

Alphen aan den Rijn, Laddertoets programma herontwikkeling De Aarhof



titel rapport
**Alphen aan den Rijn,
Laddertoets pro-
gramma herontwikke-
ling De Aarhof**

datum
18 augustus 2022

projectnummer
P03940

opdrachtgever
Tetteroo B.V.

BRO
Projectleider
RvL

Projectteam
SJo

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

Inhoudsopgave

1	Inleiding en conclusie	3	7	Distributieve berekeningen	14
1.1	Inleiding en opzet onderzoek	3	8	Effecten	15
1.2	Ladder voor duurzame verstedelijking	4	Bijlage 1: Begrippenlijst		16
2	Trends en ontwikkelingen	6	Bijlage 2: Beleidskader		18
3	Aanbod dagelijkse sector	8	Bijlage 3: Uitgangspunten dpo-benadering		22
4	Leegstand	10			
5	Beleidsstoets	12			
6	Plannen en plancapaciteit	13			

1 Inleiding en conclusie

1.1 Inleiding en opzet onderzoek

Aanleiding

SB Real Estate is voornemens winkelcentrum de Aarhof in wijk de Lage Zijde in de gemeente Alphen aan den Rijn te herontwikkelen (zie figuur 1). De Aarhof is sterk verouderd in haar uitstraling en sluit slecht aan bij de rest van het vernieuwde centrum. Het voornemen bestaat het centrum compleet te moderniseren en daarbij woningen toe te voegen. Om tot een gezonde functiemix te komen wil SB Real Estate een tweede supermarkt aan het winkelcentrum toevoegen. Aangezien de bouwhoogten van het planinitiatief niet passen binnen de bouwhoogten van het vigerende bestemmingsplan, is een wijziging noodzakelijk. Om een dergelijke bestemmingswijziging te faciliteren is het doorlopen van de Ladder voor duurzame verstedelijking, via een Distributie Planologisch Onderzoek (DPO), noodzakelijk. BRO is verzocht dit onderzoek naar de mogelijkheden voor de vestiging van een supermarkt in de Aarhof uit te voeren, en daarbij specifiek te onderzoeken in hoeverre een nieuwe supermarkt voorziet in een kwantitatieve en/of kwalitatieve behoefte en of de effecten aanvaardbaar zijn.

Planinitiatief

Uitgangspunt van de gebiedsontwikkeling is de Aarhof te transformeren tot een aantrekkelijk gemengd centrumgebied, met ruimte voor winkels, wonen, parkeren en dat goed aansluit op de nieuwe ontwikkelingen in de Lage Zijde. Zo is de bebouwing rondom het Thorbeckeplein volledig vernieuwd en is het Nutsgebouw opgeknapt en getransformeerd naar een horecalocatie. Daarnaast is er een nieuwe bibliotheek gebouwd en zijn veel woningen toegevoegd aan het centrum.

Het programma is in deze verkennende fase nog niet definitief. Gedacht wordt aan het toevoegen van circa 303 woningen en het moderniseren van het winkelcentrum, waarbij de totale winkelloppervlakte iets kleiner wordt. Bij deze herontwikkeling wordt ook een nieuwe supermarkt in de Aarhof gerealiseerd. Hiervoor worden meerdere winkels gesloopt, waardoor het winkelvloeroppervlak nagenoeg gelijk blijft. Het plan voorziet in een moderne supermarkt. Wij gaan uit van een supermarkt van circa 1.600 m² bvo (circa 1.300 m² vwo). We toetsen of dit haalbaar is en adviseren tegelijkertijd of meer/minder meters verstandig zijn. Het is nog maar de vraag welke supermarkt er daadwerkelijk komt.

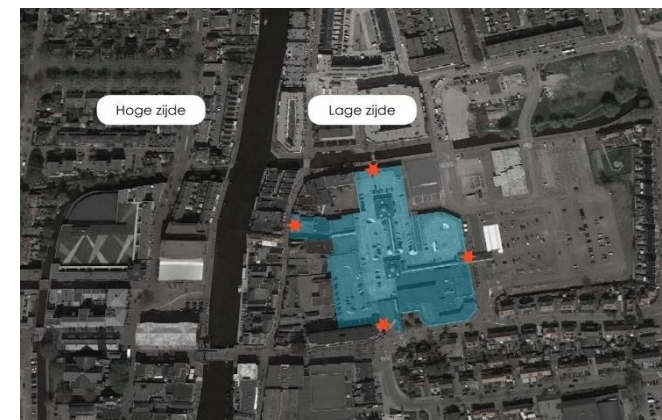
Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Aangezien het initiatief moet worden beschouwd als nieuwe stedelijke ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied, is het doorlopen van de Ladder voor duurzame verstedelijking verplicht. Het programma is nog niet definitief en is daardoor verkennend getoetst aan de Ladder door te analyseren in hoeverre wordt voorzien in een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte en in hoeverre de effecten (van met name de supermarkt) aanvaardbaar zijn (figuur 1.3).

Ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro)

heeft zorgvuldig ruimtegebruik als doel en geeft invulling aan het zorgvuldig en transparant afwegen van besluitvorming bij ruimtelijke ontwikkelingen. Het gaat om:

- de behoefte aan die ontwikkeling binnen het verzorgingsgebied;
- 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.



Figuur 1.1: Plangebied



Figuur 1.2: Impressie nieuwe entree De Aarhof

Verzorgingsgebied

Conform jurisprudentie van de ladder moet worden uitgegaan van het ruimtelijk relevante verzorgingsgebied. Dit betreft het gebied waar het grootste deel van de verwachte bestedingen vandaan komen.

- Op basis van de ligging van de planlocatie, de huidige functie van winkelcentrum de Aarhof en bestaande koopstromen, wordt verwacht dat de supermarkt primair

bestedingen zal aantrekken uit de kern Alphen aan den Rijn.

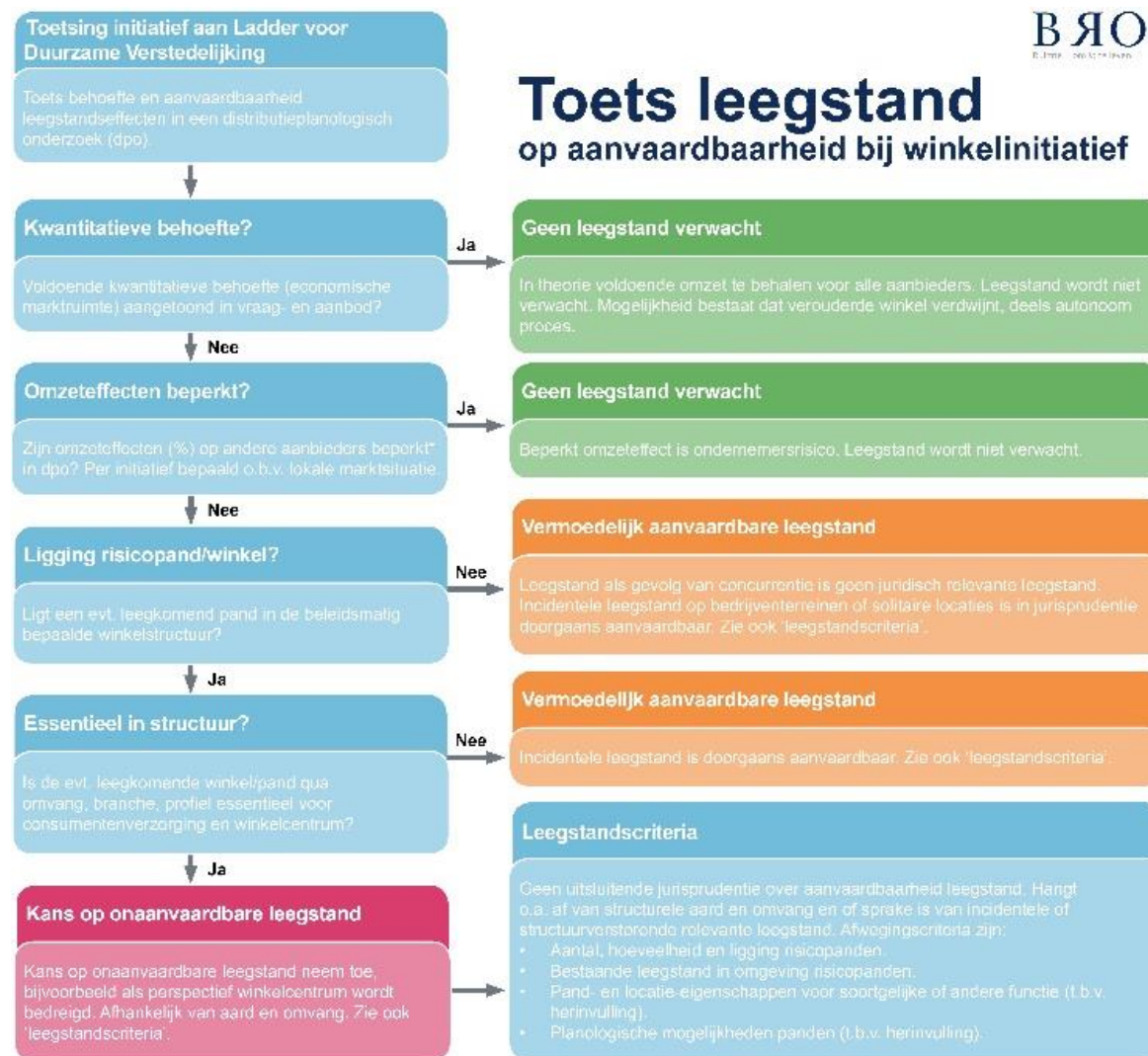
- De supermarkt heeft een primaire verzorgingsfunctie voor inwoners in de wijk Lage Zijde.
- Volledigheidshalve is de analyse ook gericht op de gemeente Alphen aan den Rijn, aangezien hier potentieel ook enige bestedingen (toevloeiing) vandaan zullen komen.

1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

Behoeft

Op basis kwantitatieve en kwalitatieve overwegingen is er binnen de gebiedsontwikkeling aan de Aarhof duidelijk sprake van een behoefte aan een moderne en volwaardige supermarkt.

- In de kern Alphen aan den Rijn ontstaat tot 2030 circa 2.100 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector. Dit is ruimvoldoende om een nieuwe supermarkt van maximaal 1.300 m² wvo te faciliteren, zonder dat hierdoor onaanvaardbare effecten ontstaan. Er is zelfs kwantitatieve behoefte voor een (nog) grotere supermarkten.
- Ook blijft er na de vestiging van een nieuwe supermarkt in de Aarhof binnen Alphen aan den Rijn distributieve ruimte over om andere supermarkten te moderniseren.
- Het toevoegen van een supermarkt als onderdeel van de renovatie van winkelcentrum De Aarhof voorziet in een kwalitatieve behoefte, omdat hierdoor het zowel het woon- en leefklimaat als het verblijfsklimaat van de Aarhof wordt versterkt. Inwoners krijgen toegang tot een moderne, goed bereikbare supermarkt met ruime parkeermogelijkheden. Dit is positief voor de consumentenverzorging en bovendien ook positief voor de detailhandelsstructuur, aangezien beleidsmatig wordt ingezet op



*Er is geen 'vaste cijfermatige grens' wanneer omzeteffecten tot leegstand kunnen leiden en verschilt per geval en lokale situatie.

Figuur 1.3: Schema aanvaardbaarheid effecten

het centrum van Alphen aan den Rijn waar de Aarhof onderdeel van is.

Effecten

- Mede als gevolg van de distributieve uitbreidingsruimte zijn de omzeteffecten van een nieuwe supermarkt op het bestaande dagelijkse aanbod beperkt. Er dient rekening te worden gehouden met een omzeteffect van circa 3%. Dit is beperkt en moet worden beschouwd als ondernemersrisico.
- De kans op leegstand is als gevolg van het beperkte omzeteffect beperkt. Bestaand aanbod kan ook na realisatie van een nieuwe supermarkt in de Aarhof nog boven het landelijk gemiddelde functioneren. Bovendien kan het overig dagelijks aanbod (niet-supermarkten) profiteren van combinatiebezoek bij realisatie van een tweede supermarkt.
- Op basis van het voorgaande is geen sprake van onaanvaardbare effecten in het kader van een goede ruimtelijke ordening. Per saldo zijn de effecten alleen maar positief, namelijk voor de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leefbaarheid.

2 Trends en ontwikkelingen

De detailhandel in dagelijkse artikelen is volop in beweging. Hierna worden de relevante trends beschreven.

- Voor het doen van de boodschappen kiest de consument steeds vaker voor een bezoek aan de **grotere, goed bereikbare** supermarkten met een **ruime keus** en een **goede parkeervoorziening**. Ook in de toekomst zet de schaalvergroting door en vervullen supermarkten een steeds centrale rol in de buurt of wijk, met naast het verkopen van levensmiddelen ook het **aanbieden van services en diensten**. Echte lokale **ontmoetingsplekken**.
- Gemak** en **efficiëntie** blijven belangrijke uitgangspunten voor moderne supermarkten. Met name de **grotere supermarkten** kunnen hier op inspelen door letterlijk ruimte te bieden aan de consument. Ook **kleinere buurtsupermarkten of levensmiddelenzaken** voorzien nog steeds sterk in een behoefte, zeker als ze inzetten op vers, kant-en-klaarmaaltijden en productniches.
- Naast supermarkten bestaat circa 20% van het aanbod in de dagelijkse sector uit levensmiddelen- en versspeciaalzaken, drogisterijen en parfumeriezaken. De bakkers, slagers, slijters etc. focussen zich steeds meer op de **foodbeleving**. Lokaal **ambacht, specialisme en kwaliteit** zijn sleutelwoorden voor het succes van deze voorzieningen. In de nabijheid van supermarkten profiteren deze zaken sterk via combinatiebezoeken.
- De afgelopen jaren is de omzet van de winkels in de dagelijkse artikelen gegroeid. Door de coronacrisis zal deze besteding nog toenemen. Zo voorspelt ING voor

2020 een groei van 6% in de supermarktbranche en 3% groei in omzet van versspeciaalzaken¹. De verwachting voor de komende jaren is eveneens positief. Dit onderstreept ook de toekomstige behoefte aan modern supermarktaanbod in de buurt of wijk.

- Weliswaar neemt door de coronacrisis ook de online-besteding hard toe, maar doordat dit ook geldt voor de fysieke supermarkten, blijft de verhouding ongeveer gelijk. Met andere woorden; de groei van online gaat niet ten koste van de fysieke supermarkten. De fysieke winkel krijgt met de opkomst van online wel een andere invulling. Er komt een grotere nadruk op **(vers)beleving, thuisbezorgen** en **foodservice** (restaurantfunctie).
- Uit de meest recente landelijke Omzetkengetallen voor de dagelijkse sector blijkt dat de winkelomzet per hoofd per jaar (toonbankbestedingen) tussen 2015 en 2019 met 6,6% is toegenomen. Ook hieruit blijkt dat online geen negatieve impact heeft op de fysieke bestedingen in de dagelijkse sector.
- Over de hele linie heeft in de supermarktbranche de afgelopen jaren **schaalvergroting** plaatsgevonden. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter winkeloppervlak (wvo) nodig. Met name het aantal supermarkten met een omvang tussen 1.000 en 1.500 m² wvo is toegenomen.
- Verder vindt in de supermarktbranche een segmentering en profilering plaats tussen de formules onderling en online.
- Benadrukt moet worden dat waar de non-food een duidelijke krimpopgave laat zien, in de fooddetailhandel duidelijk sprake is van **groei**. Dit loopt vaak gelijk met woningbouwontwikkelingen. Met de vergrijzing, het meer thuiswerken en de inzet op een gezonde en duurzame

Tabel 2.1: Segmentering supermarkten

Profiel naar serviceniveau	Formules
Full service	AH, Jumbo, Hoogvliet, Dekamarkt, Plus, Coop etc.
Merkendiscouters	Nettorama, Dirk, BudgetFood
Soft-discount	Lidl
Hard-discount	Aldi
Profiel naar omvang	Formules
Mega-supermarkten/foodmarkt	AH-XL, Jumbo Foodmarkt, etc.
Dorps- en buurtsupermarkten	Spar, Attent, CoopCompact etc.

stedelijke ontwikkeling (meer fietsen en lopen), neemt het belang van moderne supermarkten dicht bij huis toe (fijnmazigheid). Nabij de eigen woning toegang tot voorzieningen die voorzien in de eerste levensbehoefte is essentieel voor de **leefbaarheid** en **consumentenverzorging**. Ook voorkomt het **duurzame ontwrichting**.

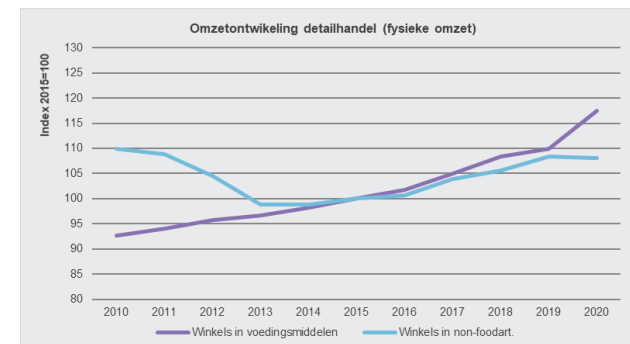
Omzet en bestedingen detailhandel en horeca

- De omzet in de detailhandel neemt sinds 2014 weer gestaag toe (zie figuur 2.1). Wel is er duidelijk verschil zichtbaar tussen de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Waar de omzet (en bestedingen) in de dagelijkse sector fors toenemen, gaat dit in de niet-dagelijkse sector iets minder hard. In 2020 was hier zelfs sprake van een beperkte krimp (als gevolg van Corona). Opgemerkt moet worden dat er binnen de niet-dagelijkse sector wel grote verschillen bestaan. Zo is er in de sector mode en luxe (recreatief winkelen) sinds 2015 sprake van een afname van bestedingen (ruim 8%), terwijl er in de sector in en om het huis (doelgericht winkelen) sprake is van een

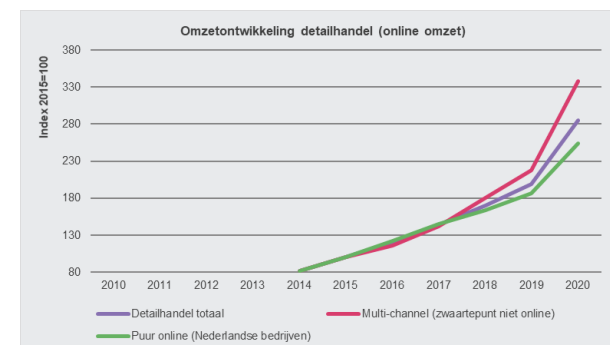
¹ ING, Corona-crisis legt foodretail geen windeieren augustus 2020.

forse groei (ruim 16%) van de bestedingen. Dit laatste is vooral zichtbaar in woon-, tuin- en doe-het-zelfbranche.

- De opkomst van online winkelen heeft de fysieke winkelmarkt echter blijvend onder druk gezet, met name voor recreatieve winkels (kleding, mode, schoenen, warenhuizen, sport en spel). De afgelopen jaren zijn meerdere winkelketens failliet gegaan. Hoewel de leegstand de afgelopen jaren afnam (o.a. door transformatie naar wonen en horeca), is sinds 2019 weer sprake van een toename (o.a. door verzadiging horeca). De verwachting is dat het aantal faillissementen en bedrijfsbeëindigingen (en daarmee de leegstand) de komende tijd sterk zal toenemen, mede als gevolg van de coronacrisis.
- De omzet in de horeca neemt al sinds 2010 jaarlijks fors toe. De gevolgen van Corona zijn echter zeer groot voor de horeca en dat heeft ook geleid tot een ongekennde omzetsdaling in 2020, waardoor het omzetniveau van de horeca weer op het niveau zit van 2010.
- Hoewel de behoefte aan horeca blijft toenemen, heeft de omzetsdaling van 2020 en de te verwachten daling in 2021 grote impact op het functioneren en voortbestaan van de bestaande horeca. Zaken staan sterk onder druk en er is een gebrek aan investeringskracht. Op korte en middellange termijn wordt verwacht dat vele bestaande horecaondernemers failliet gaan of het bedrijf beëindigen. Voor een groot deel komen hiervoor andere ondernemers in de plaats, vanwege de behoefte. Anderzijds zal mogelijk een deel leeg blijven.



Figuur 2.2: Omzetontwikkeling detailhandel (bron: CBS)



Figuur 2.2: Omzetontwikkeling horeca (bron: CBS)

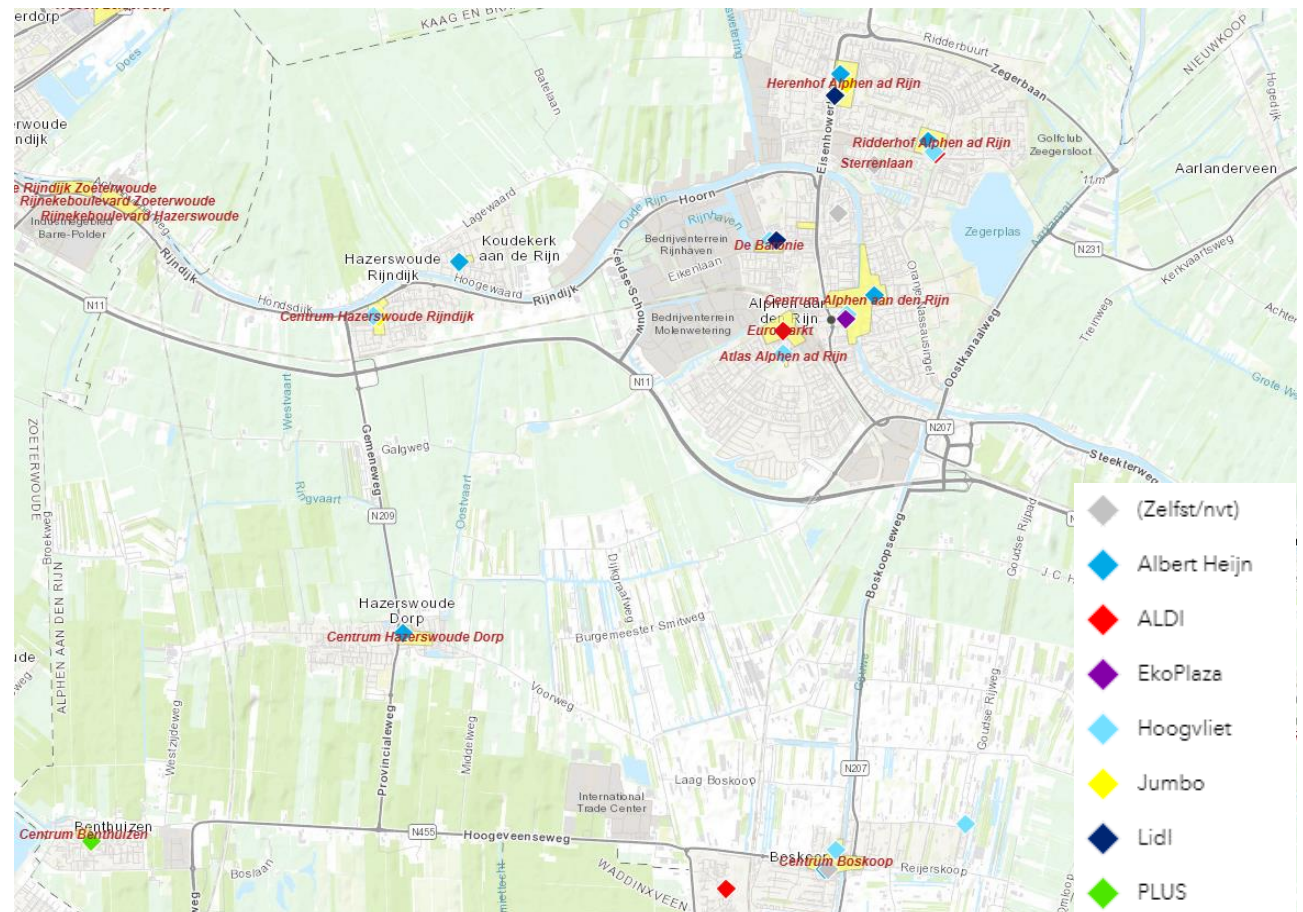


Figuur 2.3: Omzetontwikkeling horeca (bron: CBS)

3 Aanbod dagelijkse sector

Om het huidige aanbod in beeld te brengen is gebruik gemaakt van Locatus². Hieruit is het volgende naar voren gekomen:

- Het dagelijks artikelenaanbod in de gemeente Alphen aan den Rijn bestaat uit 137 winkels met een totale omvang van 35.287 m² vwo. Dit betekent 315 m² vwo per 1.000 inwoners. Ten opzichte van het landelijke gemiddelde van 367 m² vwo per 1.000 inwoners is het aanbod in Alphen aan den Rijn momenteel beperkt.
- De gemeente Alphen aan den Rijn heeft 27 supermarkten met een totale omvang van circa 25.850 m² vwo. Dit betekent 231 m² vwo per 1.000 inwoners, wat eveneens relatief gering is ten opzichte van het landelijke gemiddelde van 269 m² vwo per 1.000 inwoners.
- Het relatief geringe dagelijkse artikelenaanbod kan worden verklaard door de beperkte regiofunctie van Alphen aan den Rijn. Uit Koopstromenonderzoek Randstad 2018 blijkt bijvoorbeeld dat maar 9% van de omzet in de dagelijkse sector van buiten de eigen gemeente komt.
- Het supermarktaanbod in de gemeente Alphen aan den Rijn bestaat voornamelijk uit fullservice supermarkten zoals Albert Heijn, Jumbo en Plus. Ekoplaza is hier een volledig biologische variant op. Daarnaast beschikt de gemeente over de doelgroep supermarkt Ekoplaza en discountformules Aldi en Lidl. Verder zijn er nog enkele zelfstandige supermarkten aanwezig zoals super 't Rooie Dorp en Driehoorne. Dit betreft vooral kleinschalige supermarkten.



Figuur 3.1: Supermarkten gemeente Alphen aan den Rijn

- Inwoners in Alphen aan den Rijn en omgeving hebben toegang tot alle marktsegmenten en formules. Enkele opvallende afwezigen zijn Coop en Dirk van Den Broek. Deze formules zijn wel aanwezig in de naburige gemeenten zoals Nieuwkoop en Zoetermeer.
- Het supermarktaanbod in Alphen aan den Rijn heeft een gemiddelde omvang van 957 m² vwo. Dit is nagenoeg vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde.
- In de kern Alphen aan den Rijn zijn er echter wel grote verschillen in omvang tussen de supermarkten, zoals

² Peildatum april 2021, Meest recent beschikbare data ten tijde van opstellen analyse.

blijkt uit tabel 3.1. Hoogvliet in winkelgebied Atlas Alphen ad Rijn is met een omvang van ruimt 2.200 m² wvo de grootste. Echte grootschalige supermarkten zijn er niet. De meeste supermarkten zijn relatief kleinschalig, wat resulteert in een fijnmazige supermarktenstructuur binnen Alphen aan den Rijn.

NAAM	STRAAT	WINKELGE-BIED	WVO (m ²)
Hoogvliet	Provinciepas-sage 108	Atlas Alphen ad Rijn	2.220
Hoogvliet	Julianastraat 45	Centrum Alphen aan den Rijn	2.014
Jumbo	Herenhof 183	Herenhof Alphen ad Rijn	1.610
Albert Heijn	Herenhof 74	Herenhof Alphen ad Rijn	1.390
Hoogvliet	Baronie 88	De Baronie	1.380
ALDI	Euromarkt 89-97	Euromarkt	1.110
Lidl	Baronie 86	De Baronie	1.065
Albert Heijn	Ridderhof 2	Ridderhof Alphen ad Rijn	980
Albert Heijn	De Aarhof 61	Centrum Alphen aan den Rijn	938
ALDI	Ridderhof 55	Ridderhof Alphen ad Rijn	838
Lidl	Ouvertureweg 81-87	Herenhof Alphen ad Rijn	790
SUPER 'T ROOIE DorP	Grijpensteinstraat 19	Bebouwde kom	312
DRIE-HOORNE	Uranusstraat 34	Sterrenlaan	305
Atlantic	Ridderhof 34	Ridderhof Alphen ad Rijn	203
Ekoplaza	Kerkstraat 4	Centrum Alphen aan den Rijn	189

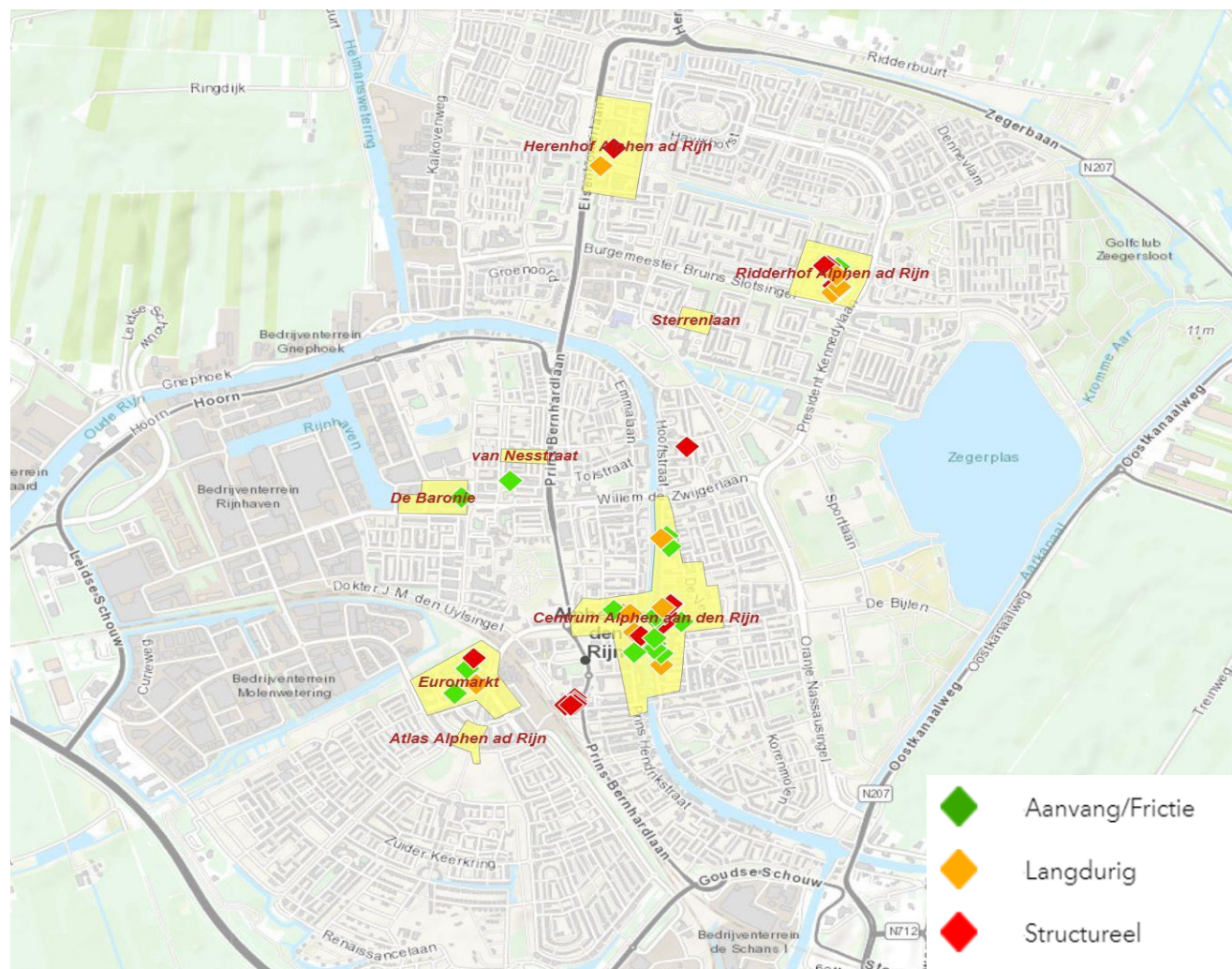
Tabel 3.1: Overzicht supermarkten Alphen aan den Rijn

4 Leegstand

- In de kern Alphen aan den Rijn staan 60 panden, met een totale omvang van 10.055 m² vwo leeg³. Ten opzichte van het totale aanbod betekent dit een leegstandspercentage van 8,4% in het aantal verkooppunten en 7,4% in aantal m² vwo. Ten opzichte van het landelijk gemiddelde is de leegstand in de kern Alphen aan den Rijn in aantal verkooppunten relatief gelijk (8,2% landelijk), maar in omvang relatief beperkt (7,7% landelijk).
- De leegstand is over de verschillende winkelgebieden aanwezig. Er is in verhouding relatief veel structurele leegstand vwo in Centrum Alphen aan den Rijn ten opzichte van het landelijke gemiddelde.
- In figuur 3.2 is de leegstand in Alphen aan den Rijn naar duur weergegeven. Circa 2.880 m² vwo verdeeld over 20 verkooppunten is leegstand van korte duur (<1 jaar), circa 2.150 m² vwo in 15 verkooppunten is van middellange duur (tussen 1 en 2 jaar) en circa 4.400 m² in 18

Adres	WINKELGEBIED	WVO
Pieter Doelmanstraat 14	Centrum Alphen aan den Rijn	730
Euromarkt 40	Euromarkt	0680
Sint Jorisstraat 13	Centrum Alphen aan den Rijn	575
Euromarkt 109-111	Euromarkt	410
Rijnplein 9	Centrum Alphen aan den Rijn	400

Tabel 4.1: Overzicht 5 grootste leegstaande panden



Figuur 3.2: Leegstand gemeente Alphen aan den Rijn

³ Bron Locatus, peildatum april 2021, Meest recent beschikbare data ten tijde van opstellen analyse.

verkooppunten is van structurele duur (>2 jaar). Ten opzichte van het landelijke gemiddelde kent de kern Alphen aan den Rijn een relatief gelijk aantal leegstaande verkooppunten, echter hebben de verkooppunten een structureel grotere omvang. Dit komt doordat de 2 grootste panden in de kern Alphen aan den Rijn leeg staan (Pieter Doelmanstraat 14 en Euromarkt 40).

- In tabel 4.1 zijn de top 5 grootste leegstaande panden in de kern Alphen aan den Rijn weergegeven. Hieruit blijkt dat de leegstand in Alphen aan den Rijn relatief klein-schalig is.

Kwaliteit boven kwantiteit

Modelmatige berekening zijn gebaseerd op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De uitkomsten moeten als indicatie worden gezien. Bij winkelontwikkelingen wordt steeds meer waarde gehecht aan kwalitatieve aspecten. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op de langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

5 Beleidsstoets

Beleidskaders in relatie tot het planinitiatief

De beleidskaders (zie bijlage 2) geven aan dat er wordt ingezet op concentratie en clustering van functies binnen of aangrenzend aan de centra. Hoewel er terughoudend wordt omgesprongen met nieuwe detailhandel, is maatwerk bij supermarktontwikkelingen soms wenselijk. Uit de beleidsanalyse blijkt dat het realiseren van een supermarkt op de beoogde locatie mogelijk is.

- De omgevingsvisie gemeente Alphen aan den Rijn biedt ruimte voor nieuwe detailhandelsontwikkeling binnen bestaande centra. Hierbij wordt clustering en functiemenging gestimuleerd voor het creëren van een beter verblijfsklimaat. Om dit te stimuleren krijgt detailhandel en horeca in dorps- en wijkcentra en het gemengd stedelijk gebied in ieder geval ruimte.
- Vanuit de provincie en de gemeente is er in meerdere beleidskaders duidelijk een ambitie uitgesproken om winkelmeters te verminderen en om de detailhandelsstructuur zo veel mogelijk kwalitatief te versterken. De renovatie van de Aarhof versterkt de kwalitatieve detailhandelsstructuur en creëert geen extra meters vanwege de sloop van winkels.
- Daarnaast geeft de gemeente Alphen aan den Rijn in de detailhandelsvisie aan dat supermarkten minimaal groter moeten zijn dan 1.000 m². Consumenten willen hun producten in toenemende mate op één plek kopen.

6 Plannen en plancapaciteit

Planinitiatieven en onbenutte plancapaciteit

Een analyse van de planinitiatieven is relevant, omdat gezien moet worden of de aangetoonde behoefte mogelijk niet door alternatieve planinitiatieven wordt ingevuld. Er dient rekening te worden gehouden met de harde plancapaciteit.

- Het inwonertal van gemeente Alphen aan den Rijn zal de komende jaren groeien. Primos prognostiseert in de periode 2020-2040 een bevolkingsgroei van 6,7%⁴. Het CBS prognostiseerde in de periode 2018-2035 een bevolkingsgroei van 14,2%. Een deel van de woningbouw wordt voorzien binnen de kern Alphen aan den Rijn. Vastgesteld zijn 10 te realiseren meergezinswoningen aan de Hoge Zijde, 29 te realiseren meergezinswoningen op Rijnhaven Oost en 11 te realiseren eengezinswoningen aan de Concertweg. Daarnaast worden er nog 150 meergezins- en 298 eengezinswoningen in Boskoop, 26 eengezinswoningen in Bijkerk en 23 eengezinswoningen in Biezenlanden gerealiseerd.
- De Albert Heijn in de Aarhof is onlangs uitgebreid met circa 200 m² wvo. Dit is meegenomen in de berekeningen en onderdeel van de renovatie van de Aarhof.

⁴ ABF Research – Primos prognose 2020

7 Distributieve berekeningen

Uitgangspunten

- Er is een distributieve berekeningen voor de kern Alphen aan den Rijn opgesteld (zie tabel 7.1). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod. Voor de verantwoording van de gehanteerde variabelen (bestedingen, koopstromen etc.) wordt verwezen naar bijlage 3.
- De berekening is opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen, voor de huidige situatie (2021) 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.

Conclusies

- Het dagelijks aanbod in de gemeente Alphen aan den Rijn functioneert momenteel op een vloerproductiviteit van circa € 8.000 per m² wvo. Dit ligt 5% boven het landelijke vijfjaarsgemiddelde. Op basis hiervan moet geconcludeerd worden dat het dagelijks aanbod momenteel goed en gezond kan functioneren. Er is in de huidige situatie zelfs enige distributieve uitbreidingsruimte van circa 1.300 m² wvo.
- Richting 2030 neemt de bevolking in de gemeente Alphen aan den Rijn toe en daardoor ook de bestedingen. Er ontstaat een distributieve uitbreidingsruimte van circa 2.100 m² wvo in 2030. Dit betekent dat er ook in de toekomst in kwantitatieve zin ruimte is voor uitbreiding van het aanbod.

- Op basis van het voorgaande voorziet het initiatief duidelijk in een kwantitatieve behoefte, zeker omdat de uitbreiding wordt voorzien nabij lokale woningbouw.

Tabel 7.1: dpo-benadering kern Alphen aan den Rijn, dagelijkse artikelen

	2021	2030
A. Aantal inwoners	73.600	75.816
B. Bestedingen per hoofd (€)	2.649	2.649
C. Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	195	200,8
D. Koopkrachtbinding (%)	90%	90%
E. Gebonden bestedingen (in mln. €)	175,5	180,8
F. Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet (%)	10%	10%
G. Koopkrachttoevoeiing absoluut (in mln. €)	19,5	20,1
H. Totale besteding (in mln. €)	195	200,8
I. Huidig winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	24.460	24.460
J. Haalbaar winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	25.786	26.552
K. Landelijk gemiddelde (€ per m ² wvo)	7.564	7.564
M. Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo) afgerond	1.300	2.100

8 Effecten

- Recentelijk is de Albert Heijn in de Aarhof gemoderniseerd en uitgebreid met 200 m² wvo. Indien circa 1.300 m² wvo in de dagelijkse sector wordt toegevoegd door een nieuwe supermarkt is het totale dagelijkse aanbod in de kern toegenomen tot 25.960 m² wvo. In 2030 betekent dit dat de gemiddelde vloerproductiviteit in de kern circa 3,3% lager zal liggen dan het huidige niveau. Dit omzeteffect is zeer beperkt en mag worden beschouwd als ondernemersrisico. Bovendien blijft de gemiddelde vloerproductiviteit nog steeds circa 2,3% boven het landelijke vijfjaarsgemiddelde. Er is ruimvoldoende marktruimte.
- Afhankelijk van de formule zal het effect voor de verschillende aanbieders meer of minder zijn. De kans dat een bestaande supermarkt of dagelijkse aanbieder verdwijnt wordt klein geacht. De volgende overwegingen spelen een rol.

Effect Albert Heijn de Aarhof

- Het omzeteffect van de nieuwe supermarkt zal waarschijnlijk het grootst zijn op de bestaande Albert Heijn in de Aarhof, aangezien deze op relatief korte afstand zal liggen. De nieuwe supermarkt trekt waarschijnlijk relatief minder inwoners uit de wijk Hoge Zijde, aangezien inwoners alleen met de auto via Willem de Zwijgerlaan de Oude Rijn over kunnen steken. Het omzeteffect zal echter niet leiden tot het verdwijnen van Albert Heijn, mede doordat het draagvlak voldoende groot is en ook Albert Heijn een modernere omvang zal krijgen als onderdeel van het planinitiatief.
- In de Lage Zijde zijn naast de Albert Heijn momenteel geen supermarkten aanwezig. Hierdoor zijn geen andere

negatieve omzeteffecten te verwachten op andere supermarkten in het primaire verzorgingsgebied.

- Daarnaast is het nog niet duidelijk welke formule zich gaat vestigen in de Aarhof. Met de vestiging van een aanvullende formule op de Albert Heijn, zoals een supermarkt in het midden- of goedkope segment, wordt de diversiteit van het aanbod in de Aarhof versterkt. Dit maakt de Aarhof een aantrekkelijkere locatie, waar ook de Albert Heijn in de vorm van combinatiebezoek van kan profiteren.

Effecten overige supermarkten

- De effecten op de vorige supermarkten in de kern Alphen aan den Rijn zijn minimaal gezien er relatief weinig overlapping is in verzorgingsgebied. De ontsluiting van Lage Zijde met de auto via Willem de Zwijgerlaan speelt hier een belangrijke rol in. Lage Zijde is wel goed bereikbaar vanuit Hoge Zijde voor fietsers en voetgangers. Deze effecten worden echter minimaal geschat.
- Doordat de Aarhof onderdeel is van het centrum, en het centrum bezoekers uit de hele kern en gemeente aantrekt, zullen er enige bestedingen van verder weg komen. Deze bestedingen spreiden zich over de hele kern en gemeente en zijn per saldo beperkt.
- Op basis van het bovenstaande is de kans klein dat de nieuwe supermarkt in de Aarhof en de uitbreiding van Albert Heijn in de Aarhof leidt tot verdringing van bestaand aanbod of leegstand.

Algemeen

- De toevoeging van een supermarkt in de herontwikkeling heeft een nadrukkelijke meerwaarde voor de (nieuwe) inwoners in de Aarhof en Lage Zijde. Zeker als het een supermarkt in het midden of goedkope segment betreft worden inwoners in de directe omgeving beter bediend

in de eerste levensbehoefte doordat de keuzemogelijkheden toenemen. Ook vergroot de komst van een nieuwe supermarkt in het centrum, de Aarhof, de aantrekkingskracht van het hele gebied. Hier kunnen ook andere bestaande ondernemers van profiteren in de vorm van combinatiebezoek.

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.

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

Beleidskader

Beleidskader

Provincie

Omgevingsvisie Zuid-Holland (2019)

De provincie heeft uitgebreide regelgeving t.a.v. **detailhandel**. De algemene lijn is terughoudend omgaan met nieuwe winkelmeters en inzetten op het concentreren en clusteren van detailhandel in de centra van steden, dorpen en wijken. Dit provinciale beleid is erop gericht om de detailhandelsstructuur zoveel mogelijk kwalitatief te versterken en de beschikbaarheid en bereikbaarheid van detailhandelsvoorzieningen te garanderen. De provincie hanteert een driedeling, te versterken, te optimaliseren en overige centra.

Omgevingsverordening (2019)

Artikel 6.13 Detailhandel

1. Een bestemmingsplan voorziet uitsluitend in nieuwe detailhandel op gronden:
 - a. binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie in de centra van steden, dorpen en wijken;
 - b. binnen een nieuwe wijkgebonden winkelconcentratie in een nieuwe woonwijk;
 - c. binnen een nieuwe goed bereikbare en centraal gelegen winkelconcentratie als gevolg van herallocatie.
2. De nieuwe detailhandel, bedoeld in het eerste lid, voldoet aan de volgende eisen:
 - a. de ontwikkeling is in overeenstemming met het in het Programma ruimte en de Omgevingsvisie beschreven ontwikkelingsperspectief voor de daarin benoemde te versterken centra, te optimaliseren centra en de overige centra;

- b. aangetoond is dat als gevolg van de ontwikkeling het woon- en leefklimaat niet onevenredig wordt aangetast en geen onaanvaardbare leegstand ontstaat;
 - c. voor zover de ontwikkeling een omvang heeft van meer dan 4.000 m² bruto vloeroppervlak in de binnensteden van Rotterdam en Den Haag of 2.000 m² bruto vloeroppervlak in de andere centra, is mede met het oog op de eisen onder a en b, advies gevraagd aan de adviescommissie detailhandel Zuid-Holland.
3. Het eerste lid is niet van toepassing op een bestemmingsplan dat voorziet in de volgende nieuwe detailhandel:
 - a. detailhandel in goederen die qua aard of omvang van de aangeboden goederen niet of niet goed inpasbaar is in de centra:
 - o detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke goederen;
 - o detailhandel in volumineuze goederen;
 - o meubelbedrijven, inclusief in ondergeschikte mate een assortiment woninginrichting en stoffering, alsmede detailhandel in de volumineuze woongoederen: keukens, badkamers, vloeren, zonwering en jacuzzi's, voor zover de ontwikkeling plaatsvindt binnen de bedrijventerreinen met locaties voor perifere detailhandelsvestigingen (PDV) waarvan de plaats geometrisch is bepaald en verbeeld op kaart 10 in bijlage II;
 - o tuincentra;
 - o bouwmarkten;
 - b. kleinschalige detailhandel:
 - o in de vorm van een gemakswinkel;
 - o bij sport-, culturele, medische, onderwijs, recreatie- en vrije tijdsvoorzieningen, alsmede andere locaties met veel bezoekers of passanten, met een assortiment dat aansluit op de aard van deze voorzieningen of locaties;
 - c. ondergeschikte detailhandel:
 - o in ter plaatse vervaardigde goederen bij een productiebedrijf;
 - o bij een beroep aan huis of bij een ambachtelijk of dienstverlenend bedrijf, met een assortiment dat aansluit bij de hoofdbestemming;
 - o bij een agrarisch bedrijf met een assortiment van producten uit eigen teelt;
 - d. afhaalpunten voor niet-dagelijkse artikelen op goed bereikbare locaties;
 - e. kringloopwinkels;
 - f. supermarkten net buiten het winkelconcentratiegebied in kleine kernen, als is aangetoond dat hiervoor onvoldoende ruimte is in een bestaande winkelconcentratie.
4. Het bestemmingsplan voorziet uitsluitend in de nieuwe detailhandel, bedoeld in het derde lid onder a en f, als is aangetoond dat het woon- en leefklimaat niet onevenredig wordt aangetast en geen onaanvaardbare leegstand ontstaat. Mede met het oog hierop is advies gevraagd aan de adviescommissie detailhandel Zuid-Holland, voor zover het gaat om de nieuwe detailhandel, bedoeld in het derde lid onder a, onderdelen 3, 4 of 5, of bedoeld in het derde lid, onder f, en voor zover die nieuwe detailhandel een omvang heeft van meer dan 1.000 m² bruto vloeroppervlak.

5. Een bestemmingsplan dat voorziet in detailhandel als bedoeld in het derde lid, onder a stelt de volgende voorwaarden aan de nevenassortimenten:
 - a. ten hoogste 20% van het netto verkoopvloeroppervlak wordt voor de verkoop van het nevenassortiment gebruikt;
 - b. het nevenassortiment past bij het hoofdassortiment.

Gemeente

Omgevingsvisie gemeente Alphen aan den Rijn, 2021

In de omgevingsvisie focust de gemeente Alphen aan den Rijn zich op 5 thema's. Aan de hand van deze thema's wordt geogd de kwaliteit van leven voor de inwoners te verbeteren.

1. **Gezonde vergroening.** De gemeente wilt de leefomgeving groener en duurzamer maken. Een groene leefomgeving is belangrijk voor de gezondheid en welbevinden van burgers.
2. **Samen sterker.** De gemeente wilt meer interactie tussen gemeente en burger stimuleren. De gemeente staat hierbij open voor burgerinitiatieven.
3. **Waardevol buitengebied.** De gemeente wilt het buitengebied aantrekkelijker maken. Om dit te realiseren moet er meer ruimte komen voor een grotere biodiversiteit, opvang voor water tijdens hevige regenbuien en wordt de landbouw verduurzaamt.
4. **Landschappelijke verstedelijking.** Om de centrale positie in de gemeente als in het Groene Hart te versterken, wordt de bereikbaarheid en het wonen en werken dichtbij groen en water verbeterd.
5. **Duurzaam ondernemen.** De gemeente wilt kleine en middelgrote bedrijven helpen door geschikte bedrijven-terreinen en goede aansluiting van opleiding en banen te

regelen. In dorps- en wijkcentra en het stedelijk binnen-gebied zijn gebieden waar detailhandel en horeca in ieder geval de ruimte krijgen.

Voor vitale winkelveorzieningen geldt clustering van detailhandel en horeca. Door middel van clustering en functiemenging wordt een betere verblijfsklimaat geogd te bereiken. Om dit te stimuleren krijgt detailhandel en horeca in dorps- en wijkcentra en het gemengd stedelijk gebied in ieder geval de ruimte.

Detailhandelsvisie Alphen aan den Rijn 2016-2025

In de detailhandelsvisie geeft de gemeente Alphen aan den Rijn aan wat de detailhandelsopgave voor 2025 zijn en hoe de gemeente wilt omgaan met de vele ontwikkelingen in de retail. In het algemeen hanteert de gemeente de volgende beleidsuitgangspunten:

- Sterke complementaire identiteiten.
- Creëer ruimte om in te spelen op de nieuwe consumentenbehoeftes.
- Vermindering van vierkante meters.
- Pick-up points in winkelgebieden.
- Samenwerking stimuleren.

Daarnaast heeft de gemeente een visie opgesteld voor 3 type centra; recreatiecentra, boodschappenwinkelcentra en doelgerichte centra. De Aarhof valt onder de binnenstad van Alphen. Dit is het enige centrum met een recreatieve functie voor consumenten.

1. Visie op het recreatiecentra van Alphen
 - **Sterke recreatieve identiteit**
Het winkelgebied moet zich concentreren op het neerzetten van een sterke identiteit die past bij de doelgroep. Door verdere acties te bedenken die het DNA per deel-

gebied versterken, wordt ook het gehele centrum aantrekkelijker en de delen complementair aan elkaar. Aandachtspunt is dat er een aantrekkelijk (deel-)winkelgebied mist voor de blauwe consument (31% van inwoners Alphen).

Daarnaast is samenwerking vanuit eenzelfde visie op de identiteit en een gezamenlijk belang tussen gemeente, winkeliers en vastgoedeigenaren in het centrum essentieel.

- **Aantrekkelijk verblijfsgebied**
Functiemenging stimuleerde de levendigheid in een winkelgebied en zorgt voor een langere verblijfstijd van de bezoeker. Functiemenging kan onder andere worden gecreëerd door goede combinaties te maken met aantrekkelijke en voldoende horeca. De modernisering van de Aarhof is hier een goed voorbeeld van, waarbij om het centrum van een 'place to buy' naar een aangename 'place to be' te transformeren er moet worden gefocust op deze mix van functies die bijdraagt aan de sfeer en beleving in de binnenstad. Het uitbreiden van vestigmogelijkheden voor deze menging en blurring (horeca in winkels) moet waar mogelijk gefaciliteerd worden. Ook is een aantrekkelijke openbare ruimte essentieel.
- **Focus op verscheidenheid binnen het recreatieve aanbod.** Twee derde van het aanbod in Alphen aan den Rijn is van recreatief aanbod. Het is van belang om in te zetten op verscheidenheid binnen dit recreatieve aanbod. Het dagelijks aanbod zal niet uitgebreid moeten worden, maar kan met het huidige dagelijkse aanbod wel haar boodschappenfunctie behouden voor bewoners van het centrum. Echter wordt er ook ingezet op functiemenging door het verbeteren van verblijfsklimaat. Door middel van clustering van detailhandel, horeca en wonen binnen de Aarhof wordt dit verblijfsklimaat verbeterd.
- **Compacter winkelgebied.** Winkelgebieden zullen compacter moeten worden en een sanering van meters aan

de randen is wenselijk. Er wordt ingezet op concentratie van winkels. Compact betekent niet alleen kleiner, maar vooral duidelijker voor de consument. Daarnaast wordt er ingezet op verruiming van bestemmingen in aanloopstraten. Uitbreiding van detailhandel is alleen mogelijk wanneer dit bijdraagt aan de versterking van het winkelgebied en aan de Ladder voor duurzame verstedelijking wordt voldaan.

Over de toekomstbestendigheid van supermarkten geeft de gemeente aan dat supermarkten die groter zijn dan 1.000 m² wenselijk zijn. Consumenten willen hun producten in toenemende mate op één plek kopen. Daarnaast wordt een diversiteit aan supermarkten aangemoedigd. Supermarkten bieden verschillen in kwaliteit van aanbod en hebben daardoor verschillende doelgroepen.

Bijlage 3

Uitgangspunten dpo-benadering

Uitgangspunten dpo-benadering

In de volgende tabel zijn de uitgangspunten van de dpo-benadering weergegeven.

Tabel B3.1: Uitgangspunten dpo-benadering

Variabele	Waarde	Bron
Inwonertal	2021: 73.600 CBS 2030: 75.816	Locatus, 2021 CBS, 2021 Primos Online, 2020.
Bestedingen per hoofd (€)	Landelijk bedraagt de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking over 2019 (meest actueel) voor dagelijkse artikelen € 2.602,- (excl. BTW). Dit cijfer wordt gewoonlijk naar de lokale situatie gecorrigeerd als het inkomensniveau in het verzorgingsgebied afwijkt van het landelijke gemiddelde. Het gemiddeld inkomen per inwoner in de gemeente Gorinchem ligt 4,6% hoger dan landelijk gemiddeld. Daarom is een correctie op het landelijke bestedingscijfer toegepast en zodoende komt de besteding uit op € 2.649- ⁵	Notitie omzetkengetallen 2019 (Pantaia en Inretail) CBS Statline, Gemiddeld inkomen per inwoner, 2018 (meest actueel)
Koopkrachtbinding	90%	KSO, Randstad 2018, meest actueel
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	10%	KSO, Randstad 2018, meest actueel
Huidig winkelvloeroppervlak (m² wvo)	2021: 24.460 2030: 24.460	Locatus, 2021
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m² wvo).	€ 7.564,- per m² wvo (5 jaars gemiddelde).	Notitie omzetkengetallen 2019 (Pantaia en Inretail)

⁵ Uitgaande van een prijselasticiteit van 0,4

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