

Haarlem, actualisering onderbouwing foodhal centrum Schalkwijk

Marketplace development B.V. en gemeente Haarlem



colofon

titel rapport
**Haarlem, actualisering
onderbouwing foodhal
centrum Schalkwijk**

datum
20 april 2021

projectnummer
203X01463

opdrachtgever
**Marketplace Develop-
ment BV**

BRO
Projectleider
DG

bron Kaft
BRO

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

BRO
Ruimte | om in te leven



*“Als we anderen de ruimte niet gunnen zullen we zelf steeds
meer opgesloten raken.”*

Prof. Hans Galjaard

1 Inleiding en Laddertoets

Aanleiding

In Haarlem speelt al langere tijd een ontwikkeling voor een foodhal aangrenzend aan het stadsdeelcentrum Schalkwijk. BRO heeft voor de ontwikkeling het ontwerpbestemmingsplan opgesteld. Onderdeel hiervan is een BRO-rapportage met een toets aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking en ruimtelijk functionele onderbouwing¹. Dit oorspronkelijke BRO-rapport dateert uit 2016 maar kent aanvullingen uit 2019 en 2020. Op het bestemmingsplan en genoemde BRO-rapportage zijn zienswijzen binnengekomen. Gezien de gewijzigde context (actuelere kengetallen, corona-crisis) en de aard en omvang van de zienswijzen is een algehele actualisatie van het stuk wenselijk.

Beleidsmatig/juridische context

In oktober 2015 heeft de gemeente Haarlem het bestemmingsplan Schalkstad 1e fase ontwikkeling vastgesteld. In dit plan wordt ruimte geboden om het centrum van Schalkwijk te vernieuwen, de detailhandelsfunctie verder te versterken en om woningen en voorzieningen in het plangebied toe te voegen, omdat dit bijdraagt aan de levendigheid en de aantrekkelijkheid van het centrum. Onderdeel hiervan is het toevoegen van nieuwe winkels en woningen aan het Florida- / Californiëplein. Concreet betreft het de toevoeging van onder meer een Albert Heijn- en Aldi-vestiging en 'afzoomwinkels'. Aldi zal spoedig openen. De beoogde locatie van de foodhal bevindt zich ten zuiden van deze ontwikkeling (zie figuur 1).

Kracht van de foodhal

Op het parkeerterrein wordt een nieuw markant gebouw gerealiseerd met transparante wanden waardoor het pand van alle zijden een representatieve en uitnodigende uitstraling heeft (zie figuur 2). Een foodhal is een vernieuwend horeca-concept, dat met diverse keukens binnen één ruimte inspeelt op de behoeften van bezoekers. Naast grote en kleine gerechten (waaronder streetfood) uit diverse landen kan men er veelal ook gewoon van een drankje en hapje genieten. De wisselwerking tussen horeca en dagvers onder één dak zorgt voor de levendige sfeer, dat is de kracht van het concept. Belangrijke attractiefactoren zijn de bijzondere producten, laagdrempeligheid, levendigheid, gezelligheid en het intieme karakter. Op diverse plaatsen in Nederland hebben foodhallen hun meerwaarde bewezen (zie ook bijlage 2). Ook in Haarlem zal de foodhal een nieuwe attractie zijn van het centrum Schalkwijk. Daarmee sluit het project nauw aan op de gemeentelijke ambities voor Schalkwijk (zie ook par.2.2).

Programma van de foodhal

De volgende indeling is voorzien en planologisch geborgd in het ontwerpbestemmingsplan:

- **Horeca** maximaal 600 m² bruto vloeroppervlak (bvo)
Voor ruimtelijk-functioneel onderzoek is het winkelvloeroppervlak relevant. Uitgaande van het ontwerp er ca. 540 m² vwo aan horeca mogelijk.
- **Versmarkt met standplaatsen** maximaal 200 m² bvo.
Uitgaande van het ontwerp is er ca. 160 m² vwo aan dagvers mogelijk.

Om deze reden is het voorliggende ruimtelijk-functionele onderzoek toegespitst op de functies 'horeca' en 'dagelijkse detailhandel'. Er worden in den lande verschillende definities gebruikt voor dergelijke concepten met een mix aan horeca en dagvers. Omdat het merendeel van de ruimte wordt inge-

vuld door horeca, wordt het hele concept een foodhal genoemd, met daarin ca. 200 m² aan dagvers. In het vervolg van dit rapport wordt met foodhal het hele concept bedoeld.



Figuur 1: Centrum Schalkwijk en beoogde locatie foodhal (ster)

¹ Haarlem, behoefte-onderzoek Markthal Schalkstad, door BRO 2016, aangevuld in 2019 en 2020.

Laddertoets in relatie tot planinitiatief

Het planinitiatief mag worden opgevat als een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Dit betekent dat de Ladder Voor Duurzame Verstedelijking moet worden doorlopen (zie kader). De handreiking bij de Ladder schrijft voor dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling wel enige omvang moet hebben. Bij een winkelplan en de toevoeging van een gebouw, ligt de ondergrens 'in beginsel' bij een bruto-vloeroppervlakte van minder dan 500 m². Door de toevoeging van 'in beginsel' bij iedere ondergrens, lijkt de Afdeling duidelijk te willen maken dat geen sprake is van 'harde' ondergrenzen. Aangezien het versmarkt-deel van de totale ontwikkeling maximaal 200 m² betreft, is deze functie formeel dus niet 'ladderplichtig'. Enkel de functie horeca is ladderplichting. In het kader van een goede ruimtelijke ordening zijn beide functies echter wel in samenhang beoordeeld en getoetst aan de Ladder.

De 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' (art. 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening).

Dit is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument dat doorlopen moet worden voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Het tweede lid van art. 3.1.6. luidt als volgt: "De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien."

De Ladder is gewijzigd per 1 juli 2017. De motiveergrond voor ruimtelijke plannen blijft, maar wordt lichter in het gebruik. Hiermee lijkt de lijn vooral 'reguleer wat moet, laat vrij wat kan'. Het doel van de Ladder is duurzaam ruimtegebruik. Bij een toets moet worden aangetoond dat er behoefte is aan

de ontwikkeling en dat eventuele leegstandseffecten als gevolg van het initiatief aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef-, en ondernemersklimaat. De behoeftetoets heeft als doel om aan te tonen dat er geen sprake is van onaanvaardbare leegstand en gaat dus minder over 'marktruimte' of 'economische effecten' zoals ook blijkt uit navolgende citaten uit de handreiking bij de Ladder. Leegstand als gevolg van een initiatief is ruimtelijk aanvaardbaar **tenzij** dit leidt tot een onaanvaardbare situatie op de omgeving. De vraag of leegstand onaanvaardbaar is hangt af van:

- Of er überhaupt leegstand verwacht wordt als gevolg van het plan.

- Zo ja, is onder andere van belang waar er kans op leegstand is (binnen of buiten de winkelstructuur) en de aard en omvang van de leegstand.

"Het enkele gegeven dat overaanbod ontstaat, betekent niet dat de ontwikkeling in strijd is met de Ladder. Daarnaast kan op plekken waar weinig marktruimte aanwezig is voor detailhandel vernieuwing en versterking van de winkelstructuur soms nodig zijn...Het enkele feit dat de voorziene ontwikkeling kan leiden tot beëindiging van de eigen bedrijfsactiviteiten ter plaatse en daardoor tot leegstand van het in gebruik zijnde bedrijfsgebouw is op zichzelf eveneens onvoldoende



Figuur 1: Ontwerp van de foodhal Schalkwijk (NOAHH BV)

om te concluderen dat zich relevante leegstand zal voordoen” (Handreiking ladder voor duurzame verstedelijking 2020).

Zienswijzen op de BRO-Laddertoets

Zoals vermeld in de inleiding zijn 5 zienswijzen ingediend tegen het plan, waarvan in 4 zienswijzen specifiek wordt ingegaan op de Laddertoets van de BRO-rapportage uit 2016. Deze zienswijzen zijn ingedeeld namens een aantal eigenaren in het centrum (CCVE, Portico Investments Holding B.V) en de supermarkten Dekamarkt en Albert Heijn, beiden gevestigd in centrum Schalkwijk. De strekking van de zienswijzen is dat de Laddertoets uit de BRO-rapportage 2016 ondeugdelijk zou zijn. De globale strekking van de zienswijzen is:

- dat er geen behoefte zou zijn aangetoond mede omdat het plan niet onderscheidend zou zijn. In het bestemmingsplan zou het concept namelijk onvoldoende geborgd zijn. In het horeca-deel zou hierdoor ook één reguliere horecaformule kunnen landen en in het versmarkt-deel één (oriëntaalse) supermarkt.
- Daarnaast is er reeds leegstand in het centrum. Zodoende zou het mogelijk maken van extra meters leiden tot een onaanvaardbare leegstandssituatie. Voor een meer gedetailleerde uitwerking en reactie op de zienswijzen wordt verwezen naar de gemeentelijke Reactie Zienswijzen.

Conclusies Laddertoets 2020

In het navolgende zijn de conclusies van de Laddertoets 2020 gegeven. In het licht van het voorgaande is de behoefte aangetoond en zijn de ruimtelijke effecten aanvaardbaar. Daarmee zijn ook de zienswijzen weerlegd. In de volgende hoofdstukken staat het ruimtelijk-functioneel onderzoek dat ten grondslag ligt aan deze conclusies.

Behoefte aan horeca

Een Ladderonderbouwing voor horeca is gericht op de kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling (in brede zin) en de ruimtelijke effecten. Er bestaat voor de beoogde horeca in wezen geen ‘vanzelfsprekende’ behoefte. De vraag wordt vooral bepaald door de aanbodkwaliteiten in brede zin, waarbij de combinatie tussen productconcept faciliteiten, uitstraling, doelgroepen, gastvrijheid, marketing maar bovenal ook locatie centraal staan. De marktomstandigheden zijn voor de functies bovendien zeer dynamisch, aan zowel de vraag- als aanbodzijde. De kwantitatieve behoefte wordt in dit kader dan ook indicatief bepaald, met als doel de ruimtelijke effecten goed te kunnen inschatten. De beoordeling van de kwalitatieve aspecten is zoveel mogelijk geobjectiveerd.

Behoefte aangetoond

De conclusie van voorliggende studie is dat er behoefte is aangetoond aan de foodhal. Hierbij is het volgende van belang:

- Het initiatief speelt vanuit trends en ontwikkelingen in op de behoefte van de consument. Door de groeiende markt van ‘food’ zijn ook foodhalconcepten sterk in opkomst. De mix van zowel horeca (directe consumptie) als dagvers (veelal meenemen) zorgt voor een unieke beleving onder één dak. Goede horeca op de juiste zichtlocatie zet gebieden op de kaart en creëert deels zijn eigen markt.
- Horeca zorgt voor reuring en verlevendigd gebieden. Zeker in monofunctionele winkelgebieden zoals Schalkwijk zorgt horeca in combinatie met dagvers voor een impuls en attractiewaarde.

- Daarmee sluit de ontwikkeling aan op de beleidskaders. In zowel het regionale als het gemeentelijke detailhandelsbeleid is een transformatie van Schalkwijk naar een multifunctioneel hart voor de wijk voorzien, met ruimte voor ontmoeten en beleven. De foodhal voorziet hierin.
- Stadsdeelcentra zijn doorgaans qua ruimtelijke opzet naar binnen gekeerd. Schalkwijk is hierin geen uitzondering. Een belangrijke opgave is om de zichtbaarheid en de belevingswaarde aan de buitenzijde te verbeteren. De foodhal voorziet hierin en is vanwege de zichtlocatie aan de buitenzijde van het centrum beoogd. Een inpassing in het centrum zou zowel ten koste gaan van het concept zelf, als de meerwaarde voor het centrum.
- De foodhal is als hoogwaardig totaalconcept met een mix van horeca en dagvers via standplaatsen, een complementaire aanvulling op de horeca en de boodschappenwinkels. Met name voor de horeca, geldt dat de bestaande horeca overwegend bestaat uit fastfood, die gemiddeld matig wordt beoordeeld door bezoekers.
- Uit de marktverkenning blijkt dat er verhoudingsgewijs weinig aanbod is aan horeca en boodschappenwinkels in het centrum Schalkwijk. Dit is een indicatie voor een aanvullend voorzieningenaanbod. Te meer gezien de forse groei van het inwonertal (groei consumentendraagvlak).
- Uit de modelmatige verrekeningen van vraag en aanbod blijkt dat er zowel nu als in de toekomst marktruimte (ofwel kwantitatieve behoefte) bestaat voor een versterking van het aanbod. Ook rekening houdende met de planontwikkelingen van Aldi en AH.
- Er zijn verder geen alternatieve planontwikkelingen die voorzien in de behoefte aan horeca en dagelijkse artikelen winkels/dagvers. Wel noemenswaardig is de recente

opening van de Kinopolis-bioscoop, die meer bezoekers en bestedingen aan Schalkwijk bindt. De foodhal zal hiervan profiteren.

- Er is een structurele leegstand in centrum Schalkwijk en daarmee plancapaciteit. Een deel van deze leegstand wordt echter getransformeerd. Het is niet reëel dat deze plancapaciteit in zijn geheel voor horeca of dagelijkse detailhandel wordt benut. Mocht een deel hiervan toch worden benut voor horeca of dagelijkse detailhandel, leidt dit niet tot onaanvaardbare effecten of leegstand elders. Er zijn ruime marktmogelijkheden aangetoond.

Aanvaardbare ruimtelijk-functionele effecten

De conclusie is dat de effecten van het plan ruimtelijk aanvaardbaar zijn. Hierbij is het volgende van belang:

- Gezien de ruime marktmogelijkheden en de beperkte omvang van het initiatief wordt niet verwacht dat er andere winkels of horecazaken verdwijnen als gevolg van het initiatief. Van leegstand of zelfs onaanvaardbare leegstand is geen sprake.
- Wel is de bestaande structurele leegstand in het winkelgebied een zorgelijk aandachtspunt. Deze panden zijn klaarblijkelijk niet langer marktcourant. Zodoende zijn en worden er diverse maatregelen genomen om de leegstand aan te pakken. De bestaande leegstand staat zodoende los van de foodhal-ontwikkeling. Het mag namelijk niet zo zijn dat bestaande leegstand de markt op slot zet voor nieuwe ontwikkelingen en innovatie tegenhoudt. In dit licht is ook het inpassen van de foodhal in deze leegstand geen reële optie.
- De foodhal maakt onderdeel uit van de voorziene transformatie van het centrum en vergroot de aantrekkelijkheid en zal nieuwe bezoekers aan het centrum binden.

Daarmee draagt de foodhal bij aan het algehele toekomstperspectief van Schalkwijk en de voorziene verkleuring naar een multifunctioneel hart voor de wijk.

2 Ruimtelijk-functionele onderbouwing

Dit hoofdstuk vormt de onderlegger voor de toets aan de Ladder in het voorgaande hoofdstuk. Het onderzoek gaat in op de functie horeca en op de detailhandel in dagelijkse artikelen, gezien de inrichting van de versmarkt met dagvers.

2.1 Trends en ontwikkelingen foodhallen, horeca en dagelijkse artikelen

Het consumentengedrag verandert doorlopend, onder invloed van tal van demografische, maatschappelijke en economische ontwikkelingen. Voor de beoogde foodhal zijn de volgende trends relevant:

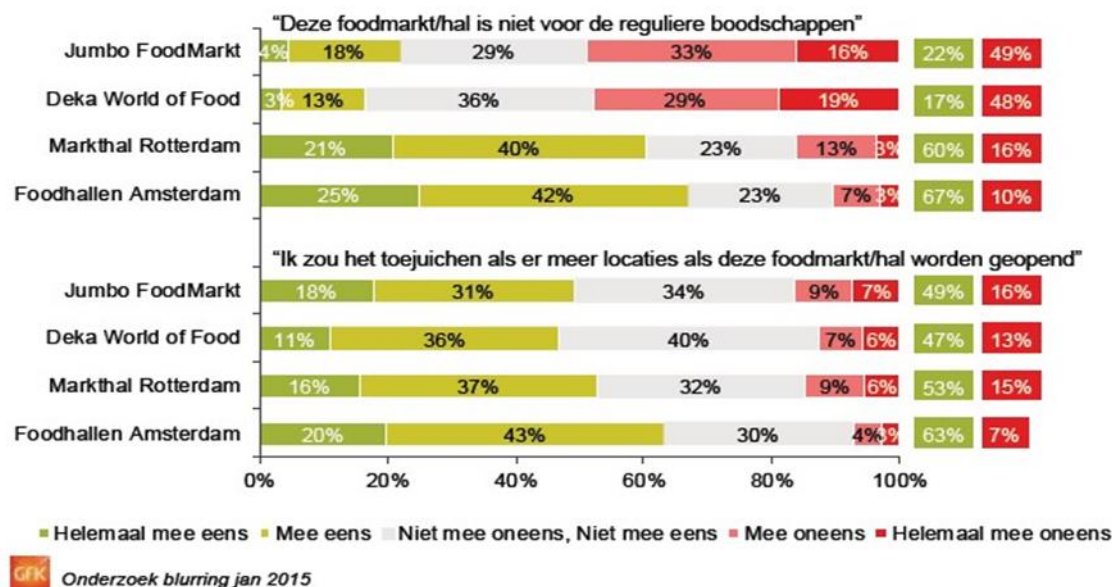
- **Meer aandacht voor eten & drinken.** Nederland beschikt van oudsher niet over een bijzondere eet- en drinkcultuur. Dat verandert echter wel langzaam maar zeker, ook door buitenlandse invloeden. Het thema 'Food' staat volop in de belangstelling. Zo is vanuit Italië en het Middellandszegebied de 'Slow Food' beweging opgekomen, met meer aandacht voor streekeigen, seizoensgebonden en smaakvolle voedingsmiddelen, met ambachtelijke bereidingswijzen.
- **Van prijs naar kwaliteit.** Mensen worden zich steeds bewuster van de waarde en betekenis van eten en drinken voor lichaam en geest, met meer respect voor natuur, product en ambacht. We zijn in toenemende mate bereid daarvoor een faire prijs te betalen. Als reactie ontstaan continu nieuwe winkel- en horecaformules die hierop inspelen, vaak gespecialiseerd in bijvoorbeeld koffie/thee, wijnen, slow food of biologische producten.
- **Opkomst foodhallen en andere concepten.** In Nederland openen steeds meer concepten gericht op een

combinatie van food (biologisch, streekeigen, ambachtelijk, etc.), horeca en ambacht. Landelijk bekende voorbeelden zijn de toeristische Rotterdamse Markthal en de Amsterdamse Foodhallen, maar er zijn ook tal van kleinere concepten meer gericht op de lokale bevolking. Denk o.a. aan de Westmarkt in Amsterdam Osdorp.

- **Foodhallen; accent op horeca.** Hoewel veelal ook versproducten worden verkocht worden foodhallen minder vaak voor de reguliere boodschappen bezocht. Dit blijkt ook uit figuur 3.

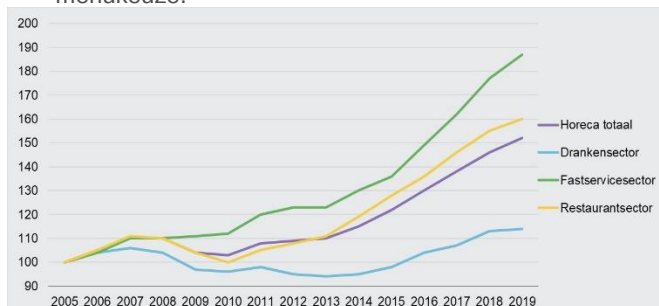
Trends horeca algemeen

- **Ontwikkeling.** Nederland ontwikkelt zich tot horecaland. De afgelopen jaren is tot aan de Corona-crisis de horecasector in aantal zaken en omzetten fors gestegen. Mensen eten en drinken steeds meer 'buiten de deur'.
- **Goede horeca** is essentieel voor stadsdeelcentra zoals Schalkwijk. Het belichaamt de brede toegankelijkheid, gastvrijheid en beleevingswaarde.



Figuur 3: bezoekgedrag foodhallen en versmarkten

- **Coronavirus.** De horeca wordt momenteel onevenredig hard getroffen. Ondanks de landelijke maatregelen gericht op lastenverlichting in personeel, huisvesting en financiering zal het aantal faillissementen en bedrijfsbeëindigingen groeien. De horeca is echter een zeer veerkrachtige sector. We verwachten dan ook dat op termijn (na de Coronacrisis) de bestedingen weer zullen stijgen, wat kansen biedt voor bestaande en nieuwe horeca. Dit zagen we ook na de crisis van 2008-2012 (zie figuur 4). Voor onderscheidende horeca op de juiste locatie bestaat altijd perspectief. Horeca is niet weg te denken uit het straatbeeld en onze maatschappij.
- **Functiemix.** Horeca wordt steeds meer met andere functies (bijv. detailhandel, cultuur, vermaak, recreatie) gemixt. Cross-selling, waarbij aanvullende producten of diensten worden verkocht aan de klant, heeft de toekomst.
- Het rendement van veel horecazaken staat onder druk. Er is in veel gebieden 'veel van hetzelfde'. Dit betreft vooral horecazaken met onvoldoende eigenheid/uniciteit, marketing, een gedateerde inrichting, uitstraling of menukeuze.



Figuur 4: Ontwikkeling horeca-omzet (index vanaf 2005)

Trends; dagelijkse detailhandel en stadsdeelcentra

- De afgelopen jaren is de besteding aan 'Food' fors gegroeid. Hiervan hebben zowel horeca, speciaalzaken als supermarkten geprofiteerd.
- Door de Corona-crisis zal deze besteding nog toenemen. Zo voorspelt ING voor 2020 een groei van 6% in de supermarktbranche en 3% groei voor vers-speciaalzaken. De verwachting voor de komende jaren is eveneens positief².
- Aangezien we veel thuiswerken vindt deze groei vooral plaats bij de ondersteunende winkelcentra in de wijken (zoals Schalkwijk) en minder in de binnensteden en de 'doorstroomlocaties'.
- **Toekomstige rol Schalkwijk.** Door veranderend consumentengedrag (o.a. internetbesteding) zal Schalkwijk de komende jaren verkleuren van enkel een groot winkelcentrum naar een echt hart voor het stadsdeel. Dit is ook de globale strekking van de beleidskaders. Er is minder behoefte aan winkels in de recreatieve sector, terwijl het belang van boodschappenwinkels, horeca en andere centrumvoorzieningen toeneemt. Er is behoefte aan ontmoeting.

Planinitiatief in relatie tot trends en ontwikkelingen

De markt voor food is sterk gegroeid de afgelopen jaren en hiervan hebben o.a. horeca, supermarkten en speciaalzaken van geprofiteerd. De afgelopen jaren zijn diverse foodhallen geopend in Nederland die inspelen op de behoefte. Dit past bij de ontwikkeling van Schalkwijk dat verkleurt van enkel een koopcentrum naar het hart van de wijk.

2.2 Planinitiatief in relatie tot beleidskaders

In de toelichting op het bestemmingsplan is een samenvatting van de relevante beleidskaders opgenomen. De voornaamste conclusies van de beleidskaders ten aanzien van het planinitiatief zijn:

- Het provinciaal beleid³ zet in op krachtige centrumsteden met regionale voorzieningen en de stedelijke woon- en werkmilieus. Het is zaak dat regio's vitaal blijven en zich verder kunnen ontwikkelen. Hiertoe maken zij kwalitatieve en kwantitatieve afspraken over woningbouw, werklocaties en de ontwikkeling van voorzieningen, zoals detailhandel.
- Regionaal detailhandelsbeleid Zuid Kennemerland. In deze visie is opgenomen dat Schalkwijk al jaren kampt met een bovenmatige leegstand. Er is gestart met de vernieuwing van Schalkwijk tot een modern en aantrekkelijk stadsdeelcentrum. Het winkelaanbod wordt versterkt, en functies als wonen, werken en uitgaan worden toegevoegd. Hiermee ontstaat een levendig en multifunctioneel stadshart. Bij Centrum Schalkwijk wordt, mede gezien de huidige winkelleegstand, gekozen voor een compact stadsdeelcentrum. De winkeluitbreidingsplannen met een accent op de schaalvergroting in met name de dagelijkse sector blijven beperkt. Voor zover bijdragend aan versterking van het winkelgebied c.q. de structuur dient in de reguliere winkelgebieden in Zuid-Kennemerland de grondhouding te zijn: "ja, mits...", in plaats van: "nee, tenzij...".
- In de gemeentelijke structuurvisie voor Schalkwijk (2013) is eveneens de transformatie voorzien. Onderdeel hiervan is de markthal. Het is de ontmoetingsplaats in het gebied waar allerlei verschillende functies op en aan liggen zoals de bioscoop, weekmarkt, horeca, terrassen en woningen. Door op het plein de markthal in te richten als

² ING, Corona-crisis legt foodretail geen windeieren augustus 2020.

³ Noord-Holland, Omgevingsvisie Noord-Holland 2050, november 2018.

een bazaar met kramen wordt hier de ruimte geboden aan een mix van culturen en gezelligheid waar iedereen samen kan komen.

- In de detailhandelsvisie (2016) van de gemeente Haarlem wordt voor Schalkwijk ingezet op functiemenging (woningen, bioscoop, horeca en terrassen) t.b.v. een multifunctioneel stadshart en een compacter centrum.
- Het Actieplan detailhandel en horeca (2020 t/m 2022). In dit beleidsstuk zijn per winkelgebied actielijnen en concrete acties benoemd. Centrum Schalkwijk wordt herontwikkeld. Met het oog daarop is in een eerder stadium al een participatietraject doorlopen met ondernemers, vastgoedeigenaren en overige belanghebbenden. Relevante acties zijn:
 - Eind 2020: Uitwerking Toekomst Centrum Schalkwijk Haarlem opgesteld. Dit is een ruimtelijk economisch kader voor ontwikkeling. Hiermee wordt de positie van Centrum Schalkwijk als 'hart van de wijk' expliciet vastgelegd.
 - Eind 2020: De informatienota fase 2 ontwikkeling Centrum Schalkwijk wordt medio november 2020 naar de commissie Ontwikkeling gestuurd.
 - 2021: Actualiseren van de Structuurvisie Schalkstad inclusief stedenbouwkundige visie en beeldkwaliteitsplan. De gefaseerde transformatie naar een multifunctioneel stadsdeelcentrum met een breed publiekstrekend aanbod functies en voorzieningen wordt voortgezet:
 - Kleiner en compacter maken van het winkelcentrum door het saneren van vierkante meters winkelvloeroppervlakte;
 - Ontwikkelen van woningen;
 - Toevoegen van nieuwe functies, zoals een budget-supermarkt, bioscoop en horeca;

- Aantrekken en huisvesten van sociaal-maatschappelijke voorzieningen waaraan lokaal behoefte is.
- Aansluiten van extra ondernemers op het initiatief Haarlemsewinkels.nl om de online zichtbaarheid van het aanbod van Centrum Schalkwijk te vergroten.

- Ook de toekomstvisie Schalkwijk 2018 door adviesbureau DTNP (niet als beleidsstuk vastgesteld) voorziet de transformatie naar een multifunctioneel centrum, waar ook horeca een relevante rol heeft. De foodhal is als mogelijke planontwikkeling voorzien.

2.3 Leegstandsanalyse, plancapaciteit en transformatie Schalkwijk

De analyse van de leegstand is voor de toets aan de ladder relevant. In het kader van duurzaam ruimtegebruik dient te worden getoetst of het planinitiatief redelijkerwijs niet in bestaand leegstaand vastgoed kan worden ondervangen. Er staan in totaal 18 panden leeg met een totale omvang van 4.555 m² vwo. Het merendeel van de leegstand is langdurige of structurele leegstand. De panden liggen verspreid in het hele centrum. In de zienswijzen is betoogd dat de foodhal ook in deze bestaande leegstand kan worden ondervangen. Om de volgende redenen is dit echter niet wenselijk en haalbaar:

- Er is een structurele leegstand in centrum Schalkwijk en daarmee plancapaciteit. Een deel van de structurele leegstand wordt getransformeerd.
- Zoals uitgelegd in hoofdstuk 1 ligt de kracht van het initiatief juist in de wisselwerking van de functies op een hoogwaardige zichtlocatie, buiten het centrum.

- Indien het initiatief in de bestaande winkelleegstand wordt ingepast, gaat de kracht van het initiatief en de meerwaarde voor Schalkwijk verloren.
- Bovendien betreft de leegstand overwegend kleinere panden verspreid over het hele centrum. Het concept van de foodhal is zodoende niet in bestaande leegstand in te passen.
- Ook blijkt uit de structurele aard van de leegstand dat de panden niet of nauwelijks marktcourant zijn. Het is met andere woorden geen relevante plancapaciteit voor horeca of dagelijkse detailhandel. Het is niet reëel dat deze plancapaciteit in zijn geheel voor horeca of dagelijkse detailhandel wordt benut. Mocht een deel hiervan toch worden benut voor horeca of dagelijkse detailhandel, leidt dit niet tot onaanvaardbare effecten of leegstand elders. Er zijn ruime marktmogelijkheden aangetoond.

Resumerend is het weinig reëel te veronderstellen dat de foodhal in de bestaande leegstand kan worden ingepast, zoals betoogd in de zienswijzen. Dat neemt niet weg dat er een opgave ligt om de leegstand aan te pakken. Dit traject wordt eveneens opgepakt en staat grotendeels los van de foodhal-ontwikkeling. Ook in gebieden met leegstand is immers soms vernieuwing en dynamiek nodig om de aantrekkelijkheid te stimuleren, zie ook hoofdstuk 1. Het planinitiatief voorziet hierin.

Alternatieve planontwikkelingen

Voor de toets aan de Ladder is het relevant te analyseren of de aangetoonde behoefte mogelijk niet wordt ingevuld door alternatieve planontwikkelingen. Hiervan is geen sprake. Er spelen in het centrum geen andere soortgelijke ontwikkelingen.

- Wel noemenswaardig is dat Aldi spoedig de deuren van de nieuwe vestiging zal openen in Schalkwijk. Deze ontwikkeling is opgenomen in de modelmatige vraag- en aanbodberekening.
- Recent is de Kinopolis-bioscoop geopend aangrenzend aan het stadsdeelcentrum. Deze ontwikkeling past goed in voorziene verkleuring van het stadsdeelcentrum. De bioscoop bindt nieuwe bezoekers aan het stadsdeelcentrum en dit biedt kansen voor de foodhal.

2.4 Marktverkenning

2.4.1 Verzorgingsgebied

Uit de handreiking bij de Ladder blijkt dat de aard en omvang van het initiatief bepalend is voor het verzorgingsgebied. Uit de beleidskaders, trends en koopstromen (KSO Randstad 2018) blijkt dat het merendeel van de besteding van stadsdeelcentrum Schalkwijk, uit gemeente Haarlem afkomstig is. Aangezien het stadsdeelcentrum ook grotendeels door bewoners van de eigen wijk wordt bezocht, is gekozen om de horeca en dagelijkse detailhandel in de hele gemeente, als

Tabel 1: Horeca-aanbod per 1.000 inwoners

Gebied	Horeca per 1.000 inwoners
Schalkwijk	0,86
Gemeente Haarlem	3,05
Gemeente Haarlem (excl. centrumgebied)	1,43
Referentiekernen	2,9

meer specifiek het stadsdeelcentrum Schalkwijk te beschouwen. De gegevens zijn afkomstig van Locatus Retailverkenner, peildatum oktober 2020. De inwoners van gemeente Haarlem en meer specifiek Haarlem Schalkwijk, zijn de voornaamste consumenten van de foodhal. Relevant is dat het inwonertal naar verwachting fors zal groeien richting 2030⁴. In de hele gemeente met ca. 8% en voor het stadsdeel met maar liefst 19%. Mede door de transformatie van het centrum (woningen) komt een deel van de nieuwe inwoners nabij het centrum te wonen. Daarmee groeit ook het consumentendraagvlak voor voorzieningen en de behoefte aan een hart voor de wijk.

2.4.2 Marktverkenning horeca

Schalkwijk telt 29 horecazaken. Het merendeel hiervan bevindt zich in de verschillende winkelcentra van het stadsdeel en is overwegend ondersteunende horeca in het fastservice

segment. In het stadsdeelcentrum zijn 12 horecazaken gevestigd. Het merendeel hiervan behoort eveneens tot het fastservice-segment (grillrooms, bezorg-halen etc.). Dit horeca-aanbod wordt gemiddeld matig beoordeeld door de bezoekers van het stadsdeelcentrum. In het KSO Randstad 2018 werd het horeca-aanbod met een 5,3 versus 7,2 (benchmark) beoordeeld. Ook de sfeer van Schalkwijk werd met een 5,8 versus 7,0 (benchmark) laag beoordeeld. Een foodhal-concept is nog niet in het stadsdeel of het stadsdeelcentrum gevestigd en is, met een accent op vers een complementaire aanvulling op de bestaande horeca.

In tabel 1 is het horeca-aanbod in aantal zaken per 1.000 inwoners weergegeven voor Schalkwijk, gemeente Haarlem en referentiekernen⁶. Hoewel dergelijke vergelijkingen altijd in perspectief moeten worden gezien, geeft het wel een indicatie of er veel of juist weinig horeca in een gebied gevestigd is.

Tabel 2: Indicatieve dpo-benadering horeca

	2020	2030
Inwoners	162.433	175.665
Netto omzet per hoofd (€)	988	988
Bestedingspotentieel (€ mln.)	160,5	173,6
Koopkrachtbinding	5%	5%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	8,0	8,7
Koopkrachttoevloeiing	31,0%	29,5%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	3,6	3,6
Totale besteding (€ mln.)	11,6	12,3
Omzetclaim huidig aanbod ⁵ (€ mln.)	5,0	5,0
Indicatieve Marktruimte in (€ mln.)	6,6	7,3

⁴ Bron; gemeente Haarlem.

⁵ Er zijn in het stadsdeelcentrum 12 horecazaken gevestigd. Uitgaande van de landelijk gemiddelde omzet per zaak 414.000,- (CBS, 2020, cijfers over 2019) is dit ca. 5,0 mln.

⁶ Kernen met 100.000 tot 175.000 inwoners, Locatus Retailverkenner.

Uit de tabel blijkt dat Schalkwijk relatief weinig horeca heeft. Dit zien we vaker terug bij wijken uit de zestiger en zeventiger jaren. Het feit dat er weinig horeca is, betekent echter niet dat er geen behoefte is. Het kleine aanbod mag als indicatie worden gezien voor een aanvullende behoefte en biedt kansen voor nieuwe concepten. Te meer gezien de bevolkingsgroei.

Modelmatige verrekening horeca

In tabel 2 is een modelmatige benadering opgesteld van de vraag naar en aanbod van horeca in het stadsdeelcentrum. Het betreft nadrukkelijk een **indicatieve** berekening en geeft enkel op hoofdlijn cijfermatig inzicht in de sector die slechts zeer beperkt 'wetmatig en modelmatig' kan worden berekend. De mate in hoeverre er behoefte is aan horeca, wordt grotendeels bepaald door het concept zelf en de locatie. De tabel geeft inzicht in de huidige situatie als een doorkijk naar de toekomst (2030). Voor de verantwoording van de gehanteerde variabelen (bestedingen, koopstromen etc.) wordt verwezen naar bijlage 2.

De dpo-benadering **geeft een indicatie** dat er op basis van landelijke gemiddelden nu en in de toekomst marktruimte is voor extra horeca-aanbod in het stadsdeelcentrum. Er zijn

ruime marktmogelijkheden aangetoond voor een groter aanbod. Dit is logischerwijs te verklaren door het relatief kleine aanwezige aanbod en de groei van het inwonertal. De berekende marktruimte biedt voldoende perspectief voor de foodhal. Ook in combinatie met de nieuwe bioscoop, of de invulling van een deel van de leegstaande harde plancapaciteit in het centrum Schalkwijk.

2.4.3 Marktverkenning dagelijkse detailhandel

De boodschappenwinkels (waaronder de supermarkten) bevinden zich voornamelijk in de verschillende winkelgebieden van Schalkwijk. In totaal zijn 40 winkels met een omvang van 10.745 m² wvo. Ca. de helft van het aanbod ligt in stadsdeelcentrum Schalkwijk (18 zaken met 4.949 m² wvo). Het toevoegen van een versmarkt in de foodhal met 160 m² wvo is dus een zeer beperkte uitbreiding van ca. 3%.

In tabel 3 is het dagelijks winkelaanbod in m² wvo per 1.000 inwoners weergegeven voor Schalkwijk, gemeente Haarlem en referentiekernen⁷. Hoewel dergelijke vergelijkingen altijd in perspectief moeten worden gezien, geeft het wel een indicatie of er veel of juist weinig winkelaanbod in een gebied gevestigd is. Uit de tabel blijkt dat Schalkwijk relatief weinig winkelaanbod heeft, in vergelijking met het gemeentelijk en het Nederlands gemiddelde van referentiekernen. Dit is een indicatie voor een aanvullende behoefte.

Modelmatige verrekening dagelijkse detailhandel

In tabel 4 is een modelmatige dpo-benadering opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen in Haarlem Schalkwijk. Voor de verantwoording van de gehanteerde variabelen (bestedingen, koopstromen etc.) wordt verwezen naar bijlage 2. De berekening is opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen

en voor de huidige situatie (2020) en de toekomstige verwachte situatie (2030). Eenvoudig uitgelegd wordt de totale besteding gedeeld over alle winkelmeters. Dit leidt tot de gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m² wvo) en geeft een indicatie van het economisch functioneren van de branche en inzicht in de distributieve ruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod. Uit de tabel blijkt het volgende:

- Er is zowel in de huidige situatie als de toekomstige situatie sprake van een gemiddeld hoge vloerproductiviteit. Wanneer dit wordt afgezet tegen het landelijk gemiddelde is er sprake van een aanzienlijke ruimte voor uitbreiding van ca. 3.100 m² wvo. Een deel hiervan wordt ingezet ten behoeve van de uitbreiding van Albert Heijn en de komst van Aldi naar centrum Schalkwijk.
- In de doorkijk naar 2030 is met deze supermarkt-ontwikkeling rekening gehouden (zie rij I). Zelfs na toevoeging van deze supermarktmeters ligt de gemiddelde vloerproductiviteit nog altijd boven het landelijk gemiddelde en is er nog sprake van ca. 1.350 m² wvo aan 'marktruimte' voor uitbreiding.
- Dit betekent dat ook na de beperkte toevoeging van 160 m² wvo aan dagvers in de foodhal, de vloerproductiviteit nog boven het landelijk gemiddelde ligt. Ook wanneer een deel van de leegstaande plancapaciteit in centrum Schalkwijk wordt ingevuld met dagelijkse artikelenwinkels. Op basis hiervan is het niet de verwachting dat er gevestigde winkels zullen verdwijnen als gevolg van het initiatief. Van onaanvaardbare leegstand of duurzame ontwrichting zal bij dit beperkte initiatief geen sprake zijn.

Tabel 3: dagelijks winkelaanbod in m² per 1.000 inwoners

Gebied	Winkelaanbod per 1.000 inwoners
Schalkwijk	320
Gemeente Haarlem	336
Referentiekernen	371

⁷ Kernen met 100.000 tot 175.000 inwoners, Locatus Retailverkenner, peildatum november 2020.

2.5 Ruimtelijk-functionele effectenanalyse

De handreiking bij de ladder schrijft voor dat een planinitiatief niet tot dusdanige leegstand mag leiden dat dit vanuit het goede woon-, leef- en ondernemersklimaat, als onaanvaardbaar mag worden beschouwd. In het geval van de foodhal (horeca en dagvers) zal geen sprake zijn van onaanvaardbare leegstandseffecten. Hiervoor zijn de volgende argumenten aan te dragen:

- Het betreft een relatief beperkte planontwikkeling van 540 m² wvo aan horeca en 160 m² aan dagvers. In combinatie met de eigenheid van het concept en de toenevende bestedingen (groei inwonertal) zullen bestedingen en concurrentieposities in het centrum niet drastisch wijzigen.
- Een dergelijk vernieuwend concept is nog niet in het centrum of stadsdeel gevestigd en zal zodoende ook nieuwe bezoekers en bestedingen binden.
- Daarnaast neemt het consumentendraagvlak door de verwachte bevolkingsgroei dusdanig toe, omdat er zowel voor de functie horeca als voor dagelijkse detailhandel ruime marktmogelijkheden benaderd zijn voor nu en de toekomst (2030).
- Voor de functie horeca is relevant dat goede horeca, grotendeels een eigen marktvraag genereert.
- Voor de versmarkt geldt dat de winkelsector in dagelijkse detailhandel mede door de corona-crisis een forse stimulans krijgt.
- Gezien het voorgaande is het niet de verwachting dat er andere horecazaken of boodschappenwinkels zullen verdwijnen als gevolg van het planinitiatief en wordt leegstand niet verwacht. Dit geldt zowel voor het aanbod in Schalkwijk als daarbuiten in de omliggende winkelcentra.
- Ook de eventuele effecten op de weekmarkt zullen beperkt zijn. Mogelijk zal de foodhal wat concurreren met

enkele aanbieders van de weekmarkt, maar dit zal ruimschoots worden gecompenseerd door het groeiende consumentendraagvlak en de wisselwerking in bestedingen. De foodhal trekt immers ook nieuwe bezoekers en bestedingen aan. Bovendien zijn weekmarkten qua kramen en samenstelling altijd in beweging. Dat is letterlijk marktwerking.

Resumé

Er ligt een transformatie-opgave voor Schalkwijk om te transformeren van een monofunctioneel koopcentrum naar een multifunctioneel hart voor de wijk. Waar mensen zowel de boodschappen doen, werken, wonen en recreëren.

Er zijn en worden tal van maatregelen genomen ten behoeve van de aantrekkelijkheid. De realisatie van de foodhal sluit aan bij deze kaders. De huidige leegstand is een probleem maar zal worden aangepakt. De leegstand staat los van de foodhal-ontwikkeling. Het mag namelijk niet zo zijn dat leegstand de markt op slot zet en innovatie tegenhoudt.

Tabel 4: Indicatieve dpo-benadering dagelijkse artikelen

	Berekening	2020	2030
A. Aantal inwoners		162.433	175.665
B. Bestedingen per hoofd (€)		2.602	2.602
C. Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	A*B	422,7	457,1
D. Koopkrachtbinding (%)		11%	11%
E. Gebonden bestedingen (in mln. €)	C*D	46,5	50,3
F. Koopkrachtoevloeiing als aandeel van de omzet (%)		24%	22,6%
G. Koopkrachtoevloeiing absoluut (in mln. €)	H*F	14,7	14,7
H. Totale besteding (in mln. €)		61,2	65,0
I. Huidig winkelvloeroppervlak (m ² wvo)		4.949	7.244
J. Omzet per m ² wvo	H:I	12.375	8.975
K. Indicatieve vloerproductiviteit (NL gemiddelde)		€ 7.564	7.564
L. Verschil omzet met vergelijkbaar gemiddelde		64%	19%
M. Distributieve uitbreidingsruimte (m ² wvo) afgerond		3.100	1.350

Bijlage 1

Begrippenlijst

Begrippenlijst

BVO/WVO

- *Bruto vloeroppervlak*: Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.
- *Winkelverkoop vloeroppervlak*: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse sector

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

Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen.

Bestedingspotentieel

Totaal aan toonbankbestedingen in winkels die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) netto omzet per hoofd van de bevolking.

Hoofddetailhandelsstructuur

De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet.

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Koopstroomgegevens

Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek. In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden bedoeld, zoals koopmotieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte

dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Plancapaciteit (hard)

In principe wordt met plancapaciteit de harde plan-capaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

Vloerproductiviteit

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

Bijlage 2

Toelichting dpo-benaderingen

Uitgangspunten dpo-benadering

In de volgende tabel zijn de uitgangspunten van de dpo-benadering voor horeca en dagelijkse detailhandel weergegeven. De koopstromen vergen enige extra uitleg.

Koopstromen KSO Randstad 2018

Er zijn geen koopstroomgegevens in Haarlem voor horeca. Wel heeft de functie horeca, qua bezoekgedrag veel raakvlak met de sector niet-dagelijkse detailhandel (recreatief winkelen)⁸. Om deze reden zijn voor horeca deze koopstromen gehanteerd.

Voor de sector dagelijkse artikelen zijn de koopstromen voor die sector gehanteerd. Voorzichtigheidshalve is gekozen om niet de toevloeiing in omzet gelijk te houden in 2020 en 2030.

Tabel 2: Uitgangspunten dpo-benadering

Variabele	Waarde	Bron
Inwonertal	2020: 162.433 inwoners. 2030: 175.665 inwoners.	Huidige situatie: CBS, 2020; Prognose: Gemeente Haarlem 2020
Bestedingen per hoofd (€)	Landelijk bedraagt de jaarlijkse gemiddelde besteding per Nederlander aan horeca 988,- en voor dagelijkse artikelen € 2.602,- (excl. BTW). Bestedingscijfers worden doorgaans naar de lokale situatie gecorrigeerd als het inkomensniveau in het verzorgingsgebied afwijkt van het landelijke gemiddelde. Het gemiddeld inkomen per inwoner in gemeente Haarlem ligt 12% hoger dan landelijk gemiddeld. Een deel van de huidige bestedingen is echter afkomstig uit Schalkwijk waar het inkomensniveau wat lager ligt. Om deze reden is geen correctie op de bestedingen toegepast.	Notitie omzetkengetallen 2019 (Pantaia en Inretail 2020) Besteding aan horeca, CBS 2019. Gemiddeld inkomen per inwoner, 2015 (meest actueel): CBS, 2018
Koopkrachtbinding	Horeca 5%. Gecorrigeerd voor internetbesteding. Dagelijkse detailhandel 11%	KSO, Randstad, 2018;.
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	Horeca 31% Dagelijkse detailhandel 24%	KSO, Randstad, 2018;.
Omzet per horeczaak Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m ² wvo).	Horeca omzet per zaak: 414.000,- Dagelijkse detailhandel € 7.975,- per m ² wvo (5 jaars gemiddelde).	Horeca: CBS, 2020, cijfers over 2019. Detailhandel: Notitie omzetkengetallen 2019 (Pantaia en Inretail 2020)

⁸ KSO Limburg 2019, I&O en BRO, 2020; Verandering van Spijs doet eten, 2020. Scriptiemodule MSRE.

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01