekken plaats met de Provincie betreffende nieuwe afspraken omtrent het kantorenbeleid gezien de toenemende krapte in de markt. Hiermee wordt onder andere mogelijk gemaakt dat er binnen heel de Merwedekanaalzone uitruil mag plaatsvinden. Wat in een bepaald deelgebied verdwijnt aan kantoorruimte kan in een ander deelgebied terug komen.

#### GEMEENTELIJK BELEID

- In de Ruimtelijke Strategie Utrecht (RSU) is de Merwedekanaalzone aangewezen als een belangrijke nieuwbouwlocatie in de stad. Bestaande vierkante meters aan kantoorruimte moeten voor de Merwedekanaalzone worden behouden en waar mogelijk worden uitgebreid, passend bij de verdichting/groei van de Merwedekanaalzone. Bovendien zijn alternatieve locaties voor kantoorruimte dan het Stationsgebied nodig. Hier is wel een grote vraag maar de ruimte is beperkt en de mobiliteitsdruk is hoog.<sup>6</sup>

## 2.2 ONTWIKKELING VAN DE VRAAG

### AFBAKENING ONDERZOEKSGBIED >>

De afbakening van het onderzoeksgebied is gebaseerd op de verhuisbewegingen van kantoorhoudende bedrijven in Utrecht. Uit diverse onderzoeken blijkt dat het merendeel van de bedrijfsmigratie plaatsvindt over korte afstand.<sup>7</sup> Ook in Utrecht verhuisde in de periode 2011-2020 het merendeel van de kantoren binnen de eigen gemeente (ca. 60%).<sup>8</sup> Bovendien zijn de kantoren op Merwede grotendeels kleinschalig van aard en vooral geschikt voor lokale bedrijvigheid. Om deze reden hanteren wij de **gemeente Utrecht** als onderzoeksgebied.

### KWANTITATIEVE VRAAG >>

#### PROGNOSE WERKGELEGENHEIDSGROEI

- In 2019 bestond de kantoorhoudende werkgelegenheid<sup>9</sup> in de gemeente Utrecht uit ca. 114.500 banen.
- Het EIB<sup>10</sup> raamt een jaarlijkse groei van de werkgelegenheid in de zakelijke diensten in Nederland van 0,6% in het behoedzame tot 0,9% in het hoge scenario voor de periode tot 2030.

<sup>6</sup> Bron: Gemeente Utrecht (2019), Omgevingsvisie Merwedekanaalzone, concept 17 december 2019

<sup>7</sup> Ruimtelijk Planbureau, 2007; Pellenbarg en Van Steen, 2003

<sup>8</sup> Bron: Vastgoeddata (2020)

<sup>9</sup> Bron: Lisa (2020), sectoren J Informatie & Communicatie, K Financiële instellingen, L Onroerend goed, M Advies & Onderzoek, N Overige zakelijke dienstverlening, O Openbaar bestuur

<sup>10</sup> EIB (2019), Ruimte voor economische activiteit tot 2030; kantoorhoudende sectoren exclusief overige quartaire diensten (met name overheid)

- Op basis hiervan neemt de werkgelegenheid tot 2030 naar verwachting toe met ca. 7.100 tot 10.800 banen.
- Het kantoorquotiënt (het aantal m<sup>2</sup> kantoorruimte per werkzame persoon) bedraagt in de provincie Utrecht ca. 22,8 m<sup>2</sup>.<sup>11</sup> Onder invloed van ‘het nieuwe werken’ is dit metrage de laatste jaren flink gedaald. Wij verwachten echter dat de grootste daling inmiddels achter de rug is, mede omdat veel organisaties het nieuwe werken al hebben geïntroduceerd. Naar verwachting ligt het ruimtegebruik in de gemeente Utrecht echter lager. Hiermee gaan wij uit van een kantoorquotiënt voor de komende periode van 20 m<sup>2</sup>.
- Dit leidt tot een uitbreidingsvraag van ca. **142.000 tot 217.000 m<sup>2</sup>** tot 2030.

#### IMPACT VAN DE CORONACRISIS

- De coronacrisis heeft grote gevolgen gehad op de economische ontwikkeling in het tweede kwartaal van dit jaar. De impact van de genomen maatregelen op de ontwikkeling in de komende periode is nog onzeker en afhankelijk van het verloop en de duur.
- Voorzichtigheidshalve hanteren wij het tweede coronascenario (langdurige recessie), dat er van uitgaat dat vanaf 2024 herstel intreedt en de werkgelegenheid weer op hetzelfde niveau als de reguliere prognose van het EIB uitkomt (0,6 tot 0,9% per jaar).
- Dit scenario leidt tot een toename van ca. 4.900 tot 7.400 banen tot 2030.
- Met een ruimtegebruik per werknemer van ca. 20 m<sup>2</sup> bedraagt de uitbreidingsvraag hiermee ca. **98.000 tot 148.000 m<sup>2</sup>** tot 2030.
- De effecten van Corona zouden echter ook tot positieve effecten leiden voor de kantorenmarkt in Utrecht. Corona verandert naast de vraag mogelijk ook het kantoorgebruik in Nederland, waarbij ontmoeten en leren meer centraal staat. Deze trend was al aanwezig maar wordt nu versterkt en versneld. Gezien de centrale ligging zou dit voor de kantorenmarkt in Utrecht gunstig kunnen uitpakken.

#### VERVANGINGSVRAAG

- Naast de uitbreidingsvraag is er behoefte aan vervanging van verouderd kantoorvastgoed. Kantoren verouderen, verliezen langzaam aan kwaliteit en raken uiteindelijk ongeschikt voor gebruik (incourant).
- De provincie Utrecht gaat uit van een vervangingsvraag van ca. 1,5 tot 2,1% van de voorraad per jaar. In de periode 2008-2018 betrof de gemiddelde vervanging 2,1% van de voorraad in gebruik.<sup>12</sup>
- De gerealiseerde transformaties van kantoren in de afgelopen jaren benadrukken dit. Zo is in de periode 2013-2017 ca. 89.000 m<sup>2</sup> per jaar getransformeerd in de provincie Utrecht.<sup>13</sup>
- Op basis van het bovenstaande gaan wij uit van een vervangingsvraag van ca. 2% per jaar. De verduurzamingsopgave als gevolg van de verplichting

<sup>11</sup> Bron: Provincie Utrecht (2018), Monitor Kantorenmarkt provincie Utrecht 2018

<sup>12</sup> Bron: Provincie Utrecht (2018), Monitor kantorenmarkt provincie Utrecht 2018

<sup>13</sup> Bron: Provincie Utrecht (2018), Monitor kantorenmarkt provincie Utrecht 2018

van Energielabel C in 2023 draagt in de komende periode sterk bij aan deze vervangingsvraag. Daarnaast wordt in 2030 label A naar verwachting de standaard.

- Met een kantorenvorraad in gebruik<sup>14</sup> in de gemeente Utrecht van ca. 2,5 mln. m<sup>2</sup> bedraagt de vervangingsvraag ca. 51.000 m<sup>2</sup> per jaar. Dit betekent dat er tot 2030 sprake is van een vervangingsvraag van ca. **510.000 m<sup>2</sup>**.
- In het coronascenario gaan wij er van uit dat ook de vervangingsvraag tot 2030 lager uitvalt. Net als voor de uitbreidingsvraag gaan wij uit van tweederde van het reguliere scenario, wat neerkomt op een vervangingsvraag van ca. 340.000 m<sup>2</sup>.

#### TOTALE VRAAG

De uitbreidingsvraag bedraagt ca. 142.000 tot 217.000 m<sup>2</sup> en de vervangingsvraag 510.000 m<sup>2</sup>. De totale additionele vraag in Utrecht bedraagt daarmee ca. **652.000 tot 727.000 m<sup>2</sup>** in de periode tot 2030. De totale vraag in het coronascenario is geraamd op ca. 438.000 tot 488.000 m<sup>2</sup> (Tabel 3).

	UITBREIDINGSVRAAG	VERVANGINGS-VRAAG	TOTALE VRAAG
<b>Regulier scenario</b>	142.000 tot 217.000 m <sup>2</sup>	510.000 m <sup>2</sup>	652.000 tot 727.000 m <sup>2</sup>
<b>Coronascenario</b>	98.000 tot 148.000 m <sup>2</sup>	340.000 m <sup>2</sup>	438.000 tot 488.000 m <sup>2</sup>

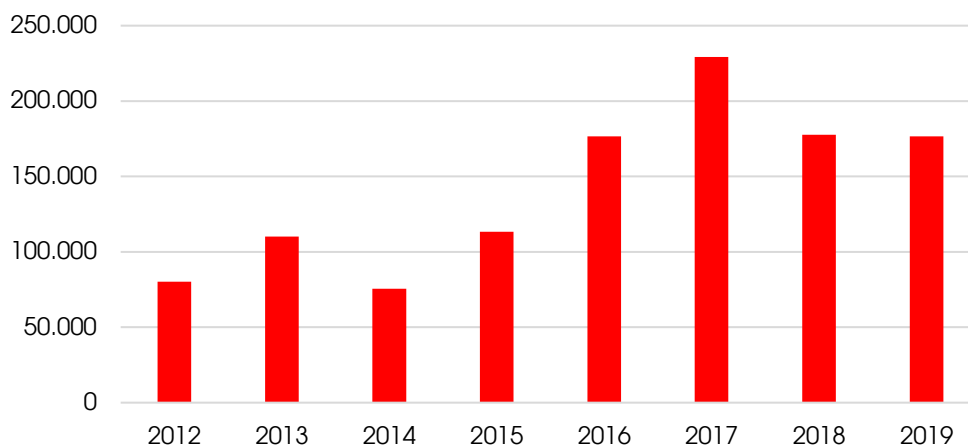
TABEL 3 TOTALE VRAAG KANTOREN ONDERZOEKSGBIED TOT 2030

#### HISTORISCHE OPNAME

- In de periode 2012-2019 was de gemiddelde opname van kantoorruimte in Utrecht ca. 142.000 m<sup>2</sup> per jaar (Figuur 5). Dit betrof een periode met laag- en hoogconjunctuur.
- Deze opname is een combinatie van verplaatsings- en uitbreidingsvraag. Over het algemeen betreft ca. 50% van de opname een uitbreidingsvraag, wat neerkomt op ca. 71.200 m<sup>2</sup> per jaar. Het doortrekken van deze opname naar de komende tien jaar resulteert in een vraag naar ca. **712.000 m<sup>2</sup>** kantoren tot 2030. Dit ligt in lijn met het reguliere scenario.

<sup>14</sup> Kantorenvorraad (ca. 2,7 mln.; Cushman & Wakefield) minus leegstand (ca. 162.000 m<sup>2</sup>; Vastgoeddata)





FIGUUR 5 HISTORISCHE OPNAME KANTOREN GEMEENTE UTRECHT 2012-2019

Bron: Vastgoeddata (2020), bewerking Bureau Stedelijke Planning

## KWALITATIEVE VRAAG >>

De Merwedekanaalzone wordt een nieuw stuk stad waar wonen, bedrijvigheid, horeca en voorzieningen gemengd worden. Om deze reden richt de kwalitatieve onderbouwing zich op kantoren in gemengde stedelijke gebieden.

De vraag richt zich steeds meer op kantoren in gemengde stedelijke gebieden:

- Het sluit aan op de veranderende vestigingscriteria van kantoorhoudende bedrijven. Zij verlangen in toenemende mate een locatie in een gemengd stedelijk gebied in plaats van op een monofunctionele kantorenlocatie. De aanwezigheid van voorzieningen speelt hier een grote rol bij.
- De populariteit van gemengde gebieden wordt ondersteund door de focus van beleggingen en de aanvangsrendementen. Locaties nabij de toplocaties in de G4 en mixed-use ontwikkelingen in de G4 met een hoog voorzieningenniveau worden hierbij specifiek genoemd als aantrekkelijk. De aantrekkelijkheid voor huurders en gebruikers is op deze locaties hoog en de liquiditeit van deze locaties voor beleggers is goed.<sup>15</sup> De Merwedekanaalzone betreft een dergelijke mixed use ontwikkeling met een goed voorzieningenniveau, nabij het Stationsgebied van Utrecht als toplocatie voor kantoren.
- Het Stationsgebied is binnen de gemeente de meest aantrekkelijke locatie voor kantoren en kent een marktaandeel voor kantoren binnen de gemeente van ca. 25%.<sup>16</sup> Leidsche Rijn, Papendorp en Strijkviertel kennen daarnaast een marktaandeel van in totaal 45%. De overige 30% komt toe aan andere kantorenlocaties en verspreide kantoren in de gemeente.
- Van het metrage van alle kantoortransacties in de gemeente Utrecht sinds 2011 vond zelfs 45% plaats buiten de belangrijkste kantorenlocaties in Utrecht (Stationsgebied, centrum, Leidsche Rijn centrum, Strijkviertel en Papendorp).<sup>17</sup> Dit aandeel valt echter hoog uit doordat er ook omvangrijke

<sup>15</sup> Syntrus Achmea (2019), De Nederlandse Kantorenmarkt: Outlook 2020-2022

<sup>16</sup> Bron: Provincie Utrecht (2018), Monitor kantorenmarkt provincie Utrecht 2018

<sup>17</sup> Bron: Vastgoeddata (2020)

transacties hebben plaatsgevonden op andere kantorenlocaties en bedrijventerreinen, zoals op Rijnsweerd-Noord, Oudenrijn en Lage Weide.

Op basis van het bovenstaande, achten wij een aandeel van de totale vraag van 20% voor kantoren in gemengde stedelijke gebieden realistisch. Dit komt neer op een vraag naar kantoren in gemengde stedelijke gebieden van ca. 130.000 tot 145.000 m<sup>2</sup> in het reguliere scenario. In het coronascenario bestaat een vraag van 88.000 tot 98.000 m<sup>2</sup> tot 2030 (Tabel 4). De aantrekkelijkheid van de locatie blijkt ook uit het feit dat er nu al diverse bedrijven gevestigd zijn in de Merwedekanaalzone.

SCENARIO	VRAAG TOT 2030	VRAAG WOON-WERKGEBIEDEN (20%)
<b>Regulier scenario</b>	652.000 tot 727.000 m <sup>2</sup>	130.000 tot 145.000 m <sup>2</sup>
<b>Coronascenario</b>	438.000 tot 488.000 m <sup>2</sup>	88.000 tot 98.000 m <sup>2</sup>

TABEL 4 VRAAG NAAR KANTOREN IN GEMENGDE STEDELIJKE GEBIEDEN IN UTRECHT TOT 2030

## 2.3 ONTWIKKELING VAN HET AANBOD

### PLANCAPACITEIT >>

- In de gemeente Utrecht bestaat ca. 550.000 m<sup>2</sup> harde plancapaciteit voor kantoren.
- Het Stationsgebied en Beurskwartier is met ca. 190.000 m<sup>2</sup> harde plancapaciteit de grootste planlocatie (Tabel 5).
- Er bestaat geen plancapaciteit in gemengde stedelijke gebieden.

LOCATIE	HARDE PLANCAPACITEIT
Stationsgebied en Beurskwartier	190.000 m <sup>2</sup>
Rabobank nieuwbouwkavel	55.000 m <sup>2</sup>
LRCentrum + oprekken gebied met vierde kwadrant <sup>18</sup>	167.000 m <sup>2</sup>
Papendorp	138.000 m <sup>2</sup>
<b>Totaal</b>	<b>550.000 m<sup>2</sup></b>

TABEL 5 HARDE PLANCAPACITEIT KANTOREN GEMEENTE UTRECHT IN M<sup>2</sup> BVO  
Bron: gemeente Utrecht, stand 30 juli 2020

### HUIDIG AANBOD >>

- In de gemeente Utrecht staat in Q2 20220 ca. 113.000 m<sup>2</sup> aan kantoorruimte leeg.<sup>19</sup> Dit is ca. 4,2% van de voorraad.
- Een gezond leegstandsniveau bedraagt ca. 5% van de voorraad. Deze frictieleegstand is nodig om voldoende dynamiek op de kantorenmarkt te

<sup>18</sup> 67.000 m<sup>2</sup> binnenkort in inpassingsplan vastgesteld

<sup>19</sup> Bron: Vastgoeddata 2020

faciliteren en bedrijfsverhuizingen mogelijk te maken. Hiermee ligt de huidige leegstand onder de frictieleegestand. Dit toont een forse krapte aan in de markt en is er geen aanbod beschikbaar voor de huidige en toekomstige vraag.

- In het deelgebied Kanaleneiland bedraagt de leegstand slechts ca. 1,6% van de voorraad. Hiermee zijn er voor bedrijven onvoldoende mogelijkheden voor vestiging en verhuizing.
- Met een kantorenvorraad in de gemeente Utrecht van ca. 2,7 mln. m<sup>2</sup> bedraagt de gewenste frictieleegestand ca. 135.000 m<sup>2</sup>.<sup>20</sup> Het aanbod minus de frictieleegestand bedraagt daarmee ca. **27.000 m<sup>2</sup>**.
- Ca. 88% van het aanbod bevindt zich buiten de belangrijkste kantorenlocaties (Stationsgebied, centrum, Leidsche Rijn Centrum, Strijkviertel, Papendorp). Wij gaan daarom uit van een kantorenaanbod van ca. **24.000 m<sup>2</sup>** in gemengde gebieden (88% van 27.000 m<sup>2</sup>).

## 2.4 BEHOEFTE AAN KANTOREN

### KWANTITATIEVE BEHOEFTE >>

- In het reguliere scenario is er sprake van een behoefte aan ca. 100.000 tot 177.000 m<sup>2</sup> kantoren tot 2030.
- In het coronascenario bestaat een overaanbod van 60.000 tot 110.000 m<sup>2</sup> kantoren tot 2030 (Tabel 6). Voorzichtigheidshalve hebben wij hier met een lager scenario gerekend. De effecten van corona zijn echter onzeker en zouden ook tot positieve effecten kunnen leiden voor de Utrechtse kantorenmarkt gezien de centrale ligging en het toenemende belang van de ontmoetings- en leerfunctie in het kantoorgebruik.

	VRAAG	HUIDIG AANBOD	HARDE PLANCAPACITEIT	BEHOEFTE
Regulier scenario	652.000 tot 727.000 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	550.000 m <sup>2</sup>	<b>102.000 tot 177.000 m<sup>2</sup></b>
Corona-scenario	438.000 tot 488.000 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	550.000 m <sup>2</sup>	<b>-62.000 tot -112.000 m<sup>2</sup></b>

TABEL 6 BEHOEFTE KANTOREN GEMEENTE UTRECHT TOT 2030

### KWALITATIEVE BEHOEFTE >>

- In het reguliere scenario is er sprake van een behoefte aan ca. 130.000 tot 145.000 m<sup>2</sup> kantoren in gemengde stedelijke gebieden tot 2030.
- In het coronascenario bestaat een behoefte aan 90.000 tot 100.000 m<sup>2</sup> kantoren in gemengde stedelijke gebieden tot 2030.

<sup>20</sup> Bron voorraad: Cushman & Wakefield (medio 2018)

	VRAAG	HUIDIG AANBOD	HARDE PLANCAPACITEIT	BEHOEFTE
Regulier scenario	130.000 tot 145.000 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	<b>130.000 tot 145.000 m<sup>2</sup></b>
Corona-scenario	88.000 tot 98.000 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	<b>88.000 tot 98.000 m<sup>2</sup></b>

TABEL 7 BEHOEFTE KANTOREN IN GEMENGDE STEDELIJKE GEBIEDEN IN UTRECHT TOT 2030

## CONCLUSIE LADDERONDERBOUWING KANTOREN >>

- Kwantitatief gezien is in het reguliere scenario sprake van een behoefte aan kantoren oplopend tot 177.000 m<sup>2</sup>. In het coronascenario is er echter sprake van een overaanbod aan kantoren in Utrecht.
- Het huidig aanbod in Utrecht is sterk afgenomen en nadert het niveau van frictieleegstand. Dit duidt op krapte in de markt.
- In kwalitatief opzicht is er in beide scenario's sprake van een substantiële behoefte aan kantoren in gemengde stedelijke gebieden. Het bestemmingsplan maakt de ontwikkeling van maximaal ca. 13.000 m<sup>2</sup> kantoren mogelijk. Daarmee past de ontwikkeling conform de Ladder voor Duurzame Verstedelijking binnen de geconstateerde behoefte tot 2030.
- De beoogde ontwikkeling sluit daarnaast goed aan op de kwalitatieve vraag van kantoorgebruikers naar centraal gelegen locaties in een grootstedelijke, dynamische omgeving met een ruim voorzieningenaanbod en een sterke functiemix.
- Daarnaast past de ontwikkeling bij de ambities van Utrecht en de regio. Om als regio concurrerend te zijn en te blijven is het van groot belang dat er voldoende geschikt aanbod aan kantoren beschikbaar is voor eventuele ruimtevragers. Om eindgebruikers aan te trekken die een meerwaarde zijn voor de gemeente en de regio, is het bieden van een hoogwaardig vestigingsklimaat noodzakelijk. Dit betekent aantrekkelijke kantoren in een multifunctionele omgeving met een breed voorzieningenaanbod en een goede bereikbaarheid. Merwedekanaalzone voorziet hierin en is daarmee een aantrekkelijke locatie voor kantorenontwikkeling.

## 2.5 BEHOEFTE AAN BEDRIJVIGHEID

De Merwedekanaalzone wordt een wijk met een levendige mix van wonen, bedrijvigheid, horeca en voorzieningen. Een gemengd stedelijk gebied, waar naast wonen ook ruimte is voor (kleinschalige) bedrijven ten behoeve van de levendigheid. Het accent ligt op functies in de plint, in bedrijfsverzamelgebouwen en kleinere bedrijfsunits. Momenteel is er al een aantal bedrijven in de creatieve sector gevestigd, zoals Villa Jongerius (deelgebied 4), Mobach, Vechtclub XL, de Alchemist, de Stadstuin, Kanaal30 (deelgebied 5), de start- en scale-up hub ('./Utrecht'), de Stadswerkplaats en een tweede vestiging van de Stadstuin (deelgebied 6). Deze bedrijven worden zoveel mogelijk behouden en doorontwikkeld.

De creatieve sector is één van de snelst groeiende sectoren in Utrecht. Na Amsterdam is de creatieve sector de laatste jaren het hardst gegroeid in Utrecht.<sup>21</sup> Tussen 2008 en 2018 is de werkgelegenheid in de creatieve sector in Utrecht jaarlijks met ca. 4,6% gegroeid (Amsterdam: 4,7%, NL: 2,4%).<sup>22</sup> In nieuwe gebiedsontwikkelingen als de Merwedekanaalzone leveren kleine bedrijven en broedplaatsen in de creatieve sector meerwaarde op ten aanzien van de uitstraling en levendigheid en dragen deze bij aan de identiteit, beleving en ervaring van de wijk. Ook bieden ze (lokale) werkgelegenheid en trekken bezoekers naar het gebied. Ze maken het een interessant gebied om te wonen en mede door deze bedrijven is de Merwedekanaalzone reeds op de kaart gezet.

Ook voor bedrijven zelf is de Merwedekanaalzone een aantrekkelijke vestigingsplek. In toenemende mate vestigen bedrijven zich in de stad; dicht bij de consument en de afzetmarkt. Gemengde milieus zijn steeds meer in trek, door de aanwezigheid van voorzieningen en een levendig en divers karakter. Daarnaast wordt werken dicht bij huis steeds belangrijker. Niet alleen om reistijd te besparen, maar ook door de invloed van de coronacrisis.

Flexibiliteit in grootte van de bedrijfsruimtes is gewenst om goed in te kunnen spelen op de vraag vanuit het gebied zelf of van daarbuiten. Bedrijfsruimten moeten flexibel zijn in te delen (naar behoefte te vergroten of te verkleinen). Gedacht kan worden aan met name (zeer) kleinschalige units van ca. 20 tot 200 m<sup>2</sup> voor bijvoorbeeld ZZP'ers en start-ups, en daarnaast enkele (geschakelde) bedrijfsruimten van 200 tot 500 m<sup>2</sup> en 500 tot 1.000 m<sup>2</sup>. Zo past het bij de huisvestingsvraag van de huidige gebruikers in deelgebied 5, die grotendeels gevestigd zijn in kleine units (o.a. Smart Business Park). Ook maakt dit het kwalitatief onderscheidend ten opzichte van deelgebied 6, waar de focus meer ligt op grotere bedrijfsruimten.

Bedrijvigheid in categorie 1 tot en met 3 is al mogelijk binnen het vigerende bestemmingsplan. Hiermee is er geen sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling en is een onderbouwing in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking niet vereist. De ontwikkeling is daarmee niet alleen juridisch-planologisch mogelijk, maar het sluit ook aan op de vestigingscriteria van bedrijven en het ondersteunt de (economische) ontwikkeling van het gebied in sterke mate. De ontwikkeling van bedrijfsruimten en kantoren die goed mengbaar zijn met wonen draagt bij aan de ambitie om een aantrekkelijk en gemengd stedelijk milieu te creëren in de Merwedekanaalzone.

## 2.6 RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN

De ontwikkeling van kantoren in de Merwedekanaalzone zal niet tot nauwelijks effect hebben op het functioneren van bestaande kantoren en is daarmee

<sup>21</sup> Bron: Telegraaf (2020), <https://www.telegraaf.nl/financieel/1089092133/creatieve-industrie-maakt-snelle-groei-door>

<sup>22</sup> Bron: Media Perspectives (2019), Monitor creatieve industrie 2019

planologisch acceptabel. Het voorziet in de eerste plaats in kantoren die voldoen aan de vraag vanuit de markt. Het aanbod aan kantoren in Utrecht is de laatste jaren sterk gedaald en ligt onder het frictieniveau.<sup>23</sup> Hierdoor hebben ruimtezoekers in toenemende mate moeite om geschikte kantoorruimte te vinden. Door jaren van aanhoudende vraag en gering aanbod stijgen de huurprijzen fors, met name op de toplocaties zoals het Stationsgebied van Utrecht.<sup>24</sup> In het deelgebied Kanaleneiland is er nauwelijks sprake van aanbod met een leegstand van slechts ca. 1,6% van de voorraad. Hiermee zijn er voor bedrijven onvoldoende mogelijkheden voor vestiging en verhuizing.

Tot slot is er hier geen sprake van een uitbreiding ten opzichte van het bestaande kantorenmetrage in het plangebied. Bestaande bedrijven kunnen hiermee (voor een deel) gevestigd blijven in het gebied.

Ook de ontwikkeling van bedrijvigheid in de Merwedekanaalzone zal niet tot nauwelijks effect hebben op het functioneren van bestaande bedrijfsruimten en is daarmee planologisch acceptabel. Dit betreft met name het behouden en door ontwikkelen van bestaande bedrijven. Bovendien is de creatieve sector één van de snelst groeiende sectoren in Utrecht, die zich bij voorkeur vestigt in gemengde milieus in de stad.

#### TOETS AAN BELEID >>

Het mogelijk maken van kantoren op deze locatie sluit goed aan op het Provinciaal en gemeentelijk beleid. De ontwikkeling voorziet in een sterke behoefte aan kantoorruimte hier. Bovendien was hier al sprake van kantoorgebruik waarmee geen uitbreiding plaatsvindt van het metrage. Er vinden gesprekken plaats met de Provincie betreffende nieuwe afspraken omtrent het kantorenbeleid gezien de toenemende krapte in de markt. Hiermee wordt onder andere mogelijk gemaakt dat er binnen heel de Merwedekanaalzone uitruil mag plaatsvinden. Wat in een bepaald deelgebied verdwijnt aan kantoorruimte kan in een ander deelgebied terug komen. Dit sluit goed aan op de betreffende ontwikkeling hier.

Ook de ontwikkeling van bedrijfsruimten sluit goed aan op het beleid. Dit is al mogelijk binnen het vigerend bestemmingsplan. De vestiging en ontwikkeling van bedrijven is belangrijk voor de provincie Utrecht. Belangrijke factoren om onze positie te behouden en te versterken zijn de kwaliteit en beschikbaarheid van werklocaties.

---

<sup>23</sup> Diverse bronnen zoals Utrecht Monitor (2019)

<sup>24</sup> Bron: Cushman & Wakefield (2020), Utrecht Stationsgebied tweede zakencentrum van Nederland na Zuidas Amsterdam

### 3 LADDERONDERBOUWING DETAILHANDEL

In dit hoofdstuk is de ladderonderbouw voor detailhandel opgenomen. Voor de supermarkten is in het gebied 2.200 tot 2.500 m<sup>2</sup> bvo voorzien. Voor de overige dagelijkse sector is dit nog 750 tot 1.000 m<sup>2</sup> bvo en voor niet-dagelijkse sector is dit 1.075 tot 1.800 m<sup>2</sup> bvo. Voor de niet-dagelijkse sector geldt dat deze metrages inclusief de terugkerende bouwmarkt is. Deze volumineuze winkel wordt in de toekomst 500 tot 600 m<sup>2</sup> bvo. Waardoor er nog een extra behoefte nodig is van maximaal 1.200 m<sup>2</sup> bvo.

#### 3.1 BELEIDSKADER EN TRENDS

##### BELEIDSKADERS >>

###### PROVINCIAAL BELEID

Het beleid van de provincie Utrecht betreft de Retailvisie Provincie Utrecht uit 2018. Voor de ontwikkelingen in de gemeente Utrecht en binnen gebiedsontwikkelingen specifiek geldt het volgende:

- In het provinciale beleid wordt aangegeven dat het inwoneraantal van de gemeente Utrecht sterk groeit (>15%), dit zorgt ervoor dat er sprake is van een positieve marktruimte voor de dagelijkse sector (tot 2025 meer dan 10.000 m<sup>2</sup> wvo). Voor de niet-dagelijkse sector geldt dat er in alle gemeenten van de provincie een overaanbod is.
- In principe is het beleid gericht op bestaande winkelgebieden en zijn daarbuiten geen ontwikkelingen toegestaan. Een van de uitzonderingen hierop is indien de behoefte aan detailhandel toeneemt als gevolg van grootschalige stedelijke ontwikkelingen.

###### GEMEENTELIJK BELEID

Het gemeentelijke detailhandelsbeleid is opgenomen in het Ontwikkelingskader Detailhandel Utrecht 2012 en de notitie Detailhandel Utrecht 2015 – Stand van zaken, beleid en acties. De hoofdlijnen relevant voor de ontwikkeling in de Merwedekanaalzone zijn:

- Het zoveel mogelijk concentreren van winkels binnen winkelgebieden.
- Behouden van de fijnmazige winkelstructuur in de buurten en wijken, waarbij rekening wordt gehouden met de trend van schaalvergroting van winkels, winkelgebieden en bijbehorende verzorgingsgebieden.
- Geplande winkelontwikkelingen kritisch volgen en daar waar mogelijk faseren. Dit zal ook gelden voor het toekomstige aanbod in de Merwedekanaalzone

## BELANGRIJKSTE TRENDS &gt;&gt;

De vraag naar detailhandel is in ontwikkeling. Zo neemt e-commerce een steeds groter marktaandeel in, zowel op het gebied van de niet-dagelijkse artikelen, maar (nu nog in de kinderschoenen) ook dagelijkse aanbod. De trends op het gebied van onder andere detailhandel hebben ook invloed op de functie en invulling van (wijk)winkelcentra. Onderstaand zijn de belangrijkste trends met betrekking tot het detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone opgenomen.

- **Food wint aan belang** in de (stedelijke) winkelstraat. Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op winkelgebieden, met name in de grote stad. De merendeels jonge en hoogopgeleide bevolking met een grootstedelijke levensstijl identificeert zich sterk met haar eetgedrag ("Food is the new fashion") en leeft sterk bij de dag. Ook de drang om buiten de deur te eten past hierbij.



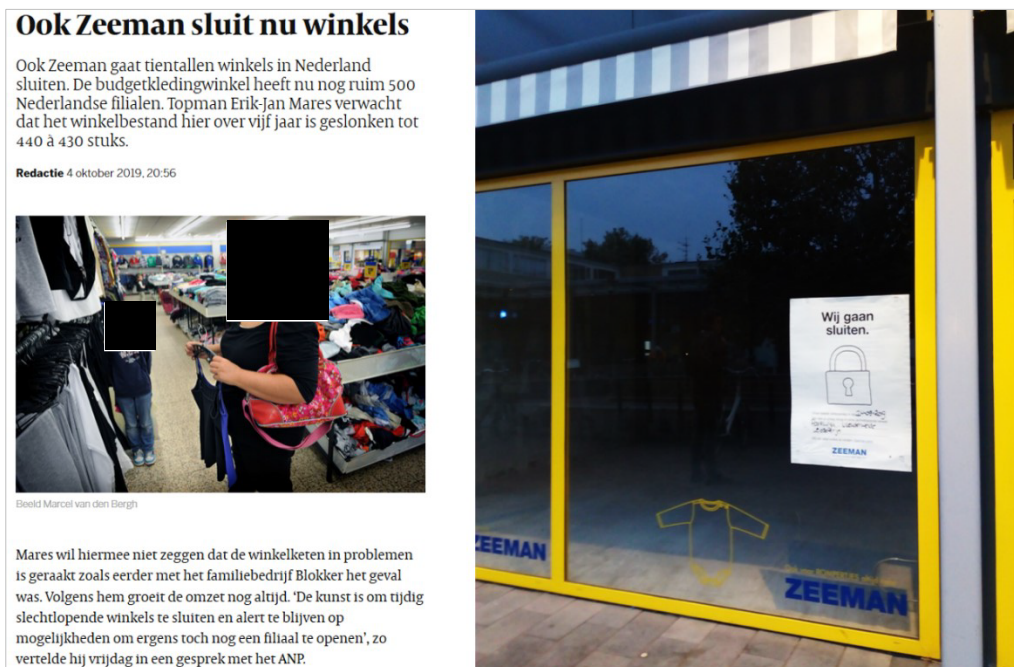
FIGUUR 6 FOOD WINT AAN BELANG DOOR ONDER ANDERE IDENTITEIT - IMPRESSIE MARQT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Supermarkten maken inhaalslag** in de grote steden. Albert Heijn liep in de jaren negentig voorop met een grootstedelijke variant van de supermarkten: kleiner, goed bereikbaar voor fietser en voetganger, met een assortiment dat aansloot bij de behoeften in de stad (gemak, vers, kwaliteit). Inmiddels maken de andere formules met aangepaste (stads)concepten een inhaalslag.
- De modische sector en ook andere niet-dagelijkse winkelformules trekken zich terug in de **grootste centra** (met voldoende kritische massa en mogelijkheden voor exposure): Momenteel maken veel ketens een pas op de plaats en investeren zij primair in centrumgebieden. De niet-dagelijkse winkels die eerder bijna altijd binnen de wijkstructuur gevestigd waren



(denk aan Hema, Zeeman, Bruna etc.) zijn dat tegenwoordig niet meer. Veelal is er voornamelijk nog plaats voor frequent benodigde winkels als de bloemenzaak en huishoudelijke artikelen.



FIGUUR 7 ZEEMAN SLUIT WINKELS IN KLEINERE (ONDERSTEUNENDE) CENTRA  
Bron: Volkskrant; Bureau Stedelijke Planning

### 3.2 (ONTWIKKELING VAN DE) VRAAGZIJDEN VAN DE MARKT

#### PRIMAIRE DOELGROEP: INWONERS MERWEDEKANAALZONE >>

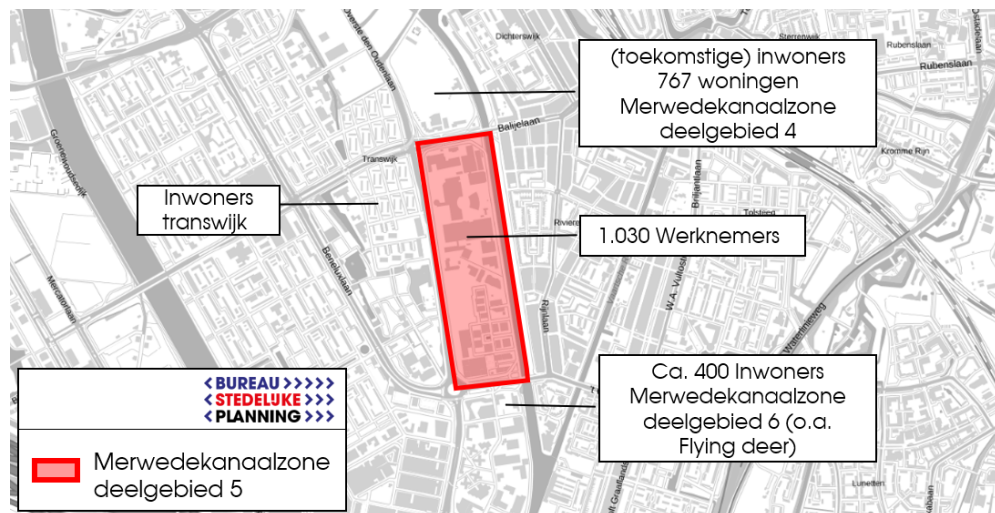
De belangrijkste doelgroep voor het detailhandelsaanbod zijn de (toekomstige) inwoners van de Merwedekanaalzone. Zoals opgenomen in paragraaf 1.3 wonen er na afronding van de woningbouw in fase 1 ca. 8.400 mensen in het gebied. Dit zijn de inwoners van de nog te bouwen woningen en de inwoners van de reeds opgeleverde woontoren Max, Pax en Lux.

Bij de realisering van de 1.750 woningen in fase 2 na 2029 zou dit inwoneraantal in de Merwedekanaalzone toe kunnen nemen tot ca. 11.270 inwoners.

#### SECUNDAIRE DOELGROEPEN >>

Naast de (toekomstige inwoners) zijn er ook nog secundaire doelgroepen die het detailhandelsaanbod in het gebied kunnen bezoeken:

- **Werknemers.** De belangrijkste zijn de werknemers in het gebied zelf. Deze ca. 1.030 werknemers<sup>25</sup> kunnen bijvoorbeeld voor hun lunch of boodschappen terecht bij de winkels nabij hun werkplek.
- **Inwoners rondom de Merwedekanaalzone.** Daarnaast kunnen de winkels een (beperkte) functie hebben voor de inwoners rondom het gebied. Afhankelijk van de exacte locatie van het aanbod kunnen inwoners vanuit de Merwedekanaalzone deelgebieden 4 en 6, en vanuit Transwijk naar de winkels komen (in de vorm van toevloeiing). Voor de inwoners van Transwijk geldt dat zij momenteel al kooporiëntaties kennen naar bijvoorbeeld winkelcentrum NOVA. Deze bewegingen veranderen minder snel. Voor de (toekomstige) bewoners van andere deelgebieden van de Merwedekanaalzone kan het aanbod wel het meest nabij en daarmee aantrekkelijk zijn.



FIGUUR 8 SECUNDAIRE DOELGROEPEN DETAILHANDELSAANBOD MERWEDEKANAALZONE DEELGEBIED 5  
Bron: <https://www.ruimtelijkeprojectenutrecht.nl/p33957/kaart>, Utrecht in cijfers 2020

### 3.3 (ONTWIKKELING VAN HET) AANBODZIJDE VAN DE MARKT

#### HUIDIGE AANBODSTRUCTUUR >>

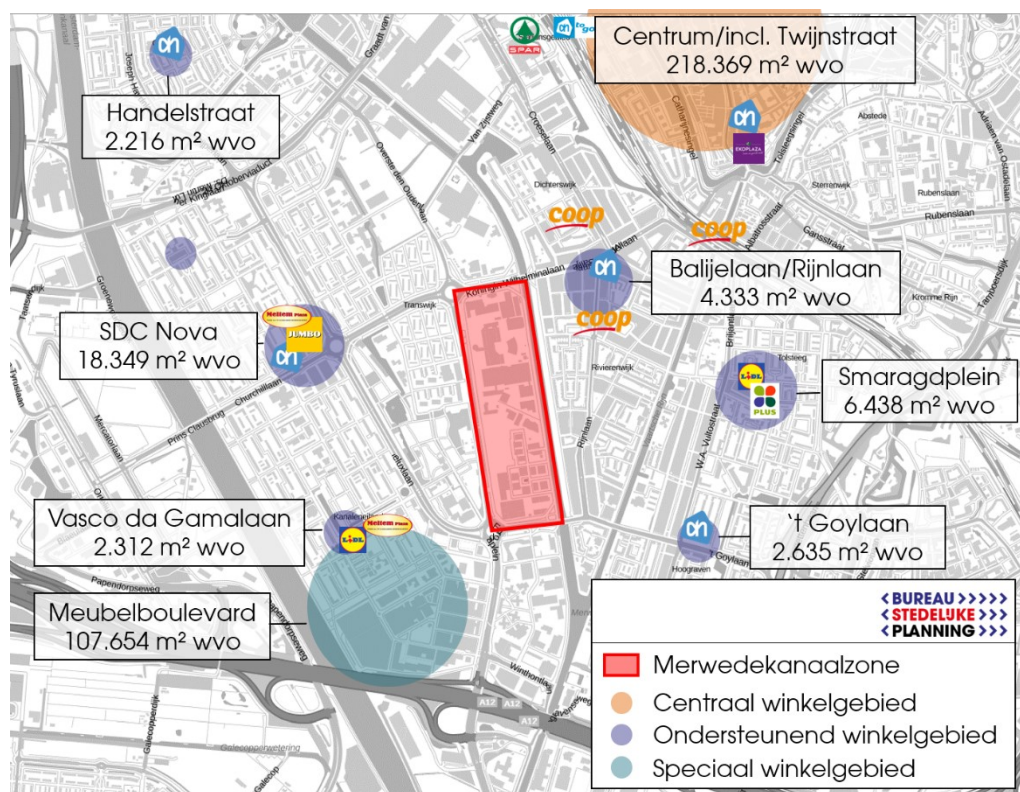
De detailhandelsstructuur rondom de Merwedekanaalzone is enerzijds gevormd door de nabijheid van het centrum van Utrecht aan de noordoostzijde en bestaat anderzijds uit divers ondersteunend aanbod rondom. Ook is er aan het Europaplein (binnen complex Max, bijvoorbeeld Coolblue) al enig aanbod in de Merwedekanaalzone zelf. Samen met een kleine telecomwinkel en de in de toekomst te verplaatsen of verkleinen Praxis meet het aanbod in het gebied zelf

<sup>25</sup> Berekening:  $(13.000 \text{ m}^2 \text{ bvo kantoren} / 20 \text{ m}^2 \text{ bvo kantoor per werknemer}) + (37.900 \text{ m}^2 \text{ bvo bedrijvigheid} / \text{gemiddeld } 100 \text{ m}^2 \text{ bvo bedrijfsruimte per werknemer}) = 1.029$

momenteel 4.603 m<sup>2</sup> wvo (waarvan 4.253 m<sup>2</sup> wvo ingenomen door Praxis).

Daarnaast zijn de volgende clusters nabij de Merwedekanaalzone gelegen:

- **Stadsdeelcentrum Nova** (ook wel Kanaleneiland) is het ondersteunende cluster met het grootste aanbod. Hier zijn naast het dagelijkse aanbod ook nog diverse niet-dagelijkse winkels, zoals Hema en Pearle opticiens gevestigd. Nova is een overdekt winkelcentrum dat wordt herontwikkeld.
- **Balijelaan/Rijnlaan** bestaat uit winkelaanbod rondom een kruispunt gelegen (en langs de Rijnlaan, Balijelaan en Vondellaan). De Albert Heijn supermarkt is hier absoluut de drager. Daarnaast zijn er enkele kwalitatief sterke versspecialzaken, maar ook veel wisselend of minder hoogwaardige aanbod.
- **'t Goylaan** is een klein dagelijks cluster waar de inwoners van de complexen Max, Pax en Lux momenteel grotendeels op georiënteerd zijn.



FIGUUR 9 AANBODSTRUCTUUR WINKELGEBIEDEN RONDOM MERWEDEKANAALZONE

Bron: Locatus juli 2020; BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

De **nabijheid van supermarkten** voor de (toekomstige) inwoners van de Merwedekanaalzone is beperkt. Voor slechts een beperkt deel van de bewoners van deelgebied 5 is er met de huidige structuur een supermarkt binnen 500 meter van hun woning aanwezig (Albert Heijn Vondellaan, onderdeel van cluster Balijelaan/Rijnlaan). De andere inwoners zouden met de huidige structuur een grotere afstand af moeten leggen.

## ONTWIKKELINGEN VAN DE AANBODZIJD VAN DE MARKT >>

De volgende detailhandelsontwikkelingen spelen er rondom de Merwedekanaalzone:

- Binnen deelgebied 4 van de Merwedekanaalzone wordt maximaal 400 m<sup>2</sup> bvo aan detailhandel mogelijk gemaakt. Volgens het bestemmingsplan is deze bedoelt voor bijvoorbeeld kleine winkels waar bewoners hun zogenaamde ‘krantje en croissantje’ kunnen halen. Een (reguliere) supermarkt zal hier niet komen.
- Winkelcentrum NOVA zit in een herontwikkeling. Een deel van deze herontwikkeling is reeds uitgevoerd. Daarbij heeft supermarktformule Vomar plaats gemaakt voor Jumbo. Bij de herontwikkeling wordt het aantal detailhandelsmeters niet groter.

### 3.4 BEHOEFTE(ONTWIKKELING)

In deze paragraaf gaan we in op de behoefte(ontwikkeling) van de Merwedekanaalzone voor detailhandel.

#### KWANTITATIEVE BEHOEFTE >>

De kwantitatieve behoefte kan op verschillende manieren berekend worden. In dit onderzoek gebruiken we de dichthedenanalyse en een distributieve toets.

#### DICHTHEDEN

Op basis van metrages (m<sup>2</sup> wvo) en inwoneraantallen kunnen we de dichtheden in m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners berekenen. De Nederlandse en Utrechtse dichtheden kunnen we verrekenen naar de inwoneraantallen van de Merwedekanaalzone bij afronding van fase 1 (8.400 inwoners). Op basis van de dichtheden kunnen we een inzicht krijgen in welke vraag de inwoners van de Merwedekanaalzone genereren.

	SUPERMARKTEN			OVERIG DAGELIJKSE SECTOR		
	Dichtheid (m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners)	Dichtheid vertaald naar behoefte MWKZ m <sup>2</sup> wvo	Dichtheid vertaald naar behoefte MWKZ m <sup>2</sup> bvo*	Dichtheid (m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners)	Dichtheid vertaald naar behoefte MWKZ m <sup>2</sup> wvo	Dichtheid vertaald naar behoefte MWKZ m <sup>2</sup> bvo*
NL	273	2.293	2.867	102	857	1.071
Utrecht	225	1.890	2.363	104	874	1.092

TABEL 8 BEHOEFTE DETAILHANDEL NA FASE 1 O.B.V. DICHTHEDEN - \* UITGAANDE VAN VERHOUDING 0,8 M<sup>2</sup> WVO : 1,0 M<sup>2</sup> BVO

Bron: Locatus juli 2020, Locatus Retailfacts 2019 en Retailinsiders

Op basis van deze dichtheden is er bij afronding van fase 1 **behoefte aan ca. 2.400 tot 2.900 m<sup>2</sup> bvo aan supermarkten en ca. 1.050 tot 1.100 m<sup>2</sup> bvo in de overige dagelijkse sector na afronding van fase 1**. Daarmee is er voldoende behoefte om aan de maximale wens van 2.500 m<sup>2</sup> bvo supermarkten en 1.000 m<sup>2</sup> bvo overige dagelijkse winkels

die in het bestemmingsplan worden opgenomen te voldoen. Bij de realisering van de woningen in fase 2 zal de kwantitatieve behoefte op basis van dichtheden verder toenemen (voor supermarkten op basis van het Nederlands gemiddelde is er dan behoefte aan ca. 3.800 m<sup>2</sup> bvo en op basis van het Utrechts gemiddelde ca. 3.200 m<sup>2</sup> bvo – voor overig dagelijks is dit ca. 1.400 m<sup>2</sup> bvo). Daarmee is er mogelijk bij realisatie van fase 2 nog enige uitbreiding mogelijk (monitoring moet dit verder uit wijzen).

	NIET-DAGELIJKSE SECTOR				
	Dichtheid (m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners)	Dichtheid vertaald naar MWKZ m <sup>2</sup> wvo	Dichtheid vertaald naar behoefte MWKZ m <sup>2</sup> bvo*	Toe te bedelen aan MWKZ (12,5% van totaal) m <sup>2</sup> bvo*	Min bestaand aanbod (= 440 m <sup>2</sup> bvo)
NL	1.263	10.609	13.262	1.658	1.218
Utrecht	1.113	9.349	11.686	1.461	1.021

TABEL 9 BEHOEFTE DETAILHANDEL NA FASE 1 O.B.V. DICHTHEDEN - \* UITGAANDE VAN VERHOUDING 0,8 M<sup>2</sup> WVO : 1,0 M<sup>2</sup> BVO

Bron: Locatus juli 2020 en Locatus Retailfacts 2019

De inwoners van de Merwedekanaalzone generen na afronding van fase 1 een vraag van ca. 11.700 tot 13.300 m<sup>2</sup> bvo aan niet-dagelijkse winkelmeters. Voor niet-dagelijkse artikelen zijn mensen veelal gewend en bereid om verder te reizen dan hun eigen wijk. We gaan er daarom vanuit dat enkel frequent benodigde winkels in een wijk als de Merwedekanaalzone kunnen komen. Ervan uitgaande dat 12,5% (10% tot 15%) van de totale bestedingen in de wijk zelf kan worden gedaan, betekent dat de behoefte dan afronding van fase 1 grofweg tussen de 1.460 en 1.660 m<sup>2</sup> bvo ligt. Het aanbod in complex Max meet momenteel al ca. 440 m<sup>2</sup> bvo, wat betekent dat er daarnaast een extra behoefte is van 1.020 tot 1.220 m<sup>2</sup> bvo. Dit is nog exclusief de behoefte aan meters aan bouwmarkten. Doordat de Praxis momenteel al in het gebied zit met een volledige volumineuze winkel en hierin in een behoefte voldoet, zal er zeker behoefte zijn aan de kleinere variant. Met het oog op de ontwikkeling van fase 2 zal de behoefte verder toenemen.

#### DISTRIBUTIEVE BEHOEFTE (DPO)

Door middel van een distributieve berekening (ook wel DPO) kan eveneens een indicatieve uitspraak worden gedaan voor de (toekomstige) behoefte aan het aantal winkelmeters in de Merwedekanaalzone. Aan de hand van diverse kengetallen (zoals de bestedingscijfers, vloerproductiviteit en het verwachte inwoneraantal) en door te werken met koopstromen, kunnen we in dit geval een indicatieve uitspraak doen voor de behoefte van de bewoners in de Merwedekanaalzone. Wij voeren de toets uit voor de volledige dagelijkse sector (o.a. versspeciaalzaken en drogisterijen) en de niet-dagelijkse sector.

De bestedingscijfers en vloerproductiviteit zijn als volgt:

- De bestedingscijfers (per hoofd) voor de sectoren zijn gebaseerd op de meeste recente gegevens over bestedingen opgenomen in de Omzetkengetallen 2019 (Panteia 2019, meest recente cijfers). De

bestedingen worden in het model constant verondersteld. In werkelijkheid zullen deze naar verwachting door onder andere de toename van bestedingen op het internet in alle sectoren in meer of mindere mate afnemen. Anderzijds nemen de bestedingen in bijvoorbeeld de dagelijkse sector ondanks de toename van online in deze sector de laatste jaren nog in grotere mate toe.

- Het gemiddeld inkomen van de inwoners van de Merwedekanaalzone is niet bekend. We weten ook niet met zekerheid hoe dit zich in de toekomst gaat ontwikkelen. Daarom gaan wij voorzichtigheidshalve uit van een welvaartsniveau gelijk aan het Utrechts gemiddelde. We achten dit reëel gezien de mix van type woningen die er gebouwd gaat worden. Het gemiddeld inkomen per inwoner in Utrecht ligt 7,7% hoger dan landelijk. De bestedingscijfers worden hiervoor gecorrigeerd (met een prijselasticiteit voor de dagelijkse sector van 0,4 en niet-dagelijkse sector van 0,7).
- De gemiddelde vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde winkel in een bepaalde sector per jaar en per m<sup>2</sup> wvo omzet (exclusief BTW). We gebruiken hier in lijn met de richtlijnen van de Omzetkenggetallen 2019 de 5-jaarsgemiddelden.

SECTOR	BESTEDINGEN IN WINKELS	VLOERPRODUCTIVITEIT
Supermarkten	€ 2.075	€ 527
Overig dagelijks	€ 8.037	€ 6.280
Niet dagelijks	€ 2.198	€ 1.783

TABEL 10 KENGETALLEN BESTEDINGEN EN VLOERPRODUCTIVITEIT (EXCL. BTW)  
Bron: o.b.v. Omzetkenggetallen, Panteia 2019

Binnen de Merwedekanaalzone wordt detailhandel mogelijk gemaakt dat vooral een functie heeft voor de bewoners van de wijk zelf, maar er zal een beperkte toevloeiing kunnen zijn van buiten de wijk (werknemers en omwonende nabij, zoals vanuit deelgebied 4). De distributieve toets heeft daarom de volgende overige kenmerken:

- **Inwoneraantal:** Uitgaande van de realisering van 4.250 woningen in fase 1. Samen met de huidige bewoners van het gebied wonen er in 2029 dan 8.400 mensen in het gebied. We zullen ook een doorberekening maken naar de behoefte bij afronding van fase 2. Dan wonen er ca. 11.270 in het gebied.
- **Binding dagelijks:** Voor de dagelijkse sector waaronder supermarkten, ligt over het algemeen de koopkrachtbinding in wijken met een volwaardig dagelijks cluster op een hoog niveau. Doordat het echter een hoogstedelijke ontwikkeling ingebakerd in een de bestaande stad is, gaan we hier uit van een koopkrachtbinding van 65% (gebaseerd op ervaringen elders). Dit houdt in dat 65% van alle dagelijkse bestedingen (ook supermarkten) door inwoners van de Merwedekanaalzone belandt in de kassa's van het dagelijks aanbod in de wijk zelf, de rest vloeit af, naar andere centra rondom zoals NOVA, Vondellaan en 't Goylaan (of naar internet).

- **Toevloeiing dagelijks:** We verwachten daarnaast enige toevloeiing van buiten de Merwedekanaalzone, o.a. door de aanwezigheid van bedrijvigheid, aantrekkelijke horeca en diverse leisurevoorzieningen. We gaan uit van een toevloeiing van ca. 20%. Deze toevloeiing betekent dat er 20 cent per euro die in de dagelijkse sector wordt besteed, afkomstig is van buiten het verzorgingsgebied. Per saldo vloeit er dus minder omzet toe van buiten de wijk naar het dagelijks aanbod in de Merwedekanaalzone, dan dat er afvloeit van de inwoners van de wijk naar elders.
- **Binding en toevloeiing niet dagelijks:** De binding en toevloeiing voor de niet-dagelijkse sector zal aanzienlijk lager liggen dan voor de dagelijkse sector. Het hier geprojecteerde niet-dagelijks aanbod is beperkt, verre van compleet en beperkt zich tot winkels met frequent benodigde artikelen als een bloemenwinkel, een opticien of een lectuurzaak. De binding en toevloeiing zijn dan naar verwachting ook beperkt. Voor de binding gaan we er van uit dat deze rond de 12,5% ligt (tussen de 10% en 15%). Voor de toevloeiing gaan we uit van maximaal 5%, vooral als gevolg van afgeleid bezoek aan de dagelijkse winkels.

	DAGELIJKS		OVERIG DAGELIJKS		NIET-DAGELIJKS	
	Fase 1	Incl. Fase 2	Fase 1	Incl. Fase 2	Fase 1	Incl. Fase 2
Inwoners	8.400	11.270	8.400	11.270	8.400	11.270
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.075	€ 2.075	€ 527	€ 527	€ 2.198	€ 2.198
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 17	€ 23	€ 4	€ 6	€ 18	€ 25
Bestedingspotentieel in € mln., incl. inkomenscorrectie	€ 18	€ 24	€ 5	€ 6	€ 19	€ 26
Koopkrachtbinding	65%	65%	65%	65%	12,5%	12,5%
Gebonden bestedingen in € mln.	€ 12	€ 16	€ 3	€ 4	€ 2	€ 3
Koopkrachttoevloeiing	20%	20%	20%	20%	5%	5%
Omzet door toevloeiing in € mln.	€ 3	€ 4	€ 1	€ 1	€ 0	€ 0
Totale bestedingen in € mln.	€ 15	€ 20	€ 4	€ 5	€ 3	€ 3
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m <sup>2</sup> wvo	€ 8.037	€ 8.037	€ 6.280	€ 6.280	€ 1.783	€ 1.783
<b>Indicatieve behoefte in m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>1.816</b>	<b>2.437</b>	<b>590</b>	<b>792</b>	<b>1.436</b>	<b>1.927</b>
<b>Indicatieve behoefte in m<sup>2</sup> bvo</b>	<b>2.270</b>	<b>3.046</b>	<b>738</b>	<b>990</b>	<b>1.795</b>	<b>2.408</b>

TABEL 11 DPO DETAILHANDEL MERWEDEKANAALZONE

Bij afronding van fase 1 is er behoefte aan 2.270 m<sup>2</sup> bvo aan supermarkten, 738 m<sup>2</sup> bvo aan overige dagelijkse detailhandel en aan ca. 1.800 m<sup>2</sup> bvo niet-dagelijkse detailhandel. Voor de niet-dagelijkse detailhandel betekent dat er ook exclusief de

reeds in het gebied gevestigde aanbod (1.795 m<sup>2</sup> bvo - Coolblue en telecomwinkel van 350 m<sup>2</sup> wvo en ca. 440 m<sup>2</sup> bvo = 1.355 m<sup>2</sup> bvo) bij de bouw van fase 1 al nagenoeg voldoende behoefte bestaat om de ca. 1.400 m<sup>2</sup> bvo aan niet-dagelijkse detailhandel te realiseren. Doordat binnen de gewenste 1.800 m<sup>2</sup> bvo ook de momenteel 4.253 m<sup>2</sup> wvo en daarmee ca. 5.300 m<sup>2</sup> bvo metende Praxis terugkomt in een kleinere variant (500 – 600 m<sup>2</sup> bvo), is de 1.800 m<sup>2</sup> bvo te verantwoorden. De Praxis heeft momenteel al een functie en door de woningbouw zal deze behoefte aan deze specifieke zaak alleen maar toenemen. Het toekomstige niet-dagelijkse aanbod meet daarmee aanzienlijk minder meters dan de huidige Praxis inneemt.

Voor supermarkten geldt dat na realisatie van fase 1 er ongeveer behoefte is aan een kleine 2.300 m<sup>2</sup> bvo. Dit is nagenoeg gelijk aan de wens om maximaal 3.500 m<sup>2</sup> bvo aan supermarktmeters te realiseren. Voor de overig dagelijkse sector geldt dat de behoefte na afronding van fase 1 op ca. 750 m<sup>2</sup> bvo ligt. Dit is iets lager dan het maximale metrage van 1.000 m<sup>2</sup> bvo<sup>26</sup>. Met de realisatie van fase 2 van de woningbouw wordt deze behoefte van 1.000 m<sup>2</sup> bvo wel gehaald. Daarbij zijn er diverse kwalitatieve argumenten die ondersteunen dat er iets meer meters toegestaan moeten worden.

#### KWALITATIEVE BEHOEFTE >>

Naast kwantitatieve toetsen zijn er ook kwalitatieve argumenten om het voorliggende programma aan detailhandel in de Merwedekanaalzone mogelijk te maken. De meest belangrijke kwalitatieve argumenten zijn:

- **Corona maakt ruim opgezette winkels nog belangrijker.** De coronatijd heeft duidelijk gemaakt dat voldoende ruimte essentieel is. Deze beperkt extra meters die bijvoorbeeld voor de supermarkten zullen dan nauwelijks ingezet worden voor een kwantitatief ruimer aanbod, maar meer voor een ruimere opzet van de winkels. Op deze manier is het dan wenselijk minimaal twee supermarkten van beide maximaal 1.250 m<sup>2</sup> bvo (ruime stadswinkels) te realiseren en daarnaast nog aanvullend dagelijks aanbod mogelijk te maken. Daarmee het voorziene dagelijkse aanbod een wenselijk metrage.
- **Fijnmazige structuur essentieel voor leefbaarheid en aantrekkelijkheid wijk.** De detailhandelsvestigingen geclusterd op twee plekken in de Merwedekanaalzone zorgen ervoor dat er een fijnmazige detailhandelsstructuur is voor de dagelijkse boodschappen. Dat de (toekomstige) bewoners van het gebied hun frequent benodigde aankopen nabij hun woning kunnen doen, bevordert de leefbaarheid van de wijk.
- **Mobiliteitsopgave Merwedekanaalzone vraagt om voorzieningen nabij.** De nabijheid van winkels is essentieel om de mobiliteitseisen en -wensen voor het gebied haalbaar te maken. In de Merwedekanaalzone geldt een parkeernorm van 0,3. Daarbij zullen auto's, en ook deels fietsen, worden geparkeerd in hubs aan de rand van de wijk. De wijk wordt daarmee

<sup>26</sup> De gemiddelde maat van de overige dagelijkse sector is in Utrecht ca. 100 m<sup>2</sup> bvo. Dit verschilt echter zeer per branche: een drogist is gemiddeld ca. 250 m<sup>2</sup> bvo.



volledig autovrij, waardoor de inwoners genoodzaakt zijn zich voornamelijk te voet en deels met de fiets te verplaatsen in de wijk. Het is daarom essentieel dat de inwoners op korte afstand van hun woning hun frequente boodschappen kunnen doen. Een detailhandelsaanbod gebaseerd op het toekomstige aantal inwoners kan hierin voorzien.

- **Retailclusters liggen in delen Merwedekanaalzone ontwikkeld in fase 1.** In fase 1 van de bouw van Merwedekanaalzone deelgebied 5 worden de gebieden waar retail is voorzien ontwikkeld. Op de plekken die over blijven voor de ontwikkeling van de woningbouw in fase 2 is detailhandel niet gewenst en/of niet mogelijk door o.a. geen distributiemogelijkheden. Doordat er sprake is van een hoogstedelijke bouw is het niet mogelijk om delen van de detailhandel pas in een later stadium te realiseren en wenselijk om meteen een volwaardig boodschappenaanbod te realiseren. Daarbij stimuleert de realisatie van detailhandel in de eerste fase ook gedragsverandering. De inwoners zullen meteen gewend zijn hun aankopen nabij te doen en zullen daarmee niet geneigd zijn de (deel)auto te pakken.
- **Passend bij een hoogstedelijke en dynamische wijk.** Detailhandel in een wijk zorgt voor dynamiek en levendigheid. Zeker supermarkten en andere dagelijkse en frequent bezochte niet-dagelijkse winkels trekken meermaals per week klanten naar zich toe. Dit zorgt voor dynamiek. Iets wat past bij het type wijk dat de Merwedekanaalzone moet worden.
- **Supermarkten op korte afstand essentieel.** In lijn met de te verwezenlijken mobiliteitsopgave en de hoogstedelijke wijk is het belangrijk dat de supermarkten op korte afstand van de bewoners komen te liggen. In stedelijke gebieden is het wenselijk dat bewoners op ca. 350 meter lopen van hun huis een supermarkt hebben. Gezien de langgerektheid van het gebied en het doel zo veel mogelijk bewoners in het gebied te laten lopen (zelfs in plaats van fietsen) zijn er supermarkten aan de noordkant en zuidkant van het deelgebied gewenst. Doordat deelgebied 4 geen eigen supermarkt krijgt, kan de winkel aan de noordkant van deelgebied 5 ook een functie hebben voor de toekomstige inwoners van deelgebied 4.
- **Ontmoetingsplek binnen de wijk.** Doordat de verschillende commerciële en maatschappelijke functies in grotere mate geconcentreerd worden de clusters in de wijken steeds belangrijker als ontmoetingsplek in de wijk. Daarbij wordt ook de verblijfskwaliteit door de aanwezigheid van de verschillende functies binnen de Merwedekanaalzone vergroot.

#### CONCLUSIE BEHOEFTE >>

- Op basis van de dichtheden is er na afronding van fase 1 behoefte aan ca. 2.400 tot 2.900 m<sup>2</sup> bvo supermarkten, ca. 1.100 m<sup>2</sup> bvo overig dagelijkse sector en ca. 1.020 tot 1.220 m<sup>2</sup> bvo niet-dagelijkse detailhandel. Dit betekent dat er voldoende behoefte is voor de minimale wens van meters voor de drie functies (max. 2.500 m<sup>2</sup> bvo supermarkten, max.1.000 m<sup>2</sup> bvo overig dagelijks en het minimale 1.075 m<sup>2</sup> bvo voor niet-dagelijks (hierbij kan echter de 600 m<sup>2</sup> bvo ten behoeve van de bouwmarkt nog bij opgesteld

worden). Met de kennis dat het inwonertal in fase 2 toeneemt, is er ook voldoende behoefte voor de maximale meters in de niet-dagelijkse detailhandel.

FUNCTIE	GEWENST M <sup>2</sup> BVO EXCL. BESTAAND	BEHOEFTE O.B.V. DICHTHEDEN		BEHOEFTE O.B.V. DPO		TOELICHTING
		FASE 1	FASE 2	FASE 1	FASE 2	
Supermarkten	2.200 – 2.500	2.363 – 2.867	3.170 – 3.846	2.270	3.046	Op basis van de dichtheden is het supermarktaanbod in alle situaties mogelijk. Bij de distributieve toets is de minimale 2.200 m <sup>2</sup> bvo ook goed mogelijk en het maximale bijna. Daarbij geldt dat de 2.500 m <sup>2</sup> bvo om kwalitatieve redenen mogelijk gemaakt worden. Zo is er gedragsverandering mogelijk en zijn er daarom twee supermarkten op korte afstand nodig. Met de maximale 1.250 m <sup>2</sup> bvo zijn het moderne wijksupermarkten, maar die geen aantrekkingskracht van buiten hebben.
Overig dagelijkse detailhandel	750 – 1.000	1.071 – 1.092	1.437 – 1.465	738	990	Er is voldoende behoefte om 750 tot 1.000 m <sup>2</sup> bvo aan overig dagelijkse detailhandel mogelijk te maken. Enkel is er in fase 1 nog niet voldoende behoefte aan het maximale metrage. Echter met het oog op de ontwikkeling van fase 2 en het beperkte metrage is het wenselijk om dit aanbod direct mogelijk te maken
Niet- dagelijkse detail- handel*	1.075 – 1.800 (incl. 500 – 600 m <sup>2</sup> bouwmar- kt)	1.021 – 1.218	1.520 – 1.784	1.355 + 600 bouw markt	1.968 600 bouw markt	Voor de niet-dagelijkse sector geldt dat op basis van de dichtheden ook na fase 1 het minimaal gewenste aantal m <sup>2</sup> bvo al te verantwoorden is. Na afronding van fase 2 is ook het maximum van 1.800 m <sup>2</sup> bvo gehaald. Voor de distributieve behoefte geldt hetzelfde. Na afronding van fase 1 is er naast de reeds gevestigde 440 m <sup>2</sup> bvo behoefte aan nog eens 1.355 m <sup>2</sup> bvo. Na realisatie van de woningen in fase 2 is er behoefte aan ruim 1.900 m <sup>2</sup> bvo. Doordat in de 1.800 m <sup>2</sup> ook de 500-600 m <sup>2</sup> bvo bouwmarkt is ingegrepen en dat deze er nu al zit, gaat het netto om een beperktere toevoeging

TABEL 12 OVERZICHT BEHOEFTE DETAILHANDELS AANBOD IN M<sup>2</sup> BVO - \* BIJ DE BEHOEFTE (ZOWEL BIJ DICHTHEDEN ALS DPO) VOOR DE NIET-DAGELIJKSE SECTOR IS DE 440 M<sup>2</sup> BVO BESTAAND AANBOD REEDS AFGETROKKEN

- Uit de indicatieve behoefte van de distributieve toets blijkt dat na afronding van fase 1 de minimaal gewenste meters voor respectievelijk de alle sectoren gehaald wordt. Voor de supermarkten en niet-dagelijkse sector valt ook het maximale metrage op basis van de behoefte te verantwoorden. Voor de overig dagelijkse sector geldt dat na afronding van fase 2 wel alle maximaal gewenste meters op basis van de distributieve

toets te verantwoorden. Daarnaast zijn er echter diverse kwalitatieve argumenten die ondersteunen dat in fase 1 al de volledige detailhandelsmeters mogelijk gemaakt kunnen worden.

- Zo is het belangrijk dat de dagelijkse winkels een ruime en moderne opzet krijgen. De coronacrisis toont aan dat klanten dit prettiger vinden. Het aanbod van (ruimere) winkels draagt bij aan de aantrekkelijkheid en levendigheid van de wijk. Ook is het, vanuit de mobiliteitsopgave, essentieel dat er voldoende mogelijkheden voor dagelijkse boodschappen in de Merwedekanaalzone zijn. Bewoners kunnen zich voornamelijk te voet of met de fiets verplaatsen, waardoor nabijheid essentieel is. Een cluster in de uitgerekte Merwedekanaalzone zou daarmee te beperkt zijn. Een supermarkt aan zowel de noord- als zuidzijde van het gebied kan hier beter in voorzien. Ook worden er in fase 2 geen plekken meer gerealiseerd die aantrekkelijk óf wenselijk zijn voor detailhandelsvestigingen (o.a. geen distributie mogelijk). Tot slot draagt detailhandel bij aan de dynamiek, zorgt het voor ontmoetingsplekken en past het bij een hoogstedelijke wijk.

### 3.5 RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN

In deze paragraaf staan de ruimtelijk-economische effecten van de voorgenomen realisatie van detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone centraal. Er is sprake van een toevoeging van maximaal 2.500 m<sup>2</sup> bvo aan supermarkten, 1.000 meter aan overig dagelijkse detailhandel en 1.200 m<sup>2</sup> bvo aan niet-dagelijkse detailhandel (berekening: 1.800 m<sup>2</sup> bvo voorzien – 600 m<sup>2</sup> bvo terugkerende bouwmarkt voorzien). Door deze uitbreiding kunnen bestaande voorzieningen nabij effecten opmerken.

Eerst gaan we in op de positieve effecten. Hierbij gaat het zowel over de (ruimtelijk-)economische effecten als over de effecten op de ruimtelijk-functionele structuur. Eerst staat centraal of er sprake is van een (ruimtelijke) structuurversterking: wordt de ruimtelijke structuur van de Merwedekanaalzone, Utrecht Zuidwest en de stad als geheel er beter van? Vervolgens staan de omzeteffecten op de bestaande en reeds geplande winkelstructuur centraal. Daarna is ingegaan op de effecten op leegstand en het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Tot slot is de komst van de detailhandelsmeters in Merwedekanaalzone getoetst aan de ladder en ander beleid.

ECONOMISCHE RUIMTELIJK IMPULS >>

ECONOMISCHE IMPULS VOOR DE MERWEDEKANAALZONE EN UTRECHT (ZUIDWEST)

De komst van het detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone zal een economische impuls geven in de vorm van:

- *Tijdelijke effecten:* Gedurende de realisering van het detailhandelsaanbod (inclusief o.a. bovengelegen woningen) ontstaat tijdelijke werkgelegenheid,

vooral in de bouwnijverheid. Maatgevend voor het bepalen van deze tijdelijke (project)effecten zijn de stichtings- en overige (inrichtings)kosten.

- *Structurele effecten:* De komst van winkels brengt niet alleen een tijdelijk effect gedurende de realisatiefase, maar ook een structureel werkgelegenheidseffect. Doordat binnen de Merwedekanaalzone verschillende supermarkten en andere winkels worden gesitueerd, zullen deze allen extra werkplekken opleveren. De werkgelegenheidsvraag betreft hoofdzakelijk lager en middelbaar geschoold personeel. Bekend is dat lager opgeleiden veelal dicht bij hun woning werk vinden/hebben. Het gros van het werkgelegenheidseffect zal dus toe te schrijven zijn aan de Merwedekanaalzone zelf, of omliggende wijken in Utrecht Zuidwest.

#### UITSTRALINGSEFFECTEN

Naast de genoemde economische effecten zal het project ook andere effecten hebben die lastig zijn te kwantificeren en moeilijk onder een noemer te vatten zijn. Dit zijn zogenaamde uitstralingseffecten. Relevant zijn onder meer:

- **Structuurversterking.** Door de realisatie van detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone is er per saldo sprake van structuurversterking. Immers, met een toekomstbestendig, modern en aantrekkelijk fijnmazig aanbod hebben de bewoners van de Merwedekanaalzone de beschikking over dit volwaardig dagelijks en frequent bezocht winkelaanbod nabij hun woning en op een perspectiefrijke locatie. Verkeersbewegingen worden daarbij beperkt.
- **Versterking vestigingsklimaat** Een aantrekkelijk detailhandelsaanbod nabij de bewoners dat aan de moderne maatstaven voldoet, draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners (verhoging woongenot) en daarmee aan het concurrentieprofiel van (de omgeving van) de Merwedekanaalzone en heel Utrecht Zuidwest.
- **Katalysator nieuwe investeringen en huurders.** Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de omgeving. Door de ontwikkeling en investering in een modern en passend detailhandelsaanbod wordt het gebied aantrekkelijker en zal het eerder nieuwe investeerders, huurders en bewoners aantrekken. Dit geldt met name voor de Merwedekanaalzone zelf, maar kan ook andere ondernemers stimuleren om door te ontwikkelen.

De genoemde uitstralingseffecten zijn het grootst in de directe projectomgeving, maar stralen ook uit naar buiten dat gebied.

#### EFFECTEN OP BESTAANDE STRUCTUUR >>

Uiteraard heeft de komst van detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone naast positieve economische en uitstralingseffecten ook mogelijke verdringingseffecten. Het zal immers gepaard kunnen gaan met omzetverlies van andere reeds gevestigde of geprojecteerde winkels en verkooppunten. Hoe groter de omzetclaim en hoe meer overlap met het gevestigde of geplande aanbod, des te groter het

verdringingseffect. Doordat het aanbod voornamelijk een omzetclaim uitoefent in het dagelijkse aanbod, treft het vooral het bestaande winkelaanbod in de dagelijkse sector.

De mate van verdringing voor individuele winkels, winkelgebieden en eventueel andere voorzieningen hangt vooral af van:

- **Overlap in formule en functie:** hoe meer gelijkenis met het format en overlap in functie (metrage, verzorgingsbereik, formule, prijsstelling, doelgroep), hoe groter het effect.
- **Verplaatsing en/of uitbreiding dan wel een nieuwe vestiging.** In aansluiting hierop speelt mee of het een uitbreiding of een nieuwe vestiging betreft. Bij een uitbreiding is de additionele omzetclaim beperkter dan die van een nieuwe winkel. In het geval van het detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone gaat het om nieuwvestiging. Doordat het aanbod echter voornamelijk gebouwd wordt voor de nieuwe inwoners van de Merwedekanaalzone zelf, ontstaat er ook een groot nieuw bestedingspotentieel.
- **Overlap in verzorgingsgebied en afstand** tot de winkels en andere voorzieningen: hoe groter de overlap, des te groter het effect. De afstand (in reistijd) tussen het project en de andere verkooppunten is maatgevend.
- **Het functioneren van het betreffende verkooppunt:** naarmate een winkel beter functioneert, zal de relatieve verdringing groter zijn en zal deze ook fors worden gevoeld in termen van winstgevendheid. Toch heeft het ook minder effect op het toekomstperspectief van een bestaand goed functionerend verkooppunt als deze ondanks de omzetafname goed of naar behoren blijft functioneren. Verkooppunten die al matig of slecht functioneren, lopen echter een groter gevaar onvoldoende perspectief te hebben als gevolg van de uitbreiding van het aanbod, gesteld dat er sprake is van overlap in functie, verzorgingsgebied en formule. Een kleine omzetafname heeft grotere effecten voor een verkooppunt dat reeds beperkte toekomstperspectieven heeft.

#### OMZETCLAIM SUPERMARKTEN

In de Merwedekanaalzone is maximaal 2.500 m<sup>2</sup> bvo aan dagelijkse detailhandel voorzien. Dit staat gelijk aan ca. 2.000 m<sup>2</sup> wvo (verhouding 0,8 m<sup>2</sup> wvo : 1,0 m<sup>2</sup> bvo). Op basis van de gemiddelde vloerproductiviteit van € 8.037 per m<sup>2</sup> wvo betekent dat rekenkundig een extra omzetclaim van circa € 16,7 miljoen op jaarbasis (excl. BTW). Momenteel is er nog geen supermarkt aanbod in de Merwedekanaalzone, daarom relateren we deze omzetclaim aan het reeds bestaande dagelijkse aanbod in de wijk Utrecht Zuidwest (8.166 m<sup>2</sup> wvo) Voor Zuidwest gaat het om een additionele claim van circa 25%.

Deze additionele claim van 25% op de huidige claim van het dagelijks aanbod vindt echter plaats tegen de achtergrond van een sterk toenemend inwoneraantal in Utrecht Zuidwest. Met de realisering van de Merwedekanaalzone (o.a. ook

deelgebied 4) neemt het inwonertal het stadsdeel toe met ruim 42% tot 2030<sup>27</sup>. Het verdringingseffect is per saldo dus negatief: Er komen meer mensen bij (grotere vraag) dan dat er een verdringingseffect plaats vindt. Het effect op het functioneren van het reeds gevestigde aanbod is niet zodanig dat er als gevolg van de realisering van het in de Merwedekanaalzone sprake is van uitval van gevestigd dagelijks detailhandelsaanbod Utrecht Zuidwest. Het aanbod krijgt naar verwachting zelfs een positieve impuls, doordat er meer bestedingen van de bewoners van de Merwedekanaalzone naar aanbod buiten de wijk afvloeit (bijvoorbeeld naar NOVA en de Vondellaan/Rijnlaan) dan er naartoe komt. Het omliggende aanbod zal daardoor netto meer profiteren van de woningbouw in de Merwedekanaalzone dan dat het gedupeerd wordt van de realisatie van 2.000 m<sup>2</sup> wvo / 2.500 m<sup>2</sup> bvo aan supermarkten in de wijk.

#### OMZETCLAIM OVERIGE DAGELIJKSE DETAILHANDEL

In de Merwedekanaalzone is maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo aan overig dagelijkse detailhandel voorzien. Dit staat gelijk aan ca. 800 m<sup>2</sup> wvo (verhouding 0,8 m<sup>2</sup> wvo : 1,0 m<sup>2</sup> bvo). Op basis van de gemiddelde vloerproductiviteit van € 6.280 per m<sup>2</sup> wvo betekent dat rekenkundig een extra omzetclaim van circa € 5 miljoen op jaarbasis (excl. BTW). Momenteel is er nog geen (dagelijks detailhandels)aanbod in de Merwedekanaalzone, daarom relateren we deze omzetclaim aan het reeds bestaande dagelijkse aanbod in de wijk Utrecht Zuidwest (4.642 m<sup>2</sup> wvo) Voor Zuidwest gaat het om een additionele claim van circa 17%. Deze additionele claim van 17% op de huidige claim van het dagelijks aanbod vindt echter net als bij supermarkten plaats tegen de achtergrond van een sterk toenemend inwoneraantal in Utrecht Zuidwest die groter is dan het verdringingseffect (42% groei).

#### OMZETCLAIM NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL

In de Merwedekanaalzone is maximaal 1.200 m<sup>2</sup> bvo aan nieuwe niet-dagelijkse detailhandel voorzien (berekening: maximaal 1.800 m<sup>2</sup> bvo – 600 m<sup>2</sup> bvo al gevestigd bouwmarkt aanbod). Dit staat gelijk aan ca. 960 m<sup>2</sup> wvo. Op basis van de gemiddelde vloerproductiviteit van € 1.783 per m<sup>2</sup> wvo betekent dat rekenkundig een extra omzetclaim van circa € 1,7 miljoen op jaarbasis (excl. BTW). Momenteel is er slechts een beperkt niet-dagelijks detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone, daarom relateren we deze omzetclaim eveneens aan het reeds bestaande dagelijkse aanbod in Utrecht Zuidwest. Het gaat om een additionele claim van circa 6%, exclusief de woonboulevard (14.993 m<sup>2</sup> wvo<sup>28</sup>). Hiervoor geldt in nog grotere mate dan voor de dagelijkse detailhandel dat de inwonersgroei van Utrecht Zuidwest velen malen groter is dan de additionele claim. Het niet-dagelijkse aanbod rondom de Merwedekanaalzone kan daarom geen negatieve effecten oplopen van de realisatie van maximaal 960 m<sup>2</sup> wvo/ 1.200 m<sup>2</sup> bvo extra niet-dagelijkse detailhandel in de nieuwbouwwijk.

<sup>27</sup> Utrecht in data

<sup>28</sup> Berekening: 117.035 m<sup>2</sup> wvo niet-dagelijkse detailhandel in Utrecht Zuidwest totaal – 102.042 m<sup>2</sup> wvo detailhandel woonboulevard = 14.993 m<sup>2</sup> wvo

## EFFECTEN OP LEEGSTAND EN WOON-, LEEF- EN ONDERNEMERSKLIMAAT &gt;&gt;

In Utrecht Zuidwest staat in totaal 8.523 m<sup>2</sup> wvo leeg, verspreid over 31 panden (exclusief de woonboulevard 4.270 m<sup>2</sup> wvo verspreid over 29 verkooppunten). Hiervan was ca. twee derde van de meters voorheen winkelruimte (ca. de helft van de panden)<sup>29</sup>. Deze leegstand betekent dat 5,5% van de meters en 9,7% van de verkooppunten (inclusief horeca en diensten) in het stadsdeel leeg staat. Exclusief de meters van de woonboulevard is dit respectievelijk 8,8% en 10,6%. Dit is voor beide indicatoren iets hoger dan in de gemeente Utrecht (dat zowel voor m<sup>2</sup> wvo en verkooppunten 8% bedraagt). De leegstand concentreert zich sterk in winkelcentrum NOVA. Hier gaat het om ca. 3.000 leegstaande m<sup>2</sup> wvo verspreid over 18 verkooppunten. Dit winkelcentrum wordt herontwikkeld, waarbij gezocht wordt naar een optimale (her)invulling.

Voor de toename van leegstand door de ontwikkeling van het detailhandelsaanbod gaan we er op basis van ervaringscijfers van uit dat elke 1% omzetzerving leidt tot een leegstandtoename van 0,5% van het huidige gevestigde aanbod. Immers, omzetzerving gaat niet 1-op-1 gepaard met een stijging van leegstand. Dit komt doordat een (kleine) omzetzerving ondernemers niet direct in de gevarenzone brengt. Daar waar dit mogelijk wel dreigt zullen ondernemers er alles aan doen de exploitatie te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten of ondernemersfee) en/of verhoging van de omzet. Mocht het aanbod (Q) toenemen, dan daalt de prijs (P) van vastgoed vermoedelijk, wat weer (meer) vraag oproept. Dit staat bekend als de prijselasticiteit van de vraag.

Zowel voor de supermarkten, overig dagelijkse als de niet-dagelijkse detailhandel geldt dat de inwonersgroei (sterk) groter is dan de omzetclaim van het nieuwe detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone. Hierdoor zal de ontwikkeling niet tot een dusdanig grote uitval of sterk oplopende leegstand leiden dat daarmee sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in het Zuidwesten van Utrecht of omgeving.

## EFFECTEN OP WINKELCENTRUM NOVA

We hebben kunnen constateren dat de ontwikkeling van het detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone nauwelijks van invloed is op het functioneren en perspectief van het aanbod rondom. Dit heeft alles te maken met het feit dat de ontwikkeling vooral een dagelijks aanbod kent dat bestemd is voor de bestaande en nieuwe inwoners van de wijk Merwedekanaalzone, terwijl bijvoorbeeld winkelcentrum NOVA als hoofdcentrum van het stadsdeel een veelomvattender functie heeft, en in die functie ook kan profiteren van de groei van het draagvlak in heel Zuidwest. Ondanks dat zal de (leegstand)situatie in het centrum de aandacht moeten krijgen die het verdient. De optimalisering die reeds ingezet is kan verder uitgewerkt worden en af zijn bij de eerste opleveringen in de Merwedekanaalzone. Op deze manier blijft de functie als stadsdeelcentrum

---

<sup>29</sup> Richtlijn Locatus

behouden en kan geprofiteerd kan worden van het fors groeiende aantal inwoners nabij. Het gaat hierbij zowel om investeringen in de winkels als om investeringen ten behoeve van de uitstraling van het gehele gebied (groen, bestrating). Investeren in de algehele verblijfskwaliteit is daarbij essentieel. Het doelgerichte winkelen wordt momenteel niet meer in stadsdeelcentra als NOVA gedaan (te groot, overdekt, parkeren suboptimaal). Het aanbod in NOVA zal diverser moeten en het aandeel detailhandel zal in verhouding kleiner moeten worden. Dit is geen effect dat veroorzaakt wordt door de ontwikkeling van detailhandel in de Merwedekanaalzone, maar is een generieke ontwikkeling die ook aan de orde zou zijn zonder de ontwikkeling in de Merwedekanaalzone.

#### DUURZAME ONTWRICHTING

Bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening hoort niet alleen dat het plan niet zal leiden tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. In de jurisprudentie geldt daarnaast als doorslaggevend criterium voor duurzame ontwricting de vraag of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen. Uitgaande van de komst van het voorliggende aanbod in de Merwedekanaalzone (maximaal 2.500 m<sup>2</sup> bvo supermarkten, 1.000 m<sup>2</sup> bvo dagelijks en 1.800 m<sup>2</sup> bvo niet-dagelijks) zal van een structuur-verstorende werking of 'duurzame ontwricting' geen sprake zijn. Inwoners uit Utrecht Zuidwest en Utrecht al geheel verkrijgen en behouden een toekomstbestendig wijkcentrum en een voldoende voorzieningenniveau op aanvaardbare afstand.

#### TOETS AAN BELEID >>

De bevindingen zoals die in dit hoofdstuk zijn gepresenteerd, worden hier afgezet tegen de beleidskaders, vanuit rijk (Ladder voor Duurzame Verstedelijking), provincie en gemeente.

#### TOETS AAN DE LADDER

*Is er behoefte aan de realisering van een detailhandelsaanbod van 2.200 tot 2.500 m<sup>2</sup> bvo supermarkten, 750 tot 1.000 m<sup>2</sup> bvo overige dagelijkse detailhandel en 1.075 – 1.800 m<sup>2</sup> bvo niet-dagelijkse detailhandel in de Merwedekanaalzone in Utrecht?*

Met in de uiteindelijke situatie van fase 1 met ca. 8.400 inwoners in de Merwedekanaalzone is er behoefte aan een volwaardig boodschappenaanbod. Kwantitatief is een volledig dagelijks en frequent bezocht niet-dagelijks aanbod te motiveren, zeker met het oog op de ontwikkeling van fase 2. Kwalitatieve argumenten versterken de behoefte aan detailhandel in de Merwedekanaalzone. Zo is het ook essentieel dat er minimaal twee supermarkten op twee verschillende plekken in het gebied gaan komen (noord- en zuidkant). Dit is belangrijk om de mobiliteitsopgave mogelijk te maken: bewoners moeten op korte afstand van hun



woning te voet (of met de fiets) hun boodschappen kunnen doen. Daarbij draagt het bij aan een aantrekkelijke en dynamische wijk en gaan de mogelijke locaties voor detailhandel allemaal in fase 1 al in ontwikkeling.

#### PROVINCIAAL EN GEMEENTELIJK BELEID

Zowel het provinciale als gemeentelijke beleid zetten volop in op het bestaande winkelaanbod. Ze maken echter ook beide de uitzondering dat nieuwe ontwikkelingen mogelijk zijn bij de realisering van (een groot aantal) woningen. In de Merwedekanaalzone is hier sprake van. Door detailhandel toe te voegen passend bij de behoefte van de eigen bewoners wordt de bestaande winkelstructuur niet door de ontwikkeling van de winkels in de Merwedekanaalzone aangetast. Daarbij wordt er voorzien in de behoefte van de gemeente Utrecht om een fijnmazige winkelstructuur in buurten en wijken te hebben. Daarbij is schaalvergroting van winkels (ruim opgezette winkels), met name supermarkten, ook passend binnen dit gemeentelijke beleid.

## 4 LADDERONDERBOUWING HORECA

In de Merwedekanaalzone is in totaal 1.500 tot 3.000 m<sup>2</sup> bvo aan horeca voorzien (inclusief bestaand aanbod). Daarnaast is voor een foodhal 2.000 m<sup>2</sup> bvo voorzien. De horecacategorieën B, D1, D2 en D3 worden toegestaan. B betreft zware horeca (tot hoofddoel heeft het verstrekken van dranken voor consumptie ter plaatse, al dan niet met als nevenactiviteit het verstrekken van maaltijden (zie Bijlage 2 voor volledige beschrijving)). Categorie D1 betreft middelzware horeca (tot hoofddoel heeft het verstrekken van maaltijden, en serveren van dranken en kleine consumpties voor consumptie ter plaatse), D2 is lichte horeca (daghoreca) en D3 is lichte horeca plus (dag- en avondhoreca met sluitingstijd van 23:00).

Naast de gewenste horeca als onderdeel van de twee retailclusters is er ook de wens om verspreid door de wijk horeca mogelijk te maken. Deze verspreide vestigingen zullen speciaal onderdeel uit maken van de creatieve hotspots, bij specials of bijvoorbeeld langs het Merwedekanaal gesitueerd worden.

Daarnaast is ook de realisatie van een **foodhal (in het fietsdepot)** van maximaal 2.750 m<sup>2</sup> bvo mogelijk. Hierbinnen geldt een verdeling in functies tussen **maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo horeca volgens foodhalconcept en maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo verkoop van maakindustrie (food en non-food) en circulair warenhuis (tweedehands)**. Doordat het gros van de meters wordt ingenomen door horeca, onderbouwen we het hele concept onder dit hoofdstuk.

	M <sup>2</sup> BVO	OPMERKINGEN
<b>Totaal voorzien horeca aanbod</b>	<b>1.500 – 3.000</b>	<b>Gewenst horeca aanbod</b>
<i>Reeds bestaand horeca aanbod Merwedekanaalzone (bestemmingsplangebied)</i>	<i>540</i>	<i>Zie tabel 12</i>
Toe te voegen meters horeca	960 – 2.460	Extra t.o.v. bestaand
<b>Foodhal (in fietsdepot)</b>	<b>0 – 2.750</b>	<b>Foodhalconcept incl. verkoop maakindustrie</b>
	0 – 1.750	Horeca volgens foodhalconcept
	0 – 1.000	Verkoop van maakindustrie (food en non-food) / circulair warenhuis (tweedehands)

TABEL 13 GEWENSTE METERS HORECA EN AL AANWEZIG AANBOD, EN MOGELIJKE METERS FOODHAL



FIGUUR 10 IMPRESSIE TOEKOMSTIGE INVULLING GEBOUW M - FIETSDEPOT - MET OP DE BEGANE GROND FOODHAL (HORECA) EN VERKOOP

Bron: Voorlopig ontwerp Stedenbouwkundig Plan Merwede

## 4.1 BELEIDSKADER EN TRENDS

### BELEIDSKADERS >>

#### PROVINCIAAL BELEID

Horeca wordt in de provinciale ontwerp omgevingsvisie (17 maart 2020) gezien als een belangrijke functie voor ontmoetingsplekken. De provincie wil dergelijke voorzieningen behouden en waar kan verder ontwikkelen.

#### GEMEENTELIJK BELEID

De gemeente Utrecht heeft haar visie op horeca opgenomen in het Ontwikkelingskader Horeca Utrecht 2018. Voor de verschillende gebieden wordt uitgegaan van profielgebieden. Voor het plangebied zijn de profielen 10 – Horeca in de wijk, 12 – bijzondere horeca op bijzondere locaties en 14 – creatieve hotspots passend (zie Bijlage 3 voor volledige typeringen van de profielen).

De gemeente ondersteunt de ontwikkeling van horeca door het hanteren van een regime van 'ja, mits...'. Voor nieuwe horeca, inclusief daarbij behorende terrassen geldt dat er in een woongebied per geval een afweging dient te worden gemaakt met het oog op de leefbaarheid van de wijk.

Voor het verkoopdeel in het fietsdepot is het detailhandelsbeleid (2015) van de gemeente relevant. Hierin wordt aangegeven dat beleving steeds belangrijker wordt. Nieuwe concepten willen de verschillende sectoren horeca, retail en cultuur graag combineren. In principe moet reguliere detailhandel zo veel mogelijk gecombineerd worden in clusters. Daarbij geeft de gemeente echter ook aan dat zij

samen met de markt en andere overheden anticipeert op de kansen en bedreigingen die er voor de detailhandel zullen zijn.

#### BELANGRIJKSTE TRENDS >>

- **Horeca is een groeisector.** In steden is het aanbod en de diversiteit aan horeca sterk groeiend. De consument besteedt haar of zijn tijd graag buiten de deur en heeft daarbij een andere perceptie van de prijs van eten en drinken. In steden worden er ook steeds meer kleine woningen gebouwd, met minder ruime kookmogelijkheden. Dit nodigt uit om buiten de deur te eten. Daarbij is horeca een extra voorziening voor het kantoorpersoneel.
- **Maar corona laat kwetsbaarheid zien.** Door corona en de daarmee gepaarde verplichte sluiting en beperkt aantal plekken na opening laten de kwetsbaarheid van horeca zijn. Diverse zaken zijn inmiddels omgevallen, o.a. doordat de marges beperkt zijn en een maandenlange sluiting dus niet mogelijk is om voort te bestaan. Op veel plekken zullen na een faillissement nieuwe concepten openen, maar het verloop in deze sector zal (net als voor de coronacrisis) gemiddeld hoog blijven.
- Groeiend belang **horeca in winkelstraat en -gebied.** Net als het groeiende belang van food in de winkelstraat, geldt dit ook voor horeca. Het is niet alleen het verlengstuk van een bezoek aan een winkel, maar ook andersom.
- **Vernieuwing, blurring** (binnen en buiten de sector): Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Anderzijds is er ook binnen de sector van vervaging sprake. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Bijvoorbeeld de boekhandel die ook koffie schenkt (zoals Dominicanen boekhandel en café in Maastricht) of kledingwinkel met café (voorbeeld Daens Utrecht).



FIGUUR 11 KETENVORMING EN HORECA IN EEN WINKELGEBIED: IMPRESSIE ANNE&MAX  
Bron: Instagram Anne&Max

- **Schaalvergroting, ketenvorming binnen horeca.** Deze ontwikkeling vindt op twee manieren plaats. Zo is er sprake van ketenvorming als succesvolle concepten verschillende vestigingen van hetzelfde concept openen. De schaal hierin is divers, van internationaal (Starbucks) tot op een lager schaalniveau. Daarnaast is er ook minder zichtbare ketenvorming.

Succesvolle ondernemers starten vestigingen met verschillende namen en een iets afwijkend concept.

- **Locaties met verhaal en karakter.** Consumenten zijn in steeds grotere mate op zoek naar horecalocaties die een verhaal vertellen. Oude fabrieken en bedrijfslocaties als plek voor restaurant, koffietent of club. Veelal komt het verhaal terug in het concept of de naam. Denk aan voormalige Club Trouw in het voormalige kantoor van de krant en restaurant WT in een voormalige watertoren. Veelal helpen dergelijke concepten ook goed met het op de kaart zetten van een gebied.
- **Foodhal.** Het concept van een foodhal is sinds vijf jaar steeds vaker voorkomend in Nederland. Een markthal/foodhal is veelal een blurring concept van verkoop en horeca, al zijn er ook concepten die volledig horeca (De Hallen Amsterdam) of meer detailhandel (De Markthal Rotterdam) zijn. Voor de Merwedekanaalzone gaat het om een horeca concept. Deze zaken zijn succesvol omdat er een divers eet- en drinkaanbod is (inspeelt op de individuele behoefte van de gast) en ook omdat het als een ontmoetingsplek fungeert. Waar eerst met name jonge stedelingen het concept bezochten, is het nu een trekker voor een groot deel van de bevolking in de stad (en ook steeds meer in minder stedelijke gebieden).
- Specifiek voor de verkoop van de **maakindustrie en een circulair warenhuis** geldt dat deze passen in de trend van een duurzamer leven, waarin lokale en hergebruikte producten centraal staan. Consumenten vinden duurzame producten steeds belangrijker. Dit kunnen zij invullen door tweedehands artikelen te kopen, waardoor de levenscyclus van dat product verlengd wordt. Tussen 2009 en 2019 nam het aantal tweedehandswinkels toe met 32,9 procent, volgens het CBS<sup>30</sup>. De stroming wordt vooral aangevoerd door millennials en Generatie Z. Deze groepen adopteren gebruikte kleding 2,5 maal sneller dan de gemiddelde consument<sup>31</sup> en daardoor naar verwachting sneller groeien dan 'fast fashion'. Maar ook door producten van lokale producenten te kopen, waarmee er bijgedragen wordt aan de lokale economie (onder het mom van support your locals), maar ook uitstoot van transport wordt beperkt.

## 4.2 (ONTWIKKELING VAN DE) VRAAGZIJDE VAN DE MARKT

De horeca in de Merwedekanaalzone zal verschillende doelgroepen kennen:

1. **Bewoners Merwedekanaalzone.** De in de toekomst ca. 8.400 inwoners na afronding van fase 1 van de woningbouw. Na fase 2 zullen dit ca. 11.270 inwoners zijn. Doordat er echter momenteel al ca. 1.470 bewoners aanwezig zijn en horeca in het gebied gevestigd is, gaan we de extra behoefte berekenen. In fase 1 komen er in totaal op 6.930 inwoners en na afronding van

<sup>30</sup> <https://www.parool.nl/nieuws/zo-goed-als-tweedehands~bea56bb8/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.nl%2F>

<sup>31</sup> Uit het 2019 Resale Report van thredUP, een marktleidend tweedehandsplatform

(<https://www.deondernemer.nl/innovatie/duurzaamheid/tweedehands-gebruikte-goederen~1999060>)

fase 2 op 9.800 inwoners. Op basis van de verwachte doelgroep (gemiddeld kleine, jonge huishoudens in een hoogstedelijk milieu) in de Merwedekanaalzone en de bijbehorende gemiddelde horecabesteding per inwoner kan een hogere horecadekking dan verwacht worden dan op basis van het gemiddelde van Utrecht.

2. **Werknemers.** De ruim 1.000 (toekomstige) werknemers in de Merwedekanaalzone zelf. Dit zijn veelal werknemers die nu ook al bij de creatieve bedrijvigheid in het gebied werkzaam zijn.
3. **Bezoekers.** De horeca in de Merwedekanaalzone zal naar verwachting ook bezoekers uit de rest van de gemeente Utrecht trekken. Momenteel trekken gevestigde horecagelegenheden al klanten vanuit de hele stad. Momenteel wonen er 357.719 inwoners in de gemeente en in 2030 zal dit gegroeid zijn naar 431.903 inwoners<sup>32</sup> (inclusief de Merwedekanaalzone).

Voor de **foodhal met verkoop maakindustrie geldt dat deze zeker een functie heeft voor de gehele stad Utrecht**. Het concept bestaat momenteel nog niet in de gemeente, heeft door de uniciteit een grotere trekkracht en zal daarom klanten uit de hele stad trekken.

## 4.3 (ONTWIKKELING VAN HET) AANBODZIJDE VAN DE MARKT

### HUIDIGE AANBODSTRUCTUUR >>

De (omgeving) van de Merwedekanaalzone kent momenteel de volgende aanbodstructuur van horeca (exclusief hotels):

- **Merwedekanaalzone.** In het gebied zijn momenteel al diverse horecagelegenheden aanwezig. Naast de definitieve vestiging van de Subway in het complex Max, zijn er nog horecagelegenheden bij de creatieve broedplaatsen Vechtclub XL (De Klub), Kanaal30 en De Stadstuin die in meer en mindere mate continue openingstijden kennen. Daarnaast zijn er op het OPG terrein naast De Klub ook nog een brouwerij De Kromme Haring met café en ontbijtzaak Froh all day breakfast. In totaal meet het aanbod ca. 720 m<sup>2</sup> bvo. Binnen het bestemmingsplangebied is al 540 m<sup>2</sup> bvo gevestigd (aanbod exclusief de Subway).
- **Utrecht Zuidwest.** In het stadsdeel Utrecht Zuidwest, waar de Merwedekanaalzone in ligt, is in totaal 4.244 m<sup>2</sup> wvo aan horeca gevestigd, verspreid over 56 verkooppunten (Locatus). Het grootste aanbod ligt binnen winkelcentrum NOVA (8 vestigingen) en aan de Vondellaan (Balijelaan)/Rijnlaan (10 vestigingen). In winkelcentrum NOVA zijn verschillende horeca aanbieders gevestigd, waaronder verschillende grillrooms en een Halal Fried Chicken. Brasserie Vrienden en Brood bij Alex zijn meer lunchzaken. Op de Vondellaan/Rijnlaan zit een mix van

<sup>32</sup> Utrecht in cijfers, 2020

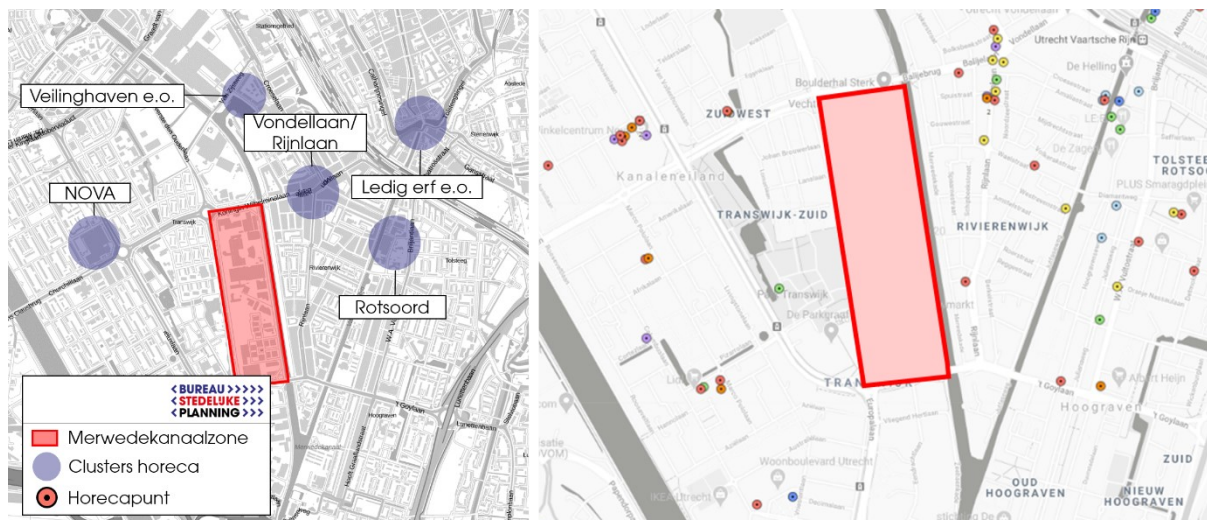
verschillende fastservice zaken als Domino's en Subway, daarnaast trekt de Lorenzo ijssalon in de zomer veel klanten.

KAART	NR	NAAM	M <sup>2</sup> BVO <sup>33</sup>
	1	De Klub	170
	2	Brouwerij de Kromme Haring	85
	3	Froh all day breakfast	85
	4	Kanaal030	100
	5	De Stadstuin	100
	<b>Totaal bestemmingsplangebied</b>		<b>540</b>
6	Subway	180	
<b>Totaal verzorgingsgebied</b>		<b>720</b>	

TABEL 14 HUIDIG HORECA AANBOD IN DE MERWEDEKANAALZONE

Bron: Locatus, BAGviewer, gemeente Utrecht

- **Veilinghaven e.o.** Een aanbod in een kwalitatief hoger segment is gevestigd rondom de Veilinghaven. Hier zitten verschillende restaurants als Beers & Barrels en Fico, die veelvuldig kantoorpersoneel ontvangen. Ook op de Croeselaan zitten diverse restaurants als The Greenhouse en De Pomp.



FIGUUR 12 AANBODSTRUCTUUR HORECA RONDOM DE MERWEDEKANAALZONE (CLUSTERS LINKS EN VESTIGINGEN RECHTS)

Bron: Locatus juli 2020

<sup>33</sup> Enkel de Subway is opgenomen in Locatus. De overige meters zijn een inschatting op basis van informatie van de gemeente Utrecht en BAGviewer

- **Rotsoord.** Een meer divers en uniek aanbod dat iets weg heeft van het huidige aanbod in de Merwedekanaalzone is gevestigd bij Rotsoord. Dit gebied heeft zich afgelopen jaren ontwikkeld tot een sterk horeca cluster en aantrekkelijk alternatief voor de binnenstad. Zo is de verplaatsing van LE:EN naar dit gebied belangrijk geweest en heeft het gebied met WT urban kitchen, Het ketelhuis, camping Ganspoort en Taplokaal Gist belangrijke trekkers.

#### ONTWIKKELINGEN VAN DE AANBODZIJDE VAN DE MARKT >>

- In de Merwedekanaalzone deelgebied 4 ten noorden van de projectlocatie is in het bestemmingsplan voorzien dat er horeca maximaal 250 m<sup>2</sup> bvo (exclusief kelder) mogelijk is in het Jongeriuscomplex (momenteel voornamelijk vergaderruimtes)<sup>34</sup>. Voor nieuwe horeca in het woongebied worden concrete initiatieven afgewacht en in dat geval bekeken op ruimtelijke inpassing, echter wordt de Wilhelminawerf wel gezien als een locatie waar horeca aan de haven wenselijk zou zijn.
- In het ontwikkelingsgebied de Cartesiusdriehoek aan de noordkant is ook een foodhal van maximaal 2.000 m<sup>2</sup> bvo voorzien. Deze foodhal staat in het ontwerp bestemmingsplan omschreven als: *Een specifieke vorm van de functie horeca met een veelvoud van zelfstandig functionerende eet- en drinkkramen, waarbij wel sprake kan zijn van één huurder/hoofdexploitant, niet gericht op zelfbediening, aangevuld met ondersteunde detailhandel/uitgiftepunten, die functioneert als één bijzonder totaalconcept. De verhouding horeca/detailhandel heeft een maximale verhouding van 75/25%.*

## 4.4 BEHOEFTE(ONTWIKKELING)

In deze paragraaf gaan we in op de behoefte(ontwikkeling) van:

- horeca in de Merwedekanaalzone; en,
- specifiek op de behoefte aan een foodhal (horeca) en verkoop maakindustrie/circulair warehouse in Utrecht.

#### KWANTITATIEVE BEHOEFTE HORECA >>

Voor de kwantitatieve analyses trekken we de behoefte aan horeca in de wijk (1.500 tot 3.000 m<sup>2</sup> bvo, **waarvan 940 tot 2.460 m<sup>2</sup> bvo extra** ten opzichte van de huidige situatie) en de foodhal (2.000 m<sup>2</sup> bvo) uit elkaar. Dit omdat de foodhal een dusdanig ander karakter, verzorgingsbereik en maatvoering heeft dan het overige horeca aanbod in de Merwedekanaalzone.

<sup>34</sup> Bestemmingsplan - Merwedekanaalzone deelgebied 4, Defensieterrein



## KWANTITATIEVE EXTRA BEHOEFTE HORECA

De **kwantitatieve extra behoefte voor horeca** berekenen we aan de hand van dichtheden. Op basis van dichtheden in aantal verkooppunten per 10.000 inwoners en aantal meters per 100 inwoners op verschillende schaalniveaus kunnen we een inschatting maken van de toekomstige extra behoefte voor de Merwedekanaalzone.

Voor de Merwedekanaalzone wordt een fijnmazige horecastructuur voorzien die buiten een functie voor de eigen bewoners, ook een functie kent voor de werknemers en de inwoners van de rest van Utrecht. Voor de bewoners moet er op verschillende hoeken van de wijk horeca mogelijk zijn.

De structuur van kleinschalige horecaconcepten zoals in Utrecht Oost is daarmee ook in het de hoogstedelijke Merwedekanaalzone passend. In tegenstelling voor Zuidwest geldt dat de horecadichtheid zeer laag is, mede door lage bestedingsniveau huidige bewoners. Dit is een structuur die niet past en wenselijk is voor een leefbaar Merwede. Daarbij kent de Merwedekanaalzone met o.a. het karakteristieke OPG-terrein en ligging aan het Merwedekanaal voor Utrecht Zuidwest unieke kwaliteiten die om een aantrekkelijk horeca aanbod vragen.

EXTRA BEHOEFTE HORECA M <sup>2</sup>	NL	UTRECHT INCL. BINNENSTAD	UTRECHT EXCL. BINNENSTAD	ZUIDWEST	OOST
Dichtheid m <sup>2</sup> wvo (per 100 inwoners)	39,3	26,3	14,2	11,0	27,1
<b>Vertaling naar Merwedekanaalzone fase 1 (extra behoefte m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>2.726</b>	<b>1.820</b>	<b>985</b>	<b>761</b>	<b>1.879</b>
<i>Extra behoefte in m<sup>2</sup> bvo<sup>35</sup></i>	<i>3.407</i>	<i>2.275</i>	<i>1.231</i>	<i>952</i>	<i>2.349</i>
Totale extra behoefte na fase 1 plus 540 m <sup>2</sup> bvo bestaand	3.947	2.815	1.771	1.492	2.889
INCLUSIEF FASE 2					
<b>Vertaling naar Merwedekanaalzone, incl. fase 2 (extra behoefte m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>3.855</b>	<b>2.574</b>	<b>1.393</b>	<b>1.077</b>	<b>2.657</b>
<i>Extra behoefte in m<sup>2</sup> bvo<sup>36</sup></i>	<i>4.818</i>	<i>3.218</i>	<i>1.741</i>	<i>1.346</i>	<i>3.322</i>
Totale extra behoefte na fase 2 plus 540 m <sup>2</sup> bvo bestaand	5.358	3.758	2.281	1.886	3.862

TABEL 15 BEHOEFTE HORECA EIGEN INWONERS (EXCLUSIEF HOTEL) OP BASIS VAN DICHTHEDEN METERS  
Bron: Locatus juli 2020 (voor Utrechtse kengetallen) en Horeca DNA (voor Nederland)

Op basis van de dichtheden kunnen we de toekomstige vraag voor de inwoners na afronding van fase 1 van de Merwedekanaalzone berekenen. Uitgaande van 6.930 extra inwoners na afronding van fase 1 is er afhankelijk van de benchmark behoefte aan ca. 950 tot 3.400 m<sup>2</sup> bvo aan extra horeca. Deze twee uitersten,

<sup>35</sup> Uitgaande van verhouding 0,8 m<sup>2</sup> wvo : 1,0 m<sup>2</sup> bvo

<sup>36</sup> Uitgaande van verhouding 0,8 m<sup>2</sup> wvo : 1,0 m<sup>2</sup> bvo

respectievelijk Utrecht Oost en Nederland, zijn echter beide niet volledig te projecteren op de Merwedekanaalzone. Utrecht Zuidwest kent een zeer lage dichtheid en de Merwedekanaalzone wordt een ander type wijk dan bijvoorbeeld Transwijk en Kanaleneiland zijn. Voor de Nederlandse dichtheid geldt dat de gemiddelde maat van de Utrechtse horeca aanzienlijk groter is dan van Utrecht (namelijk 164 m<sup>2</sup> versus 95 m<sup>2</sup>). Deze gemiddelde maat vertekent het beeld.

Voor de Merwedekanaalzone geldt dat het een hoogstedelijke wijk moet worden met een mix in aanbod. Zoals eerder aangegeven is de mix van diverse kleine en grotere horecazaken kenmerkend voor Utrecht Oost. Op basis van de dichtheid van Utrecht Oost van 27,1 m<sup>2</sup> wvo horeca per 100 inwoners is er **voor de ca. 6.930 extra bewoners van de Merwedekanaalzone na afronding van fase 1 behoefte aan ca. 1.880 m<sup>2</sup> wvo en ca. 2.350 m<sup>2</sup> bvo horeca**<sup>37</sup>. In de huidige situatie is al ca. 540 m<sup>2</sup> bvo in de wijk aanwezig. De totale behoefte na afronding van fase 1 betreft daarmee ca. 2.889 m<sup>2</sup> bvo. Het totaal gewenste metrage van maximaal 3.000 m<sup>2</sup> bvo wordt daarmee nog niet gehaald.

Met de verdere groei van de Merwedekanaalzone door **de bouw van fase 2** en in totaal 11.270 inwoners in het gebied zelf waarvan 9.800 extra ten opzichte van de bestaande situatie, is er op basis van de dichtheid in Oost een extra behoefte aan **ca. 3.320 m<sup>2</sup> bvo horeca**. Ook hiervoor geldt dat inclusief de bestaande er een totale behoefte aan horeca is van ca. 3.800 m<sup>2</sup> bvo. Deze extra behoefte kan mogelijk in het ontwikkelgebied van fase 2 gefaciliteerd worden (indien die behoefte dan nog steeds dusdanig groot is).

Met een **totale behoefte van 2.889 m<sup>2</sup> bvo valt de gewenste 3.000 m<sup>2</sup> bvo voor het bestemmingsplan te verantwoorden**. Deze iets grotere maatvoering kan ook ingezet worden voor niet voor publiek toegankelijke meters. Zo heeft de Kromme Haring momenteel al een combinatie tussen een brouwerij en café.

EXTRA BEHOEFTE VERKOOPPUNTEN	NL	UTRECHT (INCL. BINNENSTAD )	UTRECHT (EXCL. BINNENSTAD )	ZUIDWEST	OOST
Dichtheid verkooppunten (per 10.000 inwoners)	24,0	27,7	16,3	14,5	33,0
<b>Vertaling naar aantal verkooppunten Merwedekanaalzone (fase 1)</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>23</b>
<i>Vertaling naar aantal verkooppunten Merwedekanaalzone (incl. fase 2)</i>	<i>24</i>	<i>27</i>	<i>16</i>	<i>14</i>	<i>32</i>

TABEL 16 EXTRABEHOEFTE HORECA EIGEN INWONERS (EXCLUSIEF HOTEL) OP BASIS VAN DICHTHEDEN VERKOOPPUNTEN

Bron: Locatus juli 2020 (voor Utrechtse kengetallen) en Horeca DNA (voor Nederland)

<sup>37</sup> Berekening: dichtheid horeca Utrecht Oost 27,1 m<sup>2</sup> wvo per 100 inwoners \* (8.400 inwoners na afronding fase 1 / 100) = 3.056 m<sup>2</sup> wvo → is ongeveer 3.820 m<sup>2</sup> bvo

Ingezoomd op de dichtheden van verkooppunten is er behoefte aan gemiddeld ca. 16 extra verkooppunten in horeca (minimaal 10, maximaal 23). Op basis van de dichtheid van Utrecht Oost is er echter behoefte **aan ca. 23 verkooppunten na afronding van fase 1**<sup>38</sup>. Uitgaande van de ca. 2.349 m<sup>2</sup> bvo horeca betekent dit ca. 100 m<sup>2</sup> bvo per vestiging. Bij een hoogstedelijke wijk als de Merwedekanaalzone past een dergelijke niet te ruime maat. Na afronding van fase 2 is dit een vergelijkbare gemiddelde maatvoering (3.322 m<sup>2</sup> bvo / 32 vestigingen = 104 m<sup>2</sup> bvo per vestiging).

#### INZICHT MAATVOERING HORECACLUSTERS UTRECHT GEFOCUST OP BEZOEKERS

Doordat de horeca in Merwedekanaalzone naar verwachting een bovenwijkse functie krijgt en ook bezoekers van buiten de buurt aantrekken (werknemers en bezoekers) geven we ook nog een inzicht in welke omvang trekkende horecaclusters in Utrecht veelal hebben. Een foodhal zeker, maar ook momenteel al gevestigde horecavestigingen zoals De Klub hebben veelal een aantrekkingskracht op de hele stad. Dit kan komen door een grotere maatvoering of een uniek concept, maar ook door een aantrekkelijke clustering en locatie waardoor deze clusters een groter bereik hebben.

Aan de hand van enkele op zich zelf functionerende horecaclusters in Utrecht is na te gaan hoe groot dit type (bovenwijks) aanbod veelal is:

GEBIED	OMVANG (M <sup>2</sup> WVO)	OMVANG (OMGEREKEND NAAR M <sup>2</sup> BVO)
Veilinghaven	650	800
Rotsoord	1.400	1.750
Ledig erf, Ooster- en Westerkade	1.450	1.800
Vleutenseweg	950	1.200

TABEL 17 HORECACLUSTERS IN UTRECHT (AFGROND OP 50-TALLEN)

Bron: Locatus juli 2020, aangevuld met BAG viewer van kadaster indien vestigingen ontbreken

De maat van het op zichzelf functionerende horecacluster aanbod in Utrecht meet gemiddeld tussen de 800 en 1.800 m<sup>2</sup> bvo. Gezien het feit dat het huidige aanbod in de Merwedekanaalzone momenteel al een eigen aantrekkingskracht vanuit de stad genereert, achten wij het realistisch dat een dergelijk cluster ook in de Merwedekanaalzone kan functioneren.

Indien er een foodhal (horecaconcept) in het fietsdepot komt geldt dit nog sterker en kan het aanbod ook ruimer zijn. Dit omdat de foodhal zelf ook al een ruim metrage invult, maar ook omdat het concept ontbreekt in Utrecht en daarmee een gat qua behoefte opvult. Een dergelijk concept zal dan ook een eigen vraag en behoefte genereren, waardoor het cluster groter kan zijn dan de huidige bestaande clusters in Utrecht.

<sup>38</sup> Berekening: dichtheid horeca Utrecht Oost 33,0 vestigingen per 10.000 inwoners \* (8.400 inwoners na afronding fase 1 / 10.00) = 28

## KWANTITATIEVE BEHOEFTE FOODHAL (HORECA + VERKOOP) &gt;&gt;

**De foodhal in gebouw M – een uniek concept**

In het huidige fietsdepot (gebouw M) aan het Merwedekanaal moet in de toekomst een bijzonder concept een plek krijgen. Het moet een levend laboratorium worden waarin lokale productie kan plaats vinden, in combinatie met een ontmoetingsfunctie en verkoop. De productie is een mix van urban farming (food) en maakindustrie, waarvan deels momenteel al in het gebied gevestigd en producerend. Daarbij moet er ook een educatiecentrum voor duurzame voedselproductie komen.

Om de ontmoeting te bevorderen zal de begane grond ingericht worden als foodhal. Hier is een mix van horeca (maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo) en verkoop van maakindustrie en tweedehands (maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo) voorzien. De verkoop van maakindustrie bestaat uit zowel food als non-food producten. Deze food-producten worden aangeleverd door o.a. de urban farm OneFarm die een plek krijgt op verdieping. OneFarm is opgericht om een bijdrage te leveren aan een duurzame, grootschalige voedseltransitie. Maar ook de verkoop van bijvoorbeeld bier van brouwerij de Kromme Haring, die momenteel al in de Merwedekanaalzone gevestigd is, zal hier plaats vinden.



FIGUUR 13 CONCEPT UITWERKING MENU

Bron: MENU gebouw M – o.a. Lingotto en Janssen de Jong projectontwikkeling

## KWANTITATIEVE BEHOEFTE FOODHAL (HORECA)

Voor het **horeca aanbod in de foodhal** zoomen we in op een benchmark van grote steden in Nederland. Een dergelijke benchmark geeft inzicht in hoeveel inwoners er gemiddeld noodzakelijk zijn voor een succesvolle foodhal. In onderstaande tabel zijn de grote steden in Nederland met een foodhal opgenomen. In sommige gevallen geldt dat een vestiging iets meer richting food court gaat dan een foodhal. Omdat deze scheidslijn geen duidelijk afgebakende is, zijn deze concepten ook opgenomen.

STAD	AANTAL FOODHALLEN	NAAM	(INSCHATTING) M <sup>2</sup> BVO
Amsterdam	3	De Foodhallen	1.000
		World of Food	2.000
		Market 33	673
Rotterdam	2	Foodhallen Rotterdam (Wilhelminapier)	1.700
		Fenix Food Factory	550
Den Haag	3	Mingle Mush	1.400
		Barn 47	Onbekend
		Hofhouse	1.000
Eindhoven	2	Het Veem	2.000
		DOWN TOWN Gourmet Market	1.600
Deventer	1	FoodDock	325
Enschede	1	Twentsche foodhal	1.500
Zaandam	1	Yada Yada Market (ook verkoop)	Onbekend

TABEL 18 BENCHMARK FOODHAL

Bron: Van Spronsen en Partners - Foodhal in beeld (2018), Google maps, BAGviewer

Utrecht heeft in Hoog Catharijne een foodcourt. Deze heeft echter een andere functie dan echte foodhallen als de Foodhallen in Amsterdam en de Fenix Food Factory in Rotterdam. Waar de Food Court in Hoog Catharijne een verlengstuk is van het bezoek aan dit winkelcentrum en/of de binnenstad van Utrecht, is een foodhal als in de Merwedekanaalzone mogelijk is, een trekker op zich.



FIGUUR 14 FOODHAL DOWN TOWN GOURMET MARKET EINDHOVEN

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Niet alle foodhallen presteren even goed. Zo weten wij dat Vershal het Veem in Eindhoven op Strijp-S het moeilijk heeft, maar dat DOWN TOWN Gourmet Market in diezelfde stad het zeer goed doet. Utrecht kent momenteel geen echt foodhal concept. Uit de benchmark wordt duidelijk dat **alle vier de andere grote steden van Nederland meerdere foodhal-concepten** kennen. Ook diverse kleinere steden, o.a. Deventer en Enschede, hebben hun eigen foodhal. Op basis van deze benchmark is het **passend dat ook Utrecht ook een dergelijk concept kent en dat de Merwedekanaalzone**

**in deze behoefte kan voorzien**, zelfs als er ook een foodhal-concept in de Cartesiusdriehoek land.

Op basis van de gemiddelde meters van de foodhallen blijkt dat deze gemiddeld wat kleiner zijn dan de maximaal mogelijke 1.750 m<sup>2</sup> bvo in de Merwedekanaalzone. Gemiddeld meten de vestigingen ongeveer tussen de 500 en 1.500 m<sup>2</sup> bvo. Daarmee lijkt de 1.750 m<sup>2</sup> bvo in de Merwedekanaalzone aan de grote kant. Wel kan deze ruimte ingezet worden voor een ruimtelijke opzet van bijvoorbeeld de zitplekken of de realisatie van een speelhoek.

#### KWANTITATIEVE BEHOEFTE FOODHAL (VERKOOP MAAKINDUSTRIE EN CIRCULAIR WARENHUIS (TWEEDEHANDS))

Voor de **maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo ten behoeve van de verkoop van de maakindustrie en/of een circulair warehouse** kijken we o.a. naar de dichtheid van tweedehands winkels in de gemeente Utrecht. Daarmee voldoet de vergelijking met het voorliggende concept in het fietsdepot niet volledig, zeker voor het deel verkoop van de maakindustrie. Dit laatste is echter een dusdanig nieuw concept, dat hier nog nauwelijks kengetallen van bekend zijn.

Doordat de verkoop van tweedehands artikelen om o.a. duurzaamheidsredenen sterk stijgt, is het wenselijk dat de dichtheid voor tweedehandszaken in de gemeente Utrecht minimaal op het huidige (dichtheids)niveau blijft (dichtheid: m<sup>2</sup> wvo tweedehandszaken per 1.000 inwoners). Momenteel is er een dichtheid van 28,9 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners in de gemeente Utrecht gevestigd aan tweedehandswinkels (in Locatus indeling de branches 2Eh diversen, kleding en boeken).

	TOENAME BEHOEFTE UTRECHT TOT 2030
Dichtheid m <sup>2</sup> wvo tweedehands per 1.000 inw. Gemeente Utrecht	28,9
Toename inwoners gemeente Utrecht tot 2030	74.184
<b>Toename behoefte m<sup>2</sup> wvo tot 2030</b>	<b>2.144</b>
<i>Toename behoefte in m<sup>2</sup> bvo tot 2030</i>	<i>2.680</i>

TABEL 19 TOENAME BEHOEFTE TWEEDEHANDS WINKELMETERS TOT 2030 (TEN TIJDE VAN ONTWIKKELING FASE 1 WONINGBOUW MERWEDE)

Bron: Locatus juli 2020

Met de toename van het aantal inwoners in de gemeente Utrecht van de huidige 357.719 tot 431.903 inwoners tot aan het begin van 2030, neemt ook de behoefte aan winkelmeters toe. De ca. 74.000 extra inwoners van gemeente genereren op basis van de huidige dichtheid aan tweedehands winkelmeters een **extra behoefte van 2.144 m<sup>2</sup> wvo en 2.680 m<sup>2</sup> bvo**.

Deze extra meters zullen niet enkel aan de Merwedekanaalzone toegewezen kunnen worden. Zo zal een deel van meters zeker in bijvoorbeeld de binnenstad (momenteel 22% van de meters en 35% van de verkooppunten in de binnenstad) of

een van de stadsdeelcentra passen. Doordat er echter een groot deel van de nieuwe inwoners van Utrecht in het stadsdeel Zuidwest komt te wonen is het wel wenselijk dat een deel van de extra behoefte ook hier wordt gesitueerd (samen met het stadsdeel Leidsche Rijn het snelst groeiende stadsdeel, zowel als aandeel van de totale toename inwoners Utrecht, als gerelateerd aan het huidige inwonertal). Op basis van een evenredige verdeling over de inwonerstoename van de stadsdelen kan ca. 600 m<sup>2</sup> bvo<sup>39</sup> van de toename behoefte aan tweedehands winkels worden toegewezen aan Zuidwest. Doordat de Merwedekanaalzone (deelgebied 5) een van de weinige ontwikkelingsgebieden binnen Zuidwest is en het hier binnen een bijzonder circulair concept gesitueerd kan worden, is het passend dat hier een deel van de extra behoefte land.

**Zaken waar het maken van producten gemaakt worden en ook ter plekke verkocht** worden zijn er steeds meer. Zo zijn er bijvoorbeeld verschillende bedrijven in 'De Nieuwe Stad' in Amersfoort waar producten gemaakt worden en ook verkocht (Mechanieker knapt oude fietsen volledig op, studioZAND ontwerpt en maakt serviesgoed en producten zoals vazen en Werkplaats P. biedt onderdak aan een mix van professionals op het gebied van o.a. (visuele) communicatie, journalistiek, organisatieontwikkeling en evenementenorganisatie. Allen verkopen deze hun producten ook ter plekke). Daarnaast heb je bijvoorbeeld ArnhemStore waar designers van o.a. kunstacademie ArteZ in Arnhem hun producten verkopen en heeft schoenenproducent Bata in Best zijn superstore naast de fabriek liggen. Echter zijn dit veel zaken waar slechts een merk of product wordt verkocht en niet verschillende ambachten bij elkaar gebracht worden onder een dak.

'Winkelcentrum Urban Shopper' op Strijp-S in Eindhoven is een van de weinige voorbeelden in Nederland van wat in het fietsdepot in de Merwedekanaalzone is voorzien. Urban Shopper omschrijft zichzelf als een winkelcentrum waar 'vroeger nog gloeilampen gemaakt werden, kun je nu rondneuzen bij 20 creatieve ondernemers die zich bezig houden met design, kunst, muziek, mode, vintage en ambacht. Al dwalend tussen de boetiekjes, ateliers en concept stores ontdek je achter iedere hoek een nieuwe eigzinnige winkel'<sup>40</sup>. Er worden hier niet enkel producten vanuit de maakindustrie op Strijp-S verkocht, maar ook vintage artikelen en ambachtelijke artikelen van buiten de stad. Winkelcentrum Urban Shopper meet in totaal 814 m<sup>2</sup> bvo (inventarisatie BAGviewer). Om na te gaan hoeveel meter er ingevuld is om producten uit de maakindustrie te verkopen moeten we de dubbeltelling met tweedehands zaken voorkomen. Twee van de 19 zaken in Urban Shopper verkopen tweedehands artikelen, daarnaast is er een barbershop gevestigd (dienstverlening). Uitgaande van een gelijke verdeling van shop-in-shop per verkooppunt is er nog 685 m<sup>2</sup> bvo ingevuld door niet tweedehandswinkels<sup>41</sup>. Doordat Utrecht een slagje groter is dan Eindhoven verwachten we dat er minimaal net zoveel meters aan type aanbod gehuisvest kan worden in de Merwedekanaalzone. Om echter voorzichtig te zijn en niet teveel

<sup>39</sup> Berekening: Toename extra behoefte Utrecht tot 2030 2.680 m<sup>2</sup> bvo \* 22% van de toename inwoners in stadsdeel Zuidwest = 590 m<sup>2</sup> bvo

<sup>40</sup> <http://www.urbanshopper.nl/>

<sup>41</sup> Berekening: 814 m<sup>2</sup> bvo totaal / 19 \* (19 - 3 vestigingen tweedehands) = 814 / 19 \* 16 = 685 m<sup>2</sup> bvo

meters toe te voegen die mogelijk concurreren met ander aanbod stellen we deze 685 m<sup>2</sup> bvo bij naar maximaal 500 m<sup>2</sup> bvo.

	BEHOEFTE 2030 M <sup>2</sup> BVO
Behoeft tweedehandswinkels	600
Behoeft verkoop maakindustrie	500
<b>Maximale behoefte verkoop fietsdepot</b>	<b>1.100</b>

TABEL 20 KWANTITATIEVE BEHOEFTE VERKOOP MAAKINDUSTRIE EN TWEEDEHANDSARTIKELLEN VOOR MERWEDE  
Bron: Locatus juli 2020 (tweedehands), WistUdata, BAGviewer (Urban Shopper)

Met de reeds aanwezige zaken in de creatieve sector en maakindustrie in de Merwedekanaalzone blijkt dat het gebied al veel potentiële verkopers huisvest. In bijvoorbeeld bedrijfsverzamelgebouw De Vechtclub XL zijn diverse makers geclusterd, waar ook al ondergeschikte verkoop plaats vindt. Zo hadden brouwerij de Kromme Haring, Froh all day breakfast, Kontjes&Sneetjes en Nordkapp Coffee in maart 2020 al een pop-up verkoop van hun producten in de Bier, Brood en Bonen Pop-up shop (o.a. verkoop van bier, bonenschotels, brood en koffie).

Doordat er in het fietsdepot een combinatie gemaakt kan worden tussen de verkoop van maakindustrie en een circulair warehouse (tweedehands), én met een foodhal volgens het horecaconcept is dit een aantrekkelijke en gewenste ontwikkeling voor Merwede. Het concept circulair warehouse zal aanslaan bij de (nieuwe) bewoners die op zoek zijn naar duurzame aankopen. Daarbij ontstaat er een uniek concept voor de stad. De **maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo aan verkoop van maakindustrie en circulair warehouse (tweedehands) valt daarom ook kwantitatief te verantwoorden**. Uiteraard met de noot dat er geen extra ruimte is voor reguliere detailhandel, maar dat de conceptuele uitwerking en passende verkoop essentieel zijn. In dat geval zal de ontwikkeling ook geen negatieve effect hebben op de behoefte van overig detailhandels- en horeca aanbod in Merwede zelf, en op reeds bestaande aanbod rondom de wijk.

#### KWALITATIEVE BEHOEFTE >>

Naast een kwantitatieve berekening zijn er ook kwalitatieve argumenten die de realisatie van in totaal maximaal 3.000 m<sup>2</sup> bvo aan horeca (bestaand aanbod in het bestemmingsplangebied 540 m<sup>2</sup> bvo en toevoeging 2.460 m<sup>2</sup> bvo) en maximaal 2.750 m<sup>2</sup> bvo aan een foodhal (horeca) plus verkoop maakindustrie / circulair warehouse in het fietsdepot in de Merwedekanaalzone ondersteunen.

- **Past bij stedelijke levensstijl.** Horeca is een groeimarkt. Mensen gaan meer buiten de deur eten en drinken dan ooit tevoren. In stedelijke omgevingen zoals in de Merwedekanaalzone wordt gerealiseerd, leeft dit bij de bewoners in nog grotere mate. Ook al merkt de sector momenteel een sterk omzetverlies door de coronacrisis, verwachten we dat dit bij normale omstandigheden weer opklimt. We zien dan ook volop kansen op een ruim en zeer divers horeca-aanbod in de Merwedekanaalzone .



- **Unieke locatie.** Naast de horecavestigingen die geclusterd kunnen worden in en bij de retailclusters (met o.a. de supermarkten) kent het gebied ook unieke plekken waar horeca goed bij past. Zo is het Merwedekanaal een aantrekkelijke plek aan het water, maar ook bij park Transwijk, de groene plekken in de wijk en de karakteristieke gebouwen van het OPG-terrein past horeca en een bijzonder concept als is voorzien in het fietsdepot met een combi van horeca en verkoop goed.
- **Levendigheid en ontmoeting.** Net als voor detailhandel zorgt horeca voor levendigheid en ontmoeting in de wijk. Waar dit bij reguliere detailhandel vooral ontmoeting betreft tussen bewoners en werknemers, is dat bij horeca en de verkoop van de maakindustrie een nog grotere mix met de rest van de stad. Deze ontmoetingen zorgen voor reuring, levendigheid en daarmee voor de aantrekkelijke dynamiek die bij een hoogstedelijke wijk als de Merwedekanaalzone past.
- **Aantrekkelijke werklocatie.** Naast de woningen is er ook werkgelegenheid in de Merwedekanaalzone aanwezig. Voor de werknemers is horeca op korte afstand van hun werkplek aantrekkelijk. Daarmee is het ook een positieve impuls voor de verhuurbaarheid van de werkplekken. Dit geldt ook zeker voor de maakindustrie die zich in de Merwedekanaalzone vestigt of hier al aanwezig zit. Zij krijgen straks de mogelijkheid hun producten in het gebied zelf ook te verkopen. Hiermee hebben zij een extra afzetkans.
- **Diversiteit horeca essentieel.** Net als de woningtypen is diversiteit in horecavestigingen essentieel. Daarbij gaat het om verschillende prijssegmenten, maar ook om verschillende openingstijden en menukaarten. De bewoners en werknemers hebben behoefte aan horecazaken als een koffietent of lunchroom om de hoek. Zo biedt een ruim aanbod in verschillende daghoreca zaken een prettige (woon)omgeving voor de bewoners en werknemers te creëren. Daarnaast kunnen er ook enkele restaurant binnen het gebied vestigen. Bij voorkeur zijn dit kleinschalige, maar aantrekkelijke restaurants waar bewoners maar ook bezoekers vanuit de rest van Utrecht terecht kunnen.
- **Een foodhal toegevoegde waarde voor Utrecht.** Waar veel grote Nederlandse steden en ook steeds meer kleinere steden inmiddels een foodhal-concept kennen<sup>42</sup>, ontbreekt deze nog in de stad Utrecht. Waar de foodhal in het begin met name een functie had voor young professionals, wordt het concept door een steeds breder publiek bezocht. Het voordeel van de combinatie van verschillende horecazaken in een gebouw is dat er voor elk wat wils is, of dat verschillende keukens afgewisseld kunnen worden. Dit maakt het ook steeds aantrekkelijker voor ouders met (jonge) kinderen. Daarbij is het veelal een succesvolle borrelplek. Een foodhal is daarmee een toegevoegde waarde voor de Merwedekanaalzone op zich, maar zeker ook voor het horeca aanbod in de gehele stad Utrecht.
- Ditzelfde geldt voor de verkoop van de ter plekke vervaardigde producten en artikelen (food en non-food uit de maakindustrie) en het circulaire warenhuis waar tweedehands artikelen worden verkocht. Het concept past

<sup>42</sup> Van Spronsen 7 Partners, foodhal in beeld 2018

uitermate goed in het fietsdepot, in de Merwedekanaalzone en bij de stad Utrecht. **Mensen zijn in steeds grotere mate geïnteresseerd in duurzame en lokaal geproduceerde artikelen, zeker ook in een groene stad als Utrecht.** Hierin kunnen zowel de lokale makers die hun ter plekke of in de buurt gemaakte producten kunnen verkopen, als het circulaire warenhuis met de tweedehands artikelen in voorzien. Daarbij is het voor de klant een extra beleving als zij producten kunnen kopen op de plek waar deze ook vervaardigd zijn (brouwerij de Kromme Haring of de urban farm OneFarm) of een historie hebben (bijvoorbeeld i-did (slow fashion)<sup>43</sup> dat gestart is in Merwede, maar momenteel te groot is geworden om hier terug te keren).

## CONCLUSIE BEHOEFTE >>

- Met de realisatie van een gemixt aanbod dat zowel gericht is op de eigen bewoners en werknemers, als op de inwoners van de hele stad Utrecht, is er na afronding van **fase 1 kwantitatief behoefte aan ca. 2.350 m<sup>2</sup> bvo extra horeca en na afronding van fase 2 aan ca. 3.320 m<sup>2</sup> bvo extra horeca** (in beide gevallen extra behoefte door nieuwe bewoners, exclusief bestaand). Met het oog op het reeds bestaande horeca aanbod in het bestemmingsplangebied van 540 m<sup>2</sup> bvo en deze extra behoefte **kan de maximale maat in het bestemmingsplan van 3.000 m<sup>2</sup> bvo toegestaan** worden. Er zijn kwalitatieve redenen, zoals passend bij de (hoogstedelijke) wijk, bevorderen van ontmoeting en dat de Merwedekanaalzone een unieke locatie is. Dit blijkt ook al aan het reeds aanwezige aanbod.
- Ook de horeca in een foodhal concept past binnen Utrecht. Dit doordat een dergelijk uniek concept, een vraag vanuit de hele stad aanboort. Wanneer de foodhal niet wordt gerealiseerd, is het raadzaam om deze 1.750 m<sup>2</sup> bvo niet in te zetten voor ander horeca aanbod. Dit omdat deze behoefte aan reguliere horeca beperkter is dan 4.750 m<sup>2</sup> bvo in totaal (berekening: 3.000 m<sup>2</sup> bvo horeca aanbod + 1.750 m<sup>2</sup> bvo foodhal).
- Ook de maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo van een combinatie van verkoop van producten uit de maakindustrie food en non-food en een circulair warenhuis met tweedehands producten past binnen de behoefte. De tweedehands markt groeit snel en doordat het inwonertal van Utrecht groeit neemt de behoefte in de hele stad toe met ca. 2.680 m<sup>2</sup> bvo tweedehands winkelmeters. Doordat de vraag echter sneller toeneemt doordat meer mensen tweedehands kopen, en doordat er een combinatie met de verkoop van maakindustrie wordt gerealiseerd, voldoet het concept in een behoefte van de stad Utrecht. Doordat de verkoop van de ter plekke gemaakte artikelen nog niet bestaat in Utrecht, zal deze ontwikkeling zijn eigen vraag genereren met naar verwachting trekkracht uit de hele stad.
- Kwalitatief is horeca, een foodhal met verkoop maakindustrie/circulair warenhuis in de Merwedekanaalzone een positieve impuls voor de dynamiek en leefbaarheid van de wijk zelf. Voor de nieuwe bewoners en

<sup>43</sup> <https://www.i-did.nl/>

werknemers is het essentieel dat zij nabij hun woning en werk horeca kunnen bezoeken. Voor de werknemers die producten vervaardigen is het daarbij extra aantrekkelijk dat zij de mogelijkheid hebben tot de verkoop van dit product ter plekke. Ook biedt de unieke locatie aan het water, maar ook de karakteristieke OPG-gebouwen de mogelijkheid ook horeca te bieden voor alle inwoners van de stad Utrecht. Een foodhal zou daarbij een concept zijn dat momenteel nog ontbreekt en een nieuwe behoefte aanspreekt.

FUNCTIE	GEWENST M <sup>2</sup> BVO (TOTAAL, INCLUSIEF BESTAAND)	BEHOEFTE NA AFRONDING FASE 1	BEHOEFTE NA AFRONDING FASE 2	TOELICHTING
Horeca	1.500 – 3.000	<b>Extra behoefte 2.349 + 540 bestaand = 2.889</b>	<b>Extra behoefte 3.322 + 540 bestaand = 3.862</b>	Na afronding van fase 1 is er al behoefte de 3.000 m <sup>2</sup> bvo horeca. Hiervan is 2.349 m <sup>2</sup> bvo extra behoefte door de toevoeging van de woningbouw. Doordat er al 540 m <sup>2</sup> bvo in het bestemmingsplangebied gevestigd is, kan de 3.000 m <sup>2</sup> bvo in het bestemmingsplan opgenomen worden. Met de ontwikkeling van fase 2 wordt er nog eens een extra behoefte van 3.322 m <sup>2</sup> bvo wordt bereikt.
Foodhal (horeca deel)	0 – 1.750	<b>++</b>	<b>++</b>	Er is momenteel geen foodhal (horeca) in de stad Utrecht aanwezig. Doordat een dergelijk concept een functie heeft voor de hele stad en er in vergelijkbare steden veelal wel en dergelijk concept gevestigd is, past dit momenteel al bij de behoefte voor Utrecht. De woningbouw geeft dit concept een extra impuls.
Foodhal (verkoop maakindustrie food en non-food en circulair warehouse)	0 – 1.000	<b>1.100</b>	<b>1.100</b>	Ook voor het deel waar verkoop van ambachtelijke producten (food en non-food producten vanuit de maakindustrie o.a. in Merwede zelf) en het circulaire warehouse (tweedehands) is voldoende behoefte. De vraag naar tweedehands neemt toe, zowel als generieke ontwikkeling als door de groei van de stad Utrecht. Daarbij biedt de verkoop van maakindustrie voor klanten een unieke ervaring (dicht bij de plek waar dit gemaakt wordt) en is het voor de werknemers die de producten vervaardigen een extra afzetkans. Het concept past uitstekend in het huidige tijdsgewricht.

TABEL 21 OVERZICHT BEHOEFTE HORECA AANBOD IN M<sup>2</sup> BVO EN FOODHAL (FIETSDEPOT) MERWEDEKANAALZONE

## 4.5 RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN

De beoogde ontwikkeling van maximaal 3.000 m<sup>2</sup> bvo (2.460 m<sup>2</sup> bvo extra ten opzichte van de huidige situatie) aan horeca en maximaal 2.750 m<sup>2</sup> bvo binnen het foodhalconcept (maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo horeca foodhal concept, en maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo verkoop) mag niet leiden tot zodanige overcapaciteit dat dit onaanvaardbare leegstand in het onderzoeksgebied veroorzaakt. Onderstaand gaan we op deze effecten in.

### DE RUIMTELIJK-ECONOMISCHE IMPULS >>

De ontwikkeling van (extra) horeca in de Merwedekanaalzone zal de volgende positieve ruimtelijk-economische impulsen genereren:

- **Versterking vestigingsklimaat:** aantrekkelijke horeca die aan de moderne maatstaven voldoet en op een goede passende locatie voor dat concept is gevestigd, versterkt het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven. Ook draagt de horeca bij aan het concurrentieprofiel van de Merwedekanaalzone en zet het aanbod het gebied meer op de kaart.
- **Katalysator nieuwe investeringen:** een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de omgeving. Door de ontwikkeling wordt het gebied aantrekkelijker en zal het eerder nieuwe gebruikers en investeerders aantrekken. Zo is de mogelijkheid tot verkoop van ambachten aantrekkelijk voor de werknemers in de maakindustrie.
- **Toegevoegde waarde functioneren overig commercieel aanbod:** in de Merwedekanaalzone zullen naast woningen en horeca ook nog tal van andere (commerciële) functies landen. Voor bijvoorbeeld detailhandelsbezoek geldt dat horeca steeds meer een verlengstuk is van een aankoop bij een winkel, en andersom. Een mix van commerciële functies in de juiste metrages en hoeveelheden zal elkaar versterken en het volledige aanbod in de Merwedekanaalzone sterker maken. Horeca is hierin een belangrijke schakel.

### EFFECTEN OP BESTAANDE STRUCTUUR >>

#### EFFECTEN OP HORECASECTOR

Horeca is een heterogene sector. Het is dan ook op voorhand lastig te bepalen wat de omzeteffecten zijn op de bestaande structuur. Hoe meer die invulling afwijkt van het huidige aanbod (functie, sector, concept en doelgroep), hoe kleiner de effecten. Omdat een foodhal een dusdanig ander concept is dan het overig al bestaande aanbod rekenen we deze niet mee. Deze zal vooral een extra vraag genereren. Er kan niet uitgesloten worden dat er echter beperkte omzeteffecten zijn elders in de stad doordat er een foodhal in de Merwedekanaalzone vestigt. Doordat deze omzetverdringing naar verwachting verspreid over de hele stad, zal er geen vestiging door de ontwikkeling van de foodhal omvallen.

Om het maximale omzeteffect te bepalen van het overige toe te voegen horeca aanbod, zijn de effecten getoetst aan de hand van het toevoegen van maximaal 2.460 m<sup>2</sup> bvo horeca (berekening: maximaal 3.000 m<sup>2</sup> bvo in bestemmingsplan – 540 m<sup>2</sup> bvo horeca reeds gevestigd in bestemmingsplangebied = 2.460 m<sup>2</sup> bvo). Wij schatten de verdringingseffecten voor de bestaande horeca in Utrecht Zuid (ervan uitgaande dat de meeste omzet uit dit deel van de stad komt, wijken Zuidwest en Zuid) voor de gehele sector in op 29%<sup>44</sup>. Dit is een hoge verdringing. Doordat de groei van het inwonertal in de twee stadsdelen van Zuid echter ook op 27% ligt worden de negatieve effecten hierdoor bijna volledig tenietgedaan.

#### EFFECTEN OP VERKOOP MAAKINDUSTRIE EN CIRCULAIR WARENHUIS

De realisering van maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo aan functies in de verkoop van maakindustrie en circulair warenhuis (tweedehands) gaat naar verwachting niet gepaard met effecten op de bestaande structuur.

- Voor het circulaire warenhuis, ook wel te vergelijken met tweedehands winkels, geldt dat zelfs als de maximale 1.000 m<sup>2</sup> bvo volledig wordt ingevuld met tweedehandsartikelen, dit nog minder is dan de extra behoefte die er tot 2030 is. De toename van het aantal inwoners zal daarom het mogelijke negatieve effect op bestaand aanbod volledig teniet doen.
- Voor de verkoop van de maakindustrie geldt dat dit een uniek concept is. Dat ambacht en de verkoop ervan dusdanig met elkaar verweven zijn is in Utrecht momenteel nog afwezig. Ook landelijk gezien is het aanbod vergelijkbare zaken beperkt (een voorbeeld is wel winkelcentrum Urban Shopper op Strijp-S in Eindhoven). Doordat er momenteel nog niet type aanbod aanwezig is in de stad en het om een beperkt aantal meters gaat, zal het concept in het fietsdepot voornamelijk een nieuwe vraag aanboren (bestedingen die eerder niet gedaan werden, afvloeiden naar internet of andere steden, toename vraag door toename inwoners).
- Het aanbod dat hier binnen de maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo gerealiseerd wordt, is dusdanig anders dan het reguliere detailhandelsaanbod dat in de wijk voorzien is. Het dagelijkse aanbod van o.a. supermarkten in Merwede zal een functie voorzien voor de dagelijkse boodschappen van de bewoners en werknemers van de wijk. Het food aanbod in de foodhal zal af en toe als aanvulling op de reguliere boodschappen worden aangekocht. Voor het beperkte reguliere niet-dagelijkse aanbod dat in Merwede is voorzien geldt dat hier voornamelijk frequent bezochte niet-dagelijkse winkels komen, zoals een bloemist. In de foodhal worden producten in de maak industrie verkocht, iets waar door de bewoners van de wijk slechts sporadisch iets gekocht wordt. Dit geldt ook voor de klanten van buiten de wijk. Zij komen hier bijvoorbeeld voor een bepaald ontwerp of als zij ergens tegen aan lopen bij bezoek aan het horeca deel. Door het beperkte aanbod en doordat het geen functie heeft als klassieke detailhandel, is de trekkracht beperkter, en zal het geen dusdanig negatief effect hebben dat door de verkoop in de foodhal andere winkels omvallen.

<sup>44</sup> Berekening: Nieuw aanbod Merwedekanaalzone 2.460 m<sup>2</sup> bvo / (bestaand aanbod 6.681 m<sup>2</sup> wvo / 8 \* 10) \* 100 = 2.460m<sup>2</sup> bvo / 8.351 m<sup>2</sup> bvo \* 100 = 29%

Daarmee verwachten we dat de maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo in het fietsdepot en in combinatie met het horecadeel in de foodhal niet ten koste gaat van ander gepland detailhandelsaanbod in de Merwedekanaalzone of bestaand aanbod in Utrecht en omgeving. Essentieel is wel dat deze meters niet ingevuld mogen worden met reguliere detailhandel en dat er naast de verkoop van tweedehands er de volgende definitie voor de invulling van ‘verkoop van maakindustrie’ wordt nageleefd: *Verkoop van producten en artikelen vervaardigd in de Merwedekanaalzone, Utrecht of directe omgeving van Utrecht (direct omliggende gemeenten). Ook producten die hun historie in de Merwedekanaalzone hebben (doordat zij hier bijvoorbeeld ooit zijn opgericht en hun productie hebben gehad) zijn toegestaan.*

#### EFFECTEN OP LEEGSTAND WOON- LEEF- EN ONDERNEMERSKLIMAAT >>

Bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening hoort ook dat een plan niet leidt tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat. De effecten zijn niet van dien aard, dat sprake zal zijn van uitval, laat staan onaanvaardbare leegstand. Het aanbod van horeca in Zuidwest is momenteel relatief laag en de groei van het aanbod gaat gepaard met een grote toename van het aantal inwoners. Het functioneren van het bestaande aanbod daarom niet in gevaar komen door de uitbreiding van het horeca aanbod in de Merwedekanaalzone. Enige voorzichtigheid is geboden indien de foodhal niet komt. De behoefte aan horecameters valt dan minder groot uit dan de 4.750 m<sup>2</sup> bvo in totaal (3.000 m<sup>2</sup> bvo horeca + 1.750 m<sup>2</sup> bvo foodhal horecadeel) en het dan onwenselijk om deze 1.750 m<sup>2</sup> bvo in te vullen met een ander type horeca. Ook is het onwenselijk om de 1.000 m<sup>2</sup> bvo ten behoeve van de verkoop van maakindustrie en tweedehands artikelen in te vullen met reguliere detailhandel.

#### TOETS AAN BELEID >>

De bevindingen zoals die in dit hoofdstuk zijn gepresenteerd, worden hier afgezet tegen de beleidskaders, vanuit rijk (Ladder voor Duurzame Verstedelijking), provincie en gemeente.

#### TOETS AAN DE LADDER

*Is er behoefte aan de realisering van een 1.500 tot 3.000 m<sup>2</sup> bvo horeca, maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo aan horeca in een foodhalconcept en maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo ten behoeve van de verkoop van de maakindustrie/een circulair warehouse in de Merwedekanaalzone in Utrecht?*

Met in de uiteindelijke situatie van fase 1 met een kleine 7.000 extra inwoners in de Merwedekanaalzone is er voor het bestemmingsplangebied behoefte aan in totaal ca. 2.900 m<sup>2</sup> bvo aan horeca (2.349 m<sup>2</sup> bvo extra behoefte nieuwe inwoners + inclusief 540 m<sup>2</sup> bvo bestaand aanbod). Kwantitatief is dan bijna voldoende

behoefte om het gehele horeca aanbod van maximaal 3.000 m<sup>2</sup> bvo te motiveren. Met de realisatie van de woningbouw in fase 2 van deelgebied 5 loopt de totale horeca behoefte voor het bestemmingsplangebied op tot ca. 3.800 m<sup>2</sup> bvo. Doordat horeca ook bijdraagt aan een prettige en leefbare wijk, zorgt voor de nodige dynamiek en ontmoeting bevordert is het te verantwoorden dat er in fase 1 al de maximaal 3.000 m<sup>2</sup> bvo horeca wordt toegestaan.

Voor het horecadeel van de foodhal van maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo en de maximaal 1.000 m<sup>2</sup> bvo ten behoeve van de verkoop van de maakindustrie/een circulair warehouse geldt dat deze een behoefte vanuit de hele stad Utrecht zal invullen. Veel andere (grote) steden in Nederland kennen één of meerdere foodhallen volgens het horeca concept. In Utrecht ontbreekt dit concept momenteel. Daarmee kan een foodhal in een gat springen en aan een vraag voldoen die momenteel niet ingevuld wordt. Ook met twee foodhallen in de stad past dit nog bij de omvang van de gemeente Utrecht. De foodhal past daarbij goed bij de karakteristiek van de Merwedekanaalzone.

Voor het deel waar artikelen uit de maakindustrie en tweedehands artikelen verkocht gaan worden geldt iets vergelijkbaars. Ook hier geldt dat dit aanbod een nieuwe markt aanboort. Daarbij neemt de vraag naar tweedehands artikelen en daarmee ook winkels toe door generieke trends (meer vraag naar duurzame producten) als doordat het inwonertal in de stad Utrecht groeit. Tot slot geldt ook dat het foodhal horeca concept met daarbij de verkoop zeer goed bij elkaar passen en elkaar aanvullen. Zo kunnen bijvoorbeeld gebrouwen bieren van de Kromme Haring worden geschonken in het horecadeel en worden verkocht in het verkoopdeel. Daarbij past het hele concept van de foodhal in combinatie met verkoop zeer goed in het huidige tijdsgewricht en bij het gebied de Merwedekanaalzone. De functies versterken elkaar, waardoor er een uniek concept in Utrecht ontstaat. Door de uniciteit zijn de effecten beperkt.

#### PROVINCIAAL EN GEMEENTELIJK BELEID

In het gemeentelijke beleid is aandacht voor horeca in de wijk en horeca op bijzondere plekken in de stad. De gewenste horeca ontwikkelingen van de Merwedekanaalzone passen hier in. Voor een deel van de horeca meters zal gelden dat deze voornamelijk een functie zal hebben voor de Merwedekanaalzone zelf. Denk hierbij aan een koffiezaak of lunchcafé. Ook in het provinciale beleid wordt het belang van horeca voor ontmoeting en op ontmoetingsplekken erkent.

Daarnaast kent de Merwedekanaalzone met het karakteristieke OPG-terrein en de ligging langs het Merwedekanaal ook diverse bijzondere locaties. Een voorbeeld van zo'n bijzonder concept op een bijzondere locatie is de foodhal in het dan voormalige fietsdepot. Met de ligging langs het water en de typische bouw past een bijzonder concept hierbij.

De horeca die hier voorzien is zal een positieve bijdrage leveren aan de buurt en aan de leefbaarheid ervan. Daarmee past de ontwikkeling goed in het horecabeleid van de gemeente Utrecht.

Voor reguliere detailhandel wenst de gemeente zoveel mogelijk te clusteren binnen winkelcentra. Anderzijds wil de gemeente ook mee werken aan unieke concepten en trends in de detailhandel. De verkoop van de maakindustrie en het circulaire warenhuis zijn geen reguliere detailhandel, en zeker de combinatie ervan maakt een zeer bijzonder concept voor Utrecht. Het past zeer goed bij het gebied de Merwedekanaalzone zelf en de foodhal en de verkoop vullen elkaar aan. Doordat het een uniek concept is zal de ontwikkeling het bestaande aanbod en de fijnmazige structuur niet schaden en past dit binnen het gemeentelijke beleid.



## 5 QUICKSCAN DIENSTVERLENING

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de behoefte aan diensten. In het bestemmingsplan wordt 800 tot 2.400 m<sup>2</sup> bvo voor diensten opgenomen. Voor diensten maken wij gebruik van de definitie en branche-indeling van Locatus, zie Bijlage 1 met een volledige lijst van functies. Onder de (commerciële) dienstverlening behoren o.a. de kapper, schoonheidsspecialist, makelaar, reisbureaus en kledingreparatie.

### 5.1 (ONTWIKKELING VAN DE) VRAAG- EN AANBODZIJDE VAN DE MARKT

#### (ONTWIKKELING VAN DE) VRAAG >>

##### ONDERZOEKSGBIED

Het onderzoeksgebied voor diensten is gelijk aan het onderzoeksgebied voor detailhandel. De **primaire** doelgroep zijn de (toekomstige) inwoners van de Merwedekanaalzone: 8.400 inwoners wat na 2029 zou kunnen toenemen tot ca. 11.270 inwoners. Bij realisatie fase 2.

De **secundaire** doelgroep bestaat uit de ca. 1.030 werknemers in het gebied<sup>45</sup>. Daarnaast kunnen de diensten ook een functie hebben voor inwoners vanuit de Merwedekanaalzone deelgebieden 4 en 6.

##### TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

- **De financiële dienstverlening staat gemiddeld onder druk.** Binnen de dienstverlening geldt dat met name de sectoren die geen product leveren en/of vervaardigen het moeilijk hebben. Zo zijn consumenten voor hun bankzaken, reis boeken en een nieuwe baan zoeken steeds meer georiënteerd op internet. Daardoor sluiten banken, reisbureaus, uitzendbureaus veel fysieke vestigingen. Alleen de zeer specifieke bedrijven, die zich op een speciale markt richten, blijven overeind. Daarnaast zijn er bijvoorbeeld de ambachtelijke diensten, bijvoorbeeld de kappers, kleermakers en fietsmakers die niet vervangen worden door een internetdienst, en op sommige plekken en sommige gevallen juist uit de grond schieten.
- Ook **verhuur vindt plaats via andere kanalen** dan bij een van de uit het verleden bekende plekken. Zo worden auto's niet per definitie verhuurd meer via de autoverhuurder maar bijvoorbeeld van de bureaus (via SnappCar)

<sup>45</sup> Berekening: (13.000 m<sup>2</sup> bvo kantoren / 20 m<sup>2</sup> bvo kantoor per werknemer) + (37.900 m<sup>2</sup> bvo bedrijvigheid / gemiddeld 100 m<sup>2</sup> bvo bedrijfsruimte per werknemer) = 1.029

of door reiskosten te delen door mee te rijden (BlaBlaCar). Ook voor bijvoorbeeld het huren van gereedschap verandert dit. Via Peerby kan men kijken wat de burens willen uitlenen.

#### (ONTWIKKELING VAN HET) AANBOD >>

Net als bij de detailhandel is de dienstenstructuur rondom de Merwedekanaalzone enerzijds gevormd door de nabijheid van het centrum van Utrecht aan de noordoostzijde en bestaat anderzijds uit divers ondersteunend aanbod in de woonwijken rondom. Het huidige aanbod in het gebied zelf aan dienstverleners is met slechts twee verkooppunten van samen 177 m<sup>2</sup> wvo zeer beperkt en bestaat uit:

- **Fietspunt** (Koningin Wilhelminalaan 2 - 77 m<sup>2</sup> wvo). Verkoop tweedehands fietsen en fietsreparatie. Deze gaan verdwijnen bij herontwikkeling van het fietsdepot.
- **Re/Max** (Europaplein 705 - 100 m<sup>2</sup> wvo). Makelaardijkantoor.

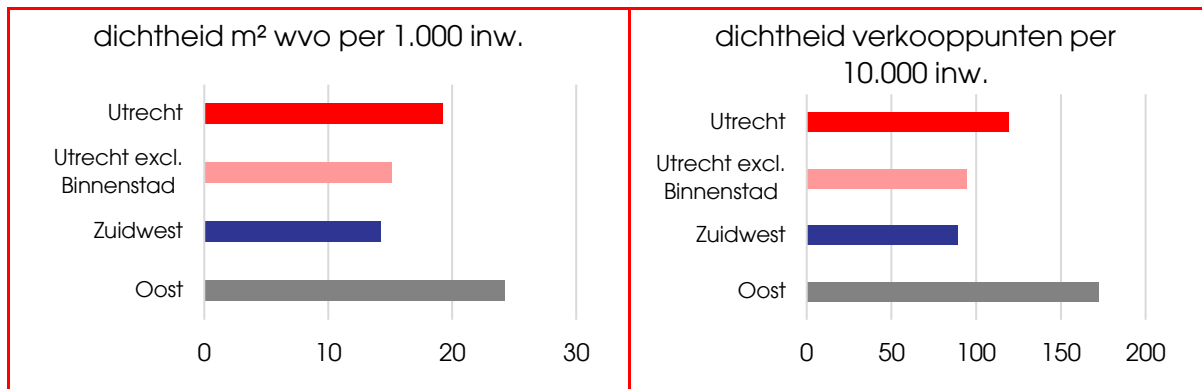
De grootste nabijgelegen clusters van diensten zijn:

- **Winkelcentrum Nova** kent een divers aanbod aan diensten, zoals een kapper, een bank, een reisbureau, een wasserette/kledingreparatiewinkel, een beautycenter, een schoenmaker en een aanbieder van kluisverhuur.
- **Balijelaan/Rijnlaan** bestaat uit winkel- en dienstenaanbod rondom een kruispunt gelegen (en langs de Rijnlaan). Het aanbod aan diensten bestaat onder andere uit verschillende kappers, twee reisbureaus, een wasserette/stomerij, een makelaar, een fietsspecialzaak, kledingreparatiewinkel en een beautysalon.

## 5.2 BEHOEFTEONTWIKKELING

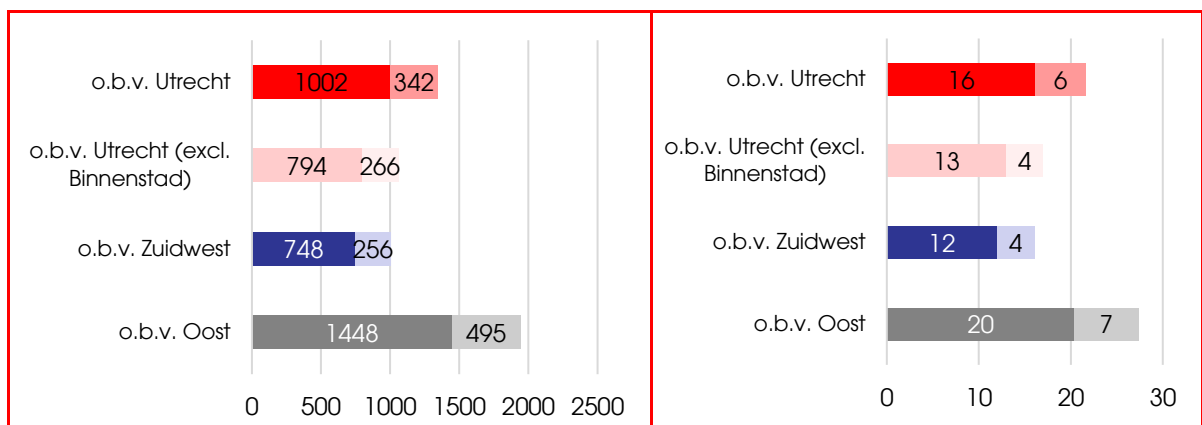
#### KWANTITATIEVE BEHOEFTE >>

De kwantitatieve behoefte aan diensten wordt berekend via dichtheden. In onderstaande figuur is voor vier verschillende afbakeningen van Utrecht de dichtheid in aantal vierkante meters per 1.000 inwoners en aantal verkooppunten per 10.000 inwoners weergegeven.



FIGUUR 15 DICHTHEDEN COMMERCIELE DIENSTVERLENING – LINKS AANTAL VIEKANTE METERS WVO PER 1.000 INWONERS, RECHTS: AANTAL VERKOOPPUNTEN PER 10.000 INWONERS  
Bron: Locatus, 2020; Utrecht in Cijfers, 2020

Op basis van de dichtheden kunnen we de toekomstige vraag voor de commerciële voorzieningen de Merwedekanaalzone berekenen. Hierbij gaan we uit van minimaal aantal inwoners van 8.400 (fase 1) en een maximum aantal inwoners van 11.270 (fase 2). De marge die zichtbaar is betreft de marge tussen dit minimum en maximum in aantal vierkante meters en verkooppunten.



FIGUUR 16 OVERZICHT BEHOEFTE DIENSTEN IN M² WVO (LINKS) EN AANTAL VERKOOPPUNTEN (RECHTS) O.B.V. DICHTHEDEN VAN VERSCHILLENDE GEOGRAFISCHE SCHAALNIVEAUS  
Bron: Locatus, 2020; Utrecht in Cijfers, 2020

De uitkomst van de dichthedenanalyse laat een kwantitatieve behoefte aan diensten zien in de Merwedekanaalzone na afronding van fase 1 tussen de 750 en 1.450 m² wvo. Omgerekend naar bruto vloeroppervlakte gaat het om een behoefte tussen de ca. 940 en 1.800 m² bvo.<sup>46</sup> **Met de realisatie van fase 2 ligt de behoefte tussen de 1.000 en 1.940 m² wvo (en 1.250 tot 2.425 m² bvo).**

Met de wetenschap van de reële realisatie van fase 2 en dat er mogelijk enige toevloeiing vanuit de omliggende deelgebieden 4 en 6 zal komen, passen de opgenomen metrages voor diensten in het bestemmingsplan (800 – 2.400 m² bvo).

<sup>46</sup> Berekening: m² wvo / 8 \* 10 = m² bvo

## KWALITATIEVE BEHOEFTE >>

De Merwedekanaalzone moet een modern stedelijke wijk worden met een interessante mix van wonen, bedrijvigheid, horeca en voorzieningen. Diensten passen in deze visie voor de wijk. De belangrijkste kwalitatieve argumenten voor Diensten zijn:

- **Versterking van een retailcluster** met aanvullende functies. Diensten in combinatie met detailhandel en andere commerciële functies in een wijk zorgt voor dynamiek en levendigheid. Door meerdere (kleinschalige) diensten te combineren vormen de clusters echte ontmoetingsplekken.
- **Mobiliteitsopgave Merwedekanaalzone vraagt om voorzieningen nabij.** De wijk wordt autovrij waardoor diensten als kledingreparatie en kappers in de nabijheid vereist zijn op korte afstand van de bewoners

Zoals eerder gemeld zijn er een aantal diensten zoals, banken, reisbureaus, uitzendbureaus die steeds vaker hun diensten online aanbieden en wordt ook verhuur steeds vaker via andere kanalen geregeld. Een aantal diensten, zoals kappers, kledingreparatie schoonheidssalons en wasserettes zijn niet online te vervangen en passen in een stedelijke wijk als de Merwedekanaalzone. In de tabel hieronder zijn een aantal diensten op behoefte beoordeeld.

VOORZIENING	VRAAG	AANBOD	BEHOEFTE	PASSEND BIJ GEBIED	TOEKOMST-BESTENDIG?
<b>Kapper</b>	++	++	++	++	++
<b>Kledingreparatie</b>	++	+	+	+	+
<b>Schoonheidssalons</b>	+	+	+	+/-	+
<b>Schoenreparatie</b>	+	+	+	+	+
<b>Fietsenmaker</b>	+	+	++	++	+
<b>Wasserettes/stomerij</b>	+	+	+	+/-	+/-
<b>Makelaar</b>	+	+	+	+/-	+/-
<b>Financiële instelling</b>	+/-	+	+/-	-	+/-
<b>Uitzendbureau</b>	+/-	-	+/-	-	+/-
<b>LEGENDA</b>					
(-/-) Zeer negatief	(-) Negatief	(+/-) Neutraal	(+) Positief	(++) Zeer positief	

TABEL 22 BEOORDELING BEHOEFTE DIENSTEN IN MERWEDEKANAALZONE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Er zijn daarmee diverse, met name ambachtelijke diensten die goed bij de Merwedekanaalzone passen en zelfs noodzakelijk zijn. Doordat de wijk autovrij wordt is de fiets erg belangrijk. Daarom is bijvoorbeeld de fietsenmaker essentieel in de wijk. Maar ook kappers, schoonheidsspecialisten en kledingreparatie zijn belangrijk om nabij de inwoners te hebben. Ook om onwenselijke en onnodige

verkeersbewegingen te voorkomen. Met een bescheiden metrage kunnen meerdere diensten in de Merwedekanaalzone worden toegevoegd in combinatie met de overige functies.

### 5.3 INSCHATTING RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN

De komst van diensten naar de Merwedekanaalzone zorgt voor een groei van de werkgelegenheid, versterkt de structuur en het vestigingsklimaat en kan dienen als een katalysator voor nieuwe investeringen. De effecten op de bestaande structuur in de vorm van verdringing zullen naar verwachting miniem zijn, aangezien de diensten met name een functie zullen hebben voor de (nieuwe) inwoners voor Merwedekanaalzone.

## 6 QUICKSCAN VRIJE TIJD (EN SPORT)

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de behoefte aan Vrije Tijd. Deze sector is zeer breed. Onze afbakening van deze voorzieningen is gebaseerd op hoofdbranches Cultuur en Ontspanning van de branche-indeling van Locatus, zie Bijlage 1 met functies die erbij horen. In het bestemmingsplan wordt onderscheid gemaakt tussen **grootschalige vrijetijdsvoorzieningen** met een **stad(sdeel)functie** en **kleinschalige commerciële sportvoorzieningen** met een functie voor de **omliggende wijk**. In deze behoefteraming bestaan de commerciële sportvoorzieningen uitsluitend uit fitness en zwembaden en de vrijetijdsvoorzieningen uit al het aanbod binnen de hoofdbranche cultuur en ontspanning, exclusief fitness en zwembaden. In het bestemmingsplan is ca. 2.000 tot 7.000 m<sup>2</sup> bvo voor stads(deel) gerichte vrijetijdsvoorzieningen opgenomen en 0 – 2.370 m<sup>2</sup> bvo voor de (wijkgerichte) sportvoorzieningen (waarvan ca. 1.100 m<sup>2</sup> bvo zwembad particulier). Momenteel is er in de vrije tijdssector, met name de stads(deel) gerichte voorzieningen, ook al een ruim aanbod gevestigd in de wijk, zie onderstaande tabel.

	M <sup>2</sup> BVO	OPMERKINGEN
<b>Totaal voorzien vrijetijdsvoorzieningen (Cultuur en Ontspanning excl. Fitness en zwembaden)</b>	<b>2.000 - 7.000</b>	<b>Gewenst aanbod</b>
<i>Reeds bestaand aanbod vrijetijdsvoorzieningen Merwedekanaalzone</i>	<i>4.950</i>	<i>Zie aanbodontwikkeling</i>
Toe te voegen meters vrijetijdsvoorzieningen	2.050	Toename behoefte
<b>Totaal voorzien commerciële sportvoorzieningen</b>	<b>0 – 2.370</b>	<b>Fitness en zwembad</b>
Commerciële sport, o.a. fitness	0 – 1.270	
Zwembad	0 – 1.100	Commercieel uit te baten (bijvoorbeeld door hotel)

TABEL 23 GEWENSTE METERS VRIJETIJDVOORZIENINGEN EN COMMERCIËLE SPORTVOORZIENINGEN

### 6.1 (ONTWIKKELING VAN) DE VRAAG- EN AANBODZIJD VAN DE MARKT

(ONTWIKKELING VAN DE) VRAAG >>

#### ONDERZOEKSGBIED

Het verzorgingsgebied van de voorzien vrijetijdsvoorzieningen verschilt per type. Commerciële sportvoorzieningen hebben overwegend een buurt- of wijkverzorgende functie Daarbij gaat het om voorzieningen als fitnesscentra en

andersoortige kleinschalige sporten. Echter kunnen sommige grootschalige sport- en cultuurvoorzieningen ook een functie vervullen voor een groter gebied, bijvoorbeeld voor de gehele stad of een stadsdeel. Onderstaande tabel geeft per onderzochte vrijetijdsvoorziening in het plangebied Merwedekanaalzone de verzorgingsfunctie weer.

VOORZIENING	VERZORGINGSFUNCTIE
Skatehal (grootschalig)	Stad
Boulderhal (grootschalig)	Stad(sdeel)
Circus school (grootschalig)	Stad(sdeel)
Museum (kleinschalig)	Stad(sdeel)
Fitness (kleinschalig)	Direct omliggende wijk
Zwembad (kleinschalig)	Afhankelijk van type: Direct omliggende wijk, specifieke bezoekers (i.c.m. hotel), stadsdeel

TABEL 24 VOORZIENINGEN EN VERSCHILLENDE VERZORGINGSFUNCTIE

De vrijetijdsvoorzieningen in de Merwedekanaalzone met een stads(deel)functie bedienen met name de inwoners van het zuiden van Utrecht, de wijken Zuidwest en Zuid. Het huidige inwoneraantal van de zuidkant telt 66.539 mensen. Tot 2030 neemt dit aantal met 17.811 inwoners toe, tot in totaal 84.350 inwoners.<sup>47</sup> Deze groei zal met name plaatsvinden in Zuidwest (+16.231 inwoners) en zich concentreren in en rondom de Merwedekanaalzone.

De wijkgerichte sportvoorzieningen zullen met name een functie hebben voor de (toekomstige) inwoners van de gehele Merwedekanaalzone, deelgebied 4, 5 en 6.<sup>48</sup> In totaal gaat het om 10.200 (na afronding fase 1 deelgebied 5) tot 13.050 inwoners (na afronding fase 2 deelgebied 5), als volgt opgebouwd:

- *Deelgebied 5:* minimaal 8.400 inwoners bij afronding van fase 1 en maximaal 11.270 inwoners na afronding van fase 2;
- *Deelgebied 4:* 1.380 inwoners uitgaande van 767 woningen en huishoudensgrootte van 1,8;<sup>49</sup>
- *Deelgebied 6:* 400 inwoners. Onzeker is of dit in de toekomst middels woningbouw ook nog een groeiende wijk zal zijn.

#### TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

- De vrijetijdsparticipatie (deelname aan tenminste één vrijetijdsactiviteit buitenshuis) van de Nederlandse bevolking in 2018 bedroeg 98,7 procent. Voor bezoek aan attracties was dit 79% en voor sportactiviteiten 64%.<sup>50</sup>

<sup>47</sup> Utrecht in Cijfers, 2020

<sup>48</sup> In deelgebied 4 en 6 geen ruimte voor leisure- of sportvoorzieningen

<sup>49</sup> Gemiddelde huishoudens grootte Utrecht 1,9 (bron CBS Statline, 2019) maar buurt wordt een combinatie van stedelijk en eengezinswoningen, dus zal naar verwachting iets lager uitvallen.

<sup>50</sup> Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019, CELTH, CBS, NBTC en Pleasureworld

- Ruim 40 procent van alle vrijetijdsactiviteiten ondernemen Nederlanders in hun eigen woongemeente en bijna 60 procent elders in Nederland. Vooral hobby- en sportactiviteiten vinden vaak dichtbij huis plaats.
- De stijging van sportdeelname wordt versterkt door de toenemende aandacht voor gezond leven, zeker in stedelijke gebieden.
- De afgelopen vijf jaar is het aanbod van klimfaciliteiten in Nederland gestegen naar een totaal van 122. De grootste stijging komt voort uit de toename van het aantal boulderhallen (klimmen zonder touw).
- Snelle urban sports, zoals skaten, zijn in opkomst in Nederland. Die ontwikkelingen gaan eveneens enorm hard, zeker nu skateboarden is toegevoegd aan het programma van de Zomerspelen in Tokio 2020/2021.<sup>51</sup>
- Fitness is uitgegroeid tot één van de meest beoefende takken van sport onder de (volwassen) bevolking. In 2016 deed zo'n 21% van alle Nederlanders tussen de 12 en 79 jaar aan fitness, in 2001 was dit slechts 12%. Fitnessdeelnemers zijn in deze periode ook vaker gaan trainen, in 2001 trainde 23% meer dan twee keer per week, momenteel is dit 33%.
- De fitnessdeelname is voor hoogopgeleiden bijna twee keer zo hoog als voor lager opgeleiden. Echter stijgt de deelname onder laagopgeleiden ook sterk.<sup>52</sup>

#### SPORT EN LEISURE IN UTRECHT

- In heel Utrecht sport 70% van de bevolking minstens 1 keer per maand, in de wijk Zuidwest ligt dat iets lager met 67%.<sup>53</sup> Dit is mede te verklaren door de demografische samenstellingen van de wijk (momenteel veel migranten, laagopgeleiden en lage inkomens). De verwachting is dat de inwoners van de Merwedekanaalzone door de diverse woningvoorraad meer een demografische mix zal zijn.
- In Zuidwest zijn de inwoners relatief minder tevreden over de sportvoorzieningen in de buurt. In de wijk was in 2019 61% tevreden over de voorzieningen tegenover 66% van heel Utrecht.<sup>54</sup>
- De cultuurdeelname in Zuidwest is met 85% tevens lager dan het gemiddelde van Utrecht (89%).<sup>55</sup>
- De inwoners van Zuidwest zijn relatief ontevreden over de culturele voorzieningen in de buurt. Van de inwoners geeft 24% aan ontevreden te zijn over de voorzieningen in de buurt tegenover 16% in heel Utrecht.<sup>56</sup>
- De populairste culturele activiteiten in Zuidwest, naast horeca, zijn een bezoek aan: de film, festivals en musea.

<sup>51</sup> Haagse sportwethouder Hilbert Bredemeijer in <https://www.ad.nl/den-haag/hallen-met-superskatebaan-uitgebreid-met-andere-urban-sports-skaters-balen~a50ffd55/>

<sup>52</sup> Fitnessbranche in Nederland, 2018', Mulier Instituut

<sup>53</sup> Gemeente Utrecht Dashboard Sport & Vrije Tijd

<sup>54</sup> Gemeente Utrecht Dashboard Sport & Vrije Tijd

<sup>55</sup> Cultuurdeelname: Deelname aan en sociale en/of culturele activiteit in de afgelopen 12 maanden

<sup>56</sup> Gemeente Utrecht Dashboard Cultuur



**(ONTWIKKELING VAN HET) AANBOD >>**

In de Merwedekanaalzone zijn momenteel meerdere vrijetijdsvoorzieningen gevestigd:

- **Skatepark Utrecht (1.500 m<sup>2</sup> wvo)**. Dit is de enige indoorskatehal van Utrecht en heeft daardoor een belangrijke functie voor de gehele stad.
- **Boulderhal Sterk (1.677 m<sup>2</sup> wvo)**. Dit is één van de in totaal drie boulderhallen in de gemeente Utrecht, daarnaast zijn er ook nog twee klimhallen. Boulderen groeit sterk in populariteit en de Boulderhal heeft een functie voor de wijk Zuidwest en Zuid. De initiatiefnemers zouden willen uitbreiden naar ca. 2.500 m<sup>2</sup> wvo.
- **Circus DIEDOM (533 m<sup>2</sup> wvo)**. Circusschool met in totaal zeven locaties in Utrecht. Heeft met name een functie voor de bewoners van Zuidwest.
- **Mobach keramiek** (Kanaalweg 24 - 150 m<sup>2</sup> wvo). Kleinschalig museum bij de Keramiek winkel.
- **La Costa** (Europaplein 701 - 100 m<sup>2</sup> wvo). Zonnestudio.

De drie grootschalige voorzieningen (Skatehal, Boulderhal en het Circus Diedom) zitten geclusterd in Sportcomplex KW4 met een tijdelijke vergunning tot 2022. Alle drie zouden graag in de Merwedekanaalzone willen blijven (nu 3.710 m<sup>2</sup> wvo = ca. 4.640 m<sup>2</sup> bvo).

Het aanbod van commerciële sportvoorzieningen in Merwedekanaalzone bestaat uit twee sportscholen die momenteel al in een vraag voorzien:

- **Gym4All** (Kanaalweg 29 - 255 m<sup>2</sup> wvo). Zelfstandige sportschool. Het pand waar deze sportschool in zit zal worden herontwikkeld en de sportschool zal niet terugkeren.
- **Basic-Fit** (Europaplein 705 - 250 m<sup>2</sup> wvo). Eén van de zes Basic-Fit sportscholen van Utrecht.

Het totaal aanbod in Merwedekanaalzone (deelgebied 5) bestaat daarmee uit ca. 3.700 m<sup>2</sup> wvo aan vrijetijdsvoorzieningen en ca. 500 m<sup>2</sup> wvo aan sportvoorzieningen.

In het zuiden van Utrecht, de wijken Zuidwest en Zuid, is er totaal 4.450 m<sup>2</sup> wvo aan vrijetijdsvoorzieningen, en 4.136 m<sup>2</sup> wvo aan commerciële sportvoorzieningen. Dit is exclusief het aanbod in Merwedekanaalzone deelgebied 5 zelf.

**6.2 BEHOEFTEONTWIKKELING****KWANTITATIEVE BEHOEFTE >>**

De **kwantitatieve behoefte voor vrijetijds- en sportvoorzieningen** berekenen we aan de hand van dichtheden. Op basis van dichtheden in aantal vierkante meters per

1.000 inwoners op verschillende schaalniveaus kunnen we een inschatting maken van de behoefte van vrijetijdsvoorzieningen en commerciële sportvoorzieningen in de Merwedekanaalzone.

#### BEHOEFTE VRIJETIJDVOORZIENINGEN

De grote vrijetijdsvoorzieningen hebben veelal een groot verzorgingsbereik. Ter vergelijking is daarom gekeken naar de dichtheid aan vrijetijdsvoorzieningen van de gehele stad. Omdat de dichtheid van Utrecht inclusief het centrum een vertekend beeld zal geven, met name door het hoge aantal en meters culturele voorzieningen als musea en podia, kijken we voor de toekomstige behoefte naar de dichtheden van Utrecht exclusief de meters van de binnenstad.

Vanwege het grote verzorgingsbereik van deze voorzieningen berekenen we de behoefte voor de het zuiden van Utrecht, de wijken Zuidwest en Zuid. Op basis van de dichtheden kunnen we de toekomstig behoefte voor de (grootschalige) vrijetijdsvoorzieningen in deze wijken samen berekenen. Hierbij gaan we uit van 84.350 inwoners in 2030. In onderstaande tabel is de behoefte weergegeven.

(TOEKOMSTIGE) BEHOEFTE VRIJE TIJD	BEHOEFTE M <sup>2</sup> WVO O.B.V. VERGELIJKING UTRECHT (EXCL. CENTRUM)
Dichtheid <sup>57</sup>	67,2
Totale behoefte Zuidwest/Zuid	10.000
Huidig aanbod Zuidwest/Zuid (excl. aanbod Merwedekanaalzone deelgebied 5)	4.450
<b>Extra behoefte Zuid tot 2030 (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>5.550</b>
<i>Extra behoefte Zuid tot 2030 (m<sup>2</sup> bvo)</i>	<i>6.938</i>

TABEL 25 BEHOEFTE VRIJE TIJDVOORZIENINGEN (EXCLUSIEF SPORT)

Bron: Locatus juli 2020, Utrecht in Cijfers, 2020

De uitkomst van de dichthedenanalyse laat een totale kwantitatieve behoefte aan vrijetijdsvoorzieningen in de wijken Zuidwest en Zuid zien van 10.000 m<sup>2</sup> wvo. Voor de extra toekomstige behoefte trekken we hier het huidige aanbod van 4.450 m<sup>2</sup> wvo (exclusief aanbod in de Merwedekanaalzone) in deze wijken af. Daarmee blijft er een extra toekomstige behoefte over van 5.550 m<sup>2</sup> wvo. Omgerekend naar bruto vloeroppervlakte gaat het om een totale extra behoefte van totaal 6.938 m<sup>2</sup> bvo.<sup>58</sup> Hierbinnen past de gewenste maximale maat in het bestemmingsplan van 7.000 m<sup>2</sup> bvo nagenoeg.

<sup>57</sup> In de gegevens van Locatus zijn een aantal grootschalige vrijetijdsvoorzieningen in Utrecht niet opgenomen, waaronder de drie boulderhallen, het skateparken en de zeven locatie van Circus Diedom. Dit vertekent het beeld ietwat. Aangezien de dichtheden en behoefte nu berekend zijn op het wel geregistreerde aanbod is dit een voorzichtige uitkomst. De daadwerkelijke dichtheid in de gemeente Utrecht (exclusief het centrum) zal naar verwachting hoger liggen, en daarmee zou er ook een hogere totale extra behoefte uit zijn gekomen.

<sup>58</sup> Berekening:  $5.300\text{m}^2 \text{ wvo} / 0,8 = 6.625$

Doordat de Merwedekanaalzone een van de weinige grote ontwikkelgebieden in de wijken Zuidwest en Zuid is, en ook nog centraal is gelegen binnen dit gebied, is het logisch dat een groot deel van de toekomstige behoefte hier een plek krijgt. Bij een mogelijke verlenging van de vergunning voor Sportcomplex KW4 (ca. 4.640 m<sup>2</sup> bvo)<sup>59</sup>, en het behoud van de zonnestudio en museum Mobach Keramiek (samen ca. 310 m<sup>2</sup> bvo ) worden deze meters grotendeels gevuld en in de (toekomstige) behoefte voorzien.

#### BEHOEFTE COMMERCIËLE SPORTVOORZIENINGEN (FITNESS)

De commerciële sportvoorzieningen hebben met name een functie voor de direct omliggende wijk. In de Merwedekanaalzone is een moderne hoogstedelijke wijk voorzien met een hoge dichtheid aan woningen. In dit type wijk ligt de dichtheid aan (kleinschalige) voorzieningen veelal hoger dan gemiddeld, aangezien er geen ruimte is voor grootschalige (buiten)sport. In de behoefte-raming op basis van dichtheden is daarom gekeken naar de wijken Zuidwest en Oost die meer vergelijkbaar zijn met de Merwedekanaalzone.

De behoefte aan kleinschalige commerciële sportvoorzieningen in de vorm van fitness voor de Merwedekanaalzone berekenen we op basis van de nieuwe inwoners van de deelgebieden 4, 5 en 6: de marges die opgenomen zijn betreffen het verschil in minimaal aantal inwoners van 10.200 (na afronding fase 1 van de woningbouw deelgebied 5) en een maximum aantal inwoners van 13.050 (inclusief fase 2 deelgebied 5).

TOEKOMSTIGE BEHOEFTE WIJKGERICHTE SPORTVOORZIENINGEN	OOST		ZUIDWEST	
	Fase 1	Fase 2	Fase 1	Fase 2
Aantal inwoners Merwedekanaalzone deelgebieden 4, 5 en 6 (fase 1 – fase 2)	10.200	13.050	10.200	13.050
Dichtheid sport (m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners)	77,7	77,7	107,9	107,9
Totale behoefte Merwedekanaalzone	792	1.014	1.100	1.408
Min bestaand aanbod Merwedekanaalzone <sup>60</sup>	250	250	250	250
<b>Extra behoefte Merwedekanaalzone</b>	<b>542</b>	<b>764</b>	<b>850</b>	<b>1.158</b>
<i>Vertaling naar m<sup>2</sup> bvo<sup>61</sup></i>	<i>678</i>	<i>955</i>	<i>1.063</i>	<i>1.447</i>

TABEL 26 BEHOEFTE SPORTVOORZIENINGEN (FITNESS)

Bron: Locatus juli 2020, Utrecht in Cijfers, 2020

Op basis van de dichtheden in stadsdelen Oost en Zuidwest bestaat de kwantitatieve behoefte aan commerciële sportvoorzieningen uit ca. 790 tot 1.100 m<sup>2</sup> wvo na afronding van fase 1 van de woningbouw in deelgebied 5. Na afronding

<sup>59</sup> Loopt op tot ca. 5.666 m<sup>2</sup> bvo bij mogelijke uitbreiding Boulderhal

<sup>60</sup> Huidig aanbod bestaat uit Basic-Fit (250 m<sup>2</sup> wvo) en Gym4All (255 m<sup>2</sup> wvo), waarvan de laatste zal verdwijnen. Hierdoor halen we alleen de meters van de Basic-Fit van de totale behoefte van de Merwedekanaalzone af die mogelijk in deelgebied 5 kan landen.

<sup>61</sup> Uitgaande van verhouding 0,8 m<sup>2</sup> wvo : 1,0 m<sup>2</sup> bvo

van fase 2 van de woningbouw is de totale behoefte opgelopen tot ca. 1.010 en 1.410 m<sup>2</sup> wvo.

Een beperkt deel van deze totale behoefte wordt opgenomen door de twee reeds gevestigde sportscholen. De Gym4All zal echter in de nieuwe plannen verdwijnen, waardoor het totaal reeds gevestigde aanbod nog 250 m<sup>2</sup> wvo betreft. De **extra behoefte** die er dan ontstaat door de woningbouw **van fase 1 betreft nog ca. 540 tot 850 m<sup>2</sup> wvo (680 tot 1.060 m<sup>2</sup> bvo)** en na afronding van fase 2 is dit in totaal ca. 760 tot 1.160 m<sup>2</sup> wvo (960 tot 1.450 m<sup>2</sup> bvo).

Met deze toekomstige behoefte voor de gehele Merwedekanaalzone valt de maximale 1.270 m<sup>2</sup> bvo volledig te verantwoorden bij realisatie van fase 2, maar niet geheel voor alleen fase 1. Echter is met het oog op de **steeds gezondere levensstijl**, de afwezigheid van kleine sportformules in Zuidwest en enkele andere argumenten wel te verantwoorden iets meer meters mogelijk te maken. Daarmee worden kwalitatieve initiatieven geïnitieerd zonder dat ten koste gaat van de grotere sportscholen die Zuidwest momenteel kent.

#### BEHOEFTE ZWEMBAD

Er is de wens om 1.100 m<sup>2</sup> bvo aan zwembad mogelijk te maken in de Merwedekanaalzone. Momenteel zijn er vier zwembaden in Utrecht aanwezig (geheel of deels door de gemeente Utrecht geëxploiteerd)<sup>62</sup>. Fletiomare in Leidsche Rijn is met ca. 3.500 m<sup>2</sup> bvo verreweg de kleinste van de vier. Met het oog op de snelle inwonersgroei van de stad is een extra zwembad gewenst. Doordat de gewenste maat slechts maximaal 1.100 m<sup>2</sup> bvo betreft, kan hier geen regulier zwembad komen, maar biedt het meer de mogelijkheid voor een bijzonder initiatief (zie ook kwalitatieve argumenten) of een zwembad bij bijvoorbeeld een hotel in het gebied. Doordat deze in alle gevallen een specifieke doelgroep en nieuwe vraag aan zal boren, zal er naar verwachting voldoende kwantitatieve behoefte aan zijn.

#### CONCLUSIE KWANTITATIEVE BEHOEFTE

De opgenomen metrages voor grootschalige vrijetijdsvoorzieningen (2.000 tot maximaal 7.000 m<sup>2</sup> bvo) passen grotendeels binnen de behoefte van Utrecht Zuid (Zuidwest en Zuid). Omdat de Merwedekanaalzone als een van de weinige gebieden in de stadsdelen Zuid en Zuidwest nog ontwikkelruimte kent en hier centraal is gelegen, is het logisch dat de meters in dit gebied landen.

De opgenomen metrages voor commerciële sportvoorzieningen in de vorm van fitness (0 -1.270 m<sup>2</sup> bvo) passen in de maximale berekende behoefte bij realisatie van fase 2 in deelgebied 5 (max. 1.450 m<sup>2</sup> bvo). De behoefte bij alleen de realisatie van fase 1 (max. 1.060 m<sup>2</sup> bvo) valt wat lager uit dan de totale gewenste meters in het bestemmingsplan. Er zijn echter wel kwalitatieve argumenten die een ruimere ontwikkeling motiveren. Voor het zwembad geldt eveneens dat hier naar

<sup>62</sup> De 4 zwembaden in Utrecht meten momenteel 1.000 m<sup>2</sup> wvo in totaal volgens Locatus. Volgens BAG viewer meten zwembad Krommerijn, De Kwakel, Fletiomare en De Hommel in totaal 19.972 m<sup>2</sup> bvo (= ca. 16.000 m<sup>2</sup> wvo).

verwachting enkel een bijzonder concept kan passen. Dit zal naar verwachting in vergelijking met het al in Utrecht aanwezige aanbod een aanvulling zijn.

## KWALITATIEVE BEHOEFTE >>

### KWALITATIEVE BEHOEFTE VRIJETIJDSVOORZIENINGEN

De Merwedekanaalzone is centraal gelegen tussen stadsdelen Zuidwest en Zuid. De huidige grootschalige vrijetijdsvoorzieningen in sportcomplex KW4 hebben een functie voor beide wijken en het skatepark zelfs voor heel Utrecht. Het behoud van deze functies is dan ook zeer gewenst, zeker omdat verreweg het grootste gedeelte van de bevolkingsgroei in het gebied in Merwedekanaalzone geconcentreerd is. De Merwedekanaalzone is een van de weinige ontwikkelingsgebieden aan de zuidkant van Utrecht en biedt dus een goede mogelijkheid om deze voorzieningen een plek te geven.

Daarbij hebben deze voorzieningen momenteel al een functie voor de stad. De herplaatsing van deze vrijetijdsvoorzieningen zal er daardoor zorgen dat het niveau van dit aanbod kwantitatief gelijk blijft. Het grotere aantal meters zal voornamelijk ingezet worden om een kwalitatief aantrekkelijker en ruimer opgezet aanbod te realiseren. Daarbij zijn er nog enkele vrijetijdsvoorzieningen die mogelijk ook een (kleine) vestiging in de Merwedekanaalzone zouden kunnen krijgen, bijvoorbeeld een bibliotheek of minitheater omdat het past bij het gebied en de leefbaarheid en dynamiek een impuls geeft.

VOORZIENING	VRAAG	AANBOD	BEHOEFTE	PASSEND BIJ GEBIED	TOEKOMST-BESTENDIG?
<b>BESTAAND AANBOD</b>					
Skatepark Utrecht	++	++	++	+	+
Boulderhal Sterk	++	+	+	+	+
Circus DIEDOM	+	+/-	+/-	+	+
<b>MOGELIJK AANVULLEND AANBOD</b>					
Bibliotheek	+	+	+/-	++	+/-
(Mini)theater	+	+/-	+/-	++	+/-
Trampolinepark	+	+	+	-	+
Biljart/Pool	+	+	+	+/-	+
Bowling	+	+	-	-	+/-
Escaperoom	+	+	+	+	+
<b>LEGENDA</b>					
(-/-) Zeer negatief	(-) Negatief	(+/-) Neutraal	(+) Positief	(++) Zeer positief	

TABEL 27 BEOORDELING BEHOEFTE (HUIDIGE) GROOTSCHALIGE VRIJETIJDSVOORZIENINGEN  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

#### KWALITATIEVE BEHOEFTE SPORT EN ZWEMBAD

Naast de behoefte aan grootschalige voorzieningen bestaat er ook een kwalitatieve behoefte aan (kleinschalige) sportmogelijkheden als fitness, yogastudio's, personal training en vechtsport tot maximaal 1.270 m<sup>2</sup> bvo en een banenzwembad van maximaal 1.100 m<sup>2</sup> bvo. De volgende argumenten zijn het meest relevant:

- Het toevoegen van sport en fitness past bij het profiel van de Merwedekanaalzone. Inwoners van grootstedelijke gebieden doen namelijk substantieel meer aan fitness dan het landelijk gemiddelde.<sup>63</sup> Het aanbod draagt bij aan de gezonde en leefbare wijk die de Merwedekanaalzone moet worden. Gezonde bewoners dragen daarbij ook bij aan de mobiliteitsopgave van de wijk. Dit omdat zij eerder de fiets zullen pakken om van A naar B te komen.
- Volgens de Rabobank<sup>64</sup> wonen fitnessbeoefenaars gemiddeld niet verder dan vier kilometer van de sportschool vandaan. De helft woont binnen een straal van twee kilometer. Voor inwoners en verblijvers van de Merwedekanaalzone zijn één of meerdere sportvoorzieningen, op korte afstand bij de woning, een welkome aanvulling op het voorzieningenpalet.
- Daarnaast is er een toenemende vraag naar kleinschalige sportvoorzieningen met persoonlijke begeleiding, training in klein groepsverband, crossfit, yoga, speciale spinningscholen (bijvoorbeeld Rocycle en WattCycling) en outdoor fitness/bootcamp. Het sportaanbod is daarmee steeds diverser en wordt steeds laagdrempeliger. Nieuwe sportconcepten passen goed bij de stad Utrecht, maar zeker ook bij de Merwedekanaalzone specifiek. Dergelijke nieuwe sportscholen ontbreken nu grotendeels aan de zuidkant van Utrecht (voornamelijk aanbod in budgetketens als Fit For Free en Basic-fit) en bieden daarmee tevens een positieve impuls voor heel de stadsdelen Zuidwest en Zuid.
- Voor het zwembad geldt dat deze niet door de gemeente Utrecht wordt uitgebaat. Indien deze er komt wordt dit een commercieel zwembad. Een logische combinatie is bijvoorbeeld met een hotel, maar ook een speciaal zwembad als SwimGym<sup>65</sup> is mogelijk. Daarmee zal het zwembad een dusdanig ander karakter krijgen dat deze of een nieuwe behoefte invult ten opzichte van de vier bestaande zwembaden in Utrecht, of slechts beperkt openbaar toegankelijk is (i.c.m. een hotel).

### 6.3 INSCHATTING RUIMTELIJK ECONOMISCHE EFFECTEN

De vrijetijdsvoorzieningen in de Merwedekanaalzone zorgen voor werkgelegenheid en een versterking van de levendigheid en dynamiek waardoor nieuwe investeringen kunnen worden uitgelokt. Aangezien het voor vrijetijdsvoorzieningen met name gaat om het behoud van het huidige aanbod in de buurt zullen de (negatieve) effecten op de bestaande structuur minimaal zijn en

<sup>63</sup> Zorgatlas, 2015

<sup>64</sup> Rabobank Cijfers en Trends, 2016

<sup>65</sup> <https://swimgym.nl/>

zullen er geen verdringingseffecten optreden. Voor de sportvoorzieningen geldt dat de behoefte hierin sterk toeneemt (zowel in de Merwedekanaalzone als generieke in de hele stad). De realisatie van een modern en divers (kwalitatief) sportaanbod zal slechts beperkte effecten hebben op het overige sportaanbod in de stadsdelen Zuidwest en Zuid. Met name omdat het huidige aanbod voornamelijk uit budgetfitnessketens bestaat. Dit is een ander segment dat het aanvullende aanbod dat voor de Merwedekanaalzone is voorzien.

## BIJLAGE 1 DEFINITIES

### BEDRIJFSVLOEROPPERVLAKTE (M<sup>2</sup> BVO)

De bedrijfsvloeroppervlakte (BVO) is de totale vloeroppervlakte van een kantoor, winkel, bedrijf of voorziening met inbegrip van de daartoe behorende magazijnen en overige dienstruimten. Reguliere verhouding 0,8 m<sup>2</sup> wvo : 1,0 m<sup>2</sup> bvo.

### COMMERCIELE DIENSTVERLENING (LOCATUS – DIENSTEN)

Tot de commerciële dienstverlening (ook wel Diensten) behoren de hoofdbranches Verhuur, Ambacht, Financiële instelling en Particuliere dienstverlening. Hiertoe vallen de volgende verkooppunten: Videotheek, Autoverhuur, Rijwielverhuur, Gereedschap verhuur, Verhuur Overig, Edelsmid, Schoenreparatie/Sleutels, Kapper, Tattoo/Piercing, Schoonheidsspecialist, Kledingreparatie, Stoffeerderij, Kleermaker, Pottenbakker, Electro reparatie, Drukwerk, Foto-ontwikkelen, Dierentrimsalon, Lijstenmaker, Ambacht overig, Financiële intermediair, Verzekeringswerk, Bank, Postkantoor, Bellen/Internet, Fotostudio, Makelaardij, Autowasserij, Autopoetsbedrijf, Fietsenstalling, Stomerij/Wassalon, Reisbureau, Uitzendbureau, Uitvaart, Diensten overig.

### DAGELIJKSE SECTOR

Winkels in Levensmiddelen en Persoonlijke Verzorging. Dit betreffen onder meer supermarkten, versspeciaalzaken, drogisterijen, parfumeries en apotheken.

### DISTRIBUTIEVE BEREKENING

Een veelgebruikt rekeninstrument om (het huidige functioneren en) eventuele indicatieve uitbreidingsruimte voor detailhandel in de toekomst te kunnen duiden. In de distributieve berekening wordt het huidige gevestigde aanbod in een specifieke branche (bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel) in het verzorgingsgebied vergeleken met het landelijke gemiddelde. Daarbij wordt de gemiddelde vloerproductiviteit berekend van het verzorgingsgebied gevestigde aanbod. Het verschil tussen de gerealiseerde vloerproductiviteit en de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit bepaalt of de desbetreffende branche boven- of ondergemiddeld functioneert. Het verschil tussen de gerealiseerde en gemiddelde vloerproductiviteit kan worden opgevat als indicatieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod.

### FOODHAL

Een overdekt horecaconcept waar een verzameling van verschillende eetkramen, waar gerechten worden besteld door middel van counterverkoop, en die daarnaast beschikt over één gezamenlijke zitruimte (mogelijk aangevuld met bijvoorbeeld speelhoek en/of terras). Bij foodhallen ligt de focus op horeca en het hoofdmotief voor bezoekers is eten en drinken, mogelijk aangevuld met entertainment.



Essentieel is een gevarieerd en speciaal assortiment kramen die een aanvulling vormen op de gangbare horeca. Het verdienmodel van de meeste foodhal concepten bestaat uit enerzijds verhuur van foodunits en exploitatie van de centrale bar met dranken.

#### HORECA (LOCATUS – HORECA)

De hoofbranche Horeca is onderdeel van de groep Leisure/Vrije Tijdsvoorzieningen. Onder de hoofdbranche vallen de volgende verkooppunten: Café, Koffiehuis, Discotheek, Seks/Nachtclubs, Fastfood, Bezorgen/Halen, Grillroom/Shoarma, Hotel, Hotel-Restaurant, IJssalon, Lunchroom, Pannenkoeken, Café-Restaurant, Restaurant, Partycentrum en Horeca Overig.

#### KOOPKRACHTAFVLOEIING

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

#### KOOPKRACHTBINDING

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

#### KOOPKRACHTTOEVLOEIING

Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.

#### KOOPSTROMEN/KOOPORIËNTATIE

Koopkrachtbewegingen door binding, afvloeiing en toevloeiing van koopkracht.

#### LEEGSTAND

Een unit/verkooppunt/pand met een commerciële bestemming, zonder dat daar een functie is gevestigd. Een leegstaand pand kan in het verleden een winkel zijn geweest, maar ook een andere functie hebben gehad (zoals bijvoorbeeld een ambacht, horeca of dienstverlening). Ook bij eventuele invulling van het pand kunnen naast een winkel ook andere functies gevestigd worden.

#### LEISURE/VRIJE TIJDSVOORZIENINGEN (LOCATUS – LEISURE)

Tot de Leisure/Vrije Tijd voorzieningen behoren de hoofdbranches Horeca, Cultuur en Ontspanning. Horeca wordt apart onderzocht en in hoofdstuk 6 wordt uitsluitend gekeken naar de hoofdbranches Cultuur en Ontspanning en Horeca. Hiertoe vallen de volgende branches: Bibliotheek, Bioscoop, Galerie, Kunstuitleen, Museum, Theater, Amusementshal, Attractiepark, Casino, Beurs/tentoonstelling, Biljart/Pool, Binnenspeeltuinen, Bowling, Dierentuinen, Fitness, Kartbaan, Kegelen, Klimwand, Kunstijsbaan, Lasergame, Sauna, Skibaan, Wedkantoor, Zonnebank, Zwembad, Amusement overig.

#### LOCATUS

Locatus is een onafhankelijke commerciële dienstverlener die informatie verzamelt over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven.

Veldwerkers bezoeken en onderzoeken jaarlijks alle winkelgebieden in de Benelux. De verzamelde gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database. Er wordt daarnaast ook een indeling in winkelgebieden aan gekoppeld en winkelgebieden worden geclassificeerd.

#### NIET-DAGELIJKSE SECTOR (REGULIER)

Winkels in Mode & Luxe, Vrije Tijd en Elektronica. Dit betreffen de branches warenhuizen, kleding & mode, schoenen & lederwaren, huishoudelijke & luxe artikelen, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en bruin & witgoed. Deze branches treffen we gewoonlijk aan in de centrale en ondersteunende winkelgebieden.

#### SUPERMARKT (VOLGENS LOCATUS)

Winkel met een minimaal 5 verschillende soorten dagelijkse artikelen, die elk minimaal 5% van de omzet genereren. Dagelijkse artikelen vormen meer dan 50% van de omzet, maar geen van de groepen levert aan zich meer dan 50% van de omzet. Oppervlakte van de winkel is minimaal 150 m<sup>2</sup>.

#### VERKOOP VAN DE MAAKINDUSTRIE

Verkoop van producten en artikelen vervaardigd in de Merwedekanaalzone, Utrecht of directe omgeving van Utrecht (direct omliggende gemeenten). Ook producten die hun historie in de Merwedekanaalzone hebben (doordat zij hier bijvoorbeeld ooit zijn opgericht en hun productie hebben gehad) zijn toegestaan.

#### VLOERPRODUCTIVITEIT

De vloerproductiviteit (omzet (in €) per m<sup>2</sup> wvo) is een veelgebruikt kengetal om het functioneren van een winkel inzichtelijk te maken.

#### WINKELVLOEROPPERVERLAKTE (M<sup>2</sup> WVO)

De winkelvloeroppervlakte betreft de winkeloppervlakte die in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het betreft de voor de klant toegankelijke verkoopruimte van de winkel, horecazaak etc., oftewel de totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten etc. Reguliere verhouding 0,8 m<sup>2</sup> wvo : 1,0 m<sup>2</sup> bvo.

## BIJLAGE 2 HORECATYPEN IN BESTEMMINGSPLAN

In het gemeentelijke beleid zijn de volgende typeringen voor de horecacategorieën opgenomen:

TYPE	Globale beschrijving activiteiten	Hinderprofiel
Zware horeca (Categorie B)	Een horecabedrijf dat tot hoofddoel heeft het verstrekken van dranken voor consumptie ter plaatse, al dan niet met als nevenactiviteit het verstrekken van maaltijden. Mogelijkheid tot dansen in het weekend.	Hinder verwacht Hinder door hoge re frequentie van komende en gaande bezoekers, ook 's nachts. Door consumptie van alcohol kan overlast hoger zijn dan snelle horeca.
Middelzware horeca (Categorie D1)	Een horecabedrijf dat tot hoofddoel heeft het verstrekken van maaltijden, en serveren van dranken en kleine consumpties voor consumptie ter plaatse. Geen activiteiten na restauranttijden	Enige hinder verwacht Enige hinder door piek van komende bezoekers aan het begin van de avond. Gaande bezoekers vertrekken in het algemeen gespreid aan het eind van de avond.
Lichte horeca (Categorie D2)	Daghoreca waarbij de bedrijfsactiviteit is gericht op het al dan niet ter plaatse verstrekken van etenswaren en dranken en is gebonden aan de openingstijden zoals die gelden voor detailhandel, conform de winkeltijdenwet en de gemeentelijke regelgeving aangaande winkeltijden.	Weinig hinder verwacht Horeca die zich richt op verstrekken van eten en drinken gedurende de dag en/of avond en daarmee weinig overlast veroorzaakt.
Lichte horeca plus (Categorie D3)	Dag- en avondhoreca voor consumptie ter plaatse, waarbij de sluitingstijd om 23.00 uur is.	Weinig hinder verwacht Horeca die zich richt op verstrekken van eten en drinken gedurende de dag en/of avond en daarmee weinig overlast veroorzaakt. Doordat deze een uur later sluit dan de normale lichte horeca (D2) is de overlast groter dan normale lichte horeca.

TABEL 28 TYPERINGEN HORECACATEGORIËN EN HINDERPROFIELEN  
Bron: Ontwikkelkader Horeca 2018, gemeente Utrecht

## BIJLAGE 3 PROFIELEN ONTWIKKELKADER HORECA 2018

### PROFIEL 10 – HORECA IN DE WIJK >>

#### ONTWIKKELINGSVISIE

Uit eten en drinken in de wijk is een trend die de afgelopen jaren in opkomst is en die ook de komende jaren verder zal groeien. De sociale functie of buurtfunctie die een horecagelegenheid in de wijk kan hebben, speelt daarbij een belangrijke rol. De relatie en verbondenheid van wijkhoreca met de bewoners in de wijk is dan ook van groot belang - het grootste gedeelte van de gasten komt dan ook uit de eigen wijk. Ook kan horeca de leegstand van andere retailpanden (detailhandel, diensten) tegengaan.

Tegelijk heeft het vestigen van horeca in de wijk vaak veel voeten in de aarde, vooral als het om horeca D1 gaat. Deze horecacategorie biedt onbeperkte openingstijden en dat kan tot hinder leiden. Dit leidt bij een vergunningaanvraag voor nieuwe locaties tot veel discussie en vaak tot verhindering van de komst van een restaurant in de wijk. Terwijl er een algemeen besef is dat de nachtelijke openstelling van restaurants niet of zelden voorkomt.

Anderzijds geldt voor de D2 horecacategorie de winkelsluitingstijd van 22.00 uur. Dit betekent dat de gasten dan ook daadwerkelijk het horecapand moeten hebben verlaten. Vaak biedt dit de ondernemer net te weinig tijd om 's avonds nog een maaltijd te kunnen serveren. Voor de buurtfunctie en een goede bedrijfsvoering is dit wel gewenst.

Om tegemoet te komen aan zowel de bezwaren van wijkbewoners bij nieuwe D1 horecalocaties enerzijds en te vroege sluitingstijden van de daghoreca D2 anderzijds, is een nieuwe categorie D3 toegevoegd, waarbij de horecagelegenheid tot 23.00 uur open kan blijven.

#### ONTWIKKELINGSRICHTING HORECA IN DE WIJK

Voor hoekpanden, solitaire panden en panden die grenzen aan andere retailpanden die geen woningen zijn, staan we D2 of D3 toe indien dit past bij de leefbaarheid in de omgeving. Bij het behandelen van een omgevingsvergunning wordt scherp gekeken naar verbondenheid van de horecagelegenheid met de wijk en het voorkomen van mogelijke ongewenste effecten op de leefbaarheid. D1 wordt toegestaan, daar waar dit door (grootschalige) ontwikkeling c.q. transformatie in de wijk mogelijk is. Ook hier wordt scherp gekeken naar de impact op leefbaarheid en verbondenheid met de wijk.

## PROFIEL 12 – BIJZONDERE HORECA OP BIJZONDERE LOCATIES >>

### ONTWIKKELINGSVISIE

Sommige horeca laat zich niet in de horecaprofielen vangen. Vaak zijn dat net de concepten of initiatieven die vernieuwend zijn en op bijzondere locaties vestigingsruimte zoeken. Dergelijke concepten versterken het aanbod van aantrekkelijke horeca en de voorzieningenstructuur van de stad. Dit soort spraakmakende horeca laat zich beperkt sturen in ruimtelijk-economische plannen. De ervaring leert dat de gemeente van te voren niet goed kan bedenken in welke locaties ondernemers geïnteresseerd zijn voor het starten van een bijzonder concept.

Dit soort horecaconcepten op bijzondere locaties kan, zeker als ze bijzonder, innovatief of vernieuwend zijn, een drager zijn voor gebieds- of buurtontwikkeling.

### ONTWIKKELINGSRICHTING BIJZONDERE HORECA OP BIJZONDERE LOCATIES

Aan spraakmakende horeca werken we mee, als naast de reguliere toetsingscriteria, tenminste de volgende criteria van toepassing zijn:

- Bijzondere locatie, meer dan enkel een monumentaal pand: bijv. watertorens, bij forten, bij sluizen, bij de Hollandse Waterlinie, bijzondere of unieke (historische of architectonische) panden; bij historische vindplaatsen en buitenplaatsen, geschikte parklocaties.
- Bijzondere, vernieuwende horecaconcepten, niet gelieerd aan ketens, maar bijvoorbeeld wel aan innovatieve combinaties met andere functies. Eigenlijk niet in traditionele horecacategorieën te vatten en passend in de directe omgeving.

Dit profiel geldt voor alle horecacategorieën, juist ook omdat vernieuwende concepten (soms) moeilijk in categorieën te vatten zijn.

## PROFIEL 14 – CREATIEVE HOTSPOTS >>

### ONTWIKKELINGSVISIE

Utrecht kent de grootste ‘creatieve klasse’ van Nederland. Die creativiteit betekent onder meer dat er creatief gebruik gemaakt wordt van (tijdelijk) leegstaande panden, ‘rafelranden’ van de stad en te ontwikkelen locaties. Op sommige plekken is de vestiging van de creatieve sector voorzien en kan een tijdelijke, creatieve invulling bijdragen aan het gewenste profiel en de gewenste dynamiek in het gebied. Vaak maakt horeca daar onderdeel vanuit (zie bijvoorbeeld Vechtclub XL in de Merwedekanaalzone en KanTien in Oog en Al). Maar ook op plekken waar woningbouw of andersoortige bedrijvigheid een plek moet krijgen, kan tijdelijke invulling met een horecaconcept een gunstige uitstraling, betere sociale controle en een stimulans voor de creativiteit met zich meebrengen.

#### ONTWIKKELINGSRICHTING CREATIEVE HOTSPOTS

Concepten die investeren in (contacten met) de wijk en een culturele en maatschappelijke functie met zich mee brengen, verlenen we in principe een tijdelijke ontheffing (maximaal vijf jaar) voor een bijbehorende horecafunctie op plekken waar op langere termijn creatieve hotspots voorzien zijn. Daarbij wordt gekeken naar vernieuwende concepten, een creatieve mix en een combinatie van functies. Dit in afwachting van de totale ontwikkeling.