

An aerial photograph of a residential neighborhood. In the center, there is a large, curved building with a grey roof, possibly a school or community center. Surrounding it are various houses, streets, and parking lots. The text is overlaid on the top left of the image.

ONTWIKKELING MEENTHOF KORTENHOEF

Ladderonderbouwing

17 maart 2023

RHO ADVISEURS

A white wavy line graphic in the bottom right corner of the page.

RHO ADVISEURS

DATUM 15 maart 2023
KENMERK 20210444.002/65609/MWAP

PROJECTLEIDER Remko Bak

OPDRACHTGEVER Partners RO
PROJECTNUMMER 20210444.002

AUTEUR Maurits Paauwe
STATUS Definitief





INHOUD

1. Inleiding	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Vraagstelling	7
1.3 Leeswijzer	7
2. Kwalitatieve behoefte	8
2.1 Verzorgingsgebied	8
2.2 Analyse dagelijks winkelaanbod primair verzorgingsgebied	9
2.3 Leegstandsanalyse	10
2.4 Analyse supermarktaanbod	10
2.5 Kwalitatieve behoefte aan ontwikkeling	11
2.6 Conclusie	13
3. Kwantitatieve behoefte	14
3.1 Distributieplanologisch onderzoek	14
3.2 Conclusie	16
4. Beleidskader en locatieafweging	17
4.1 Provinciaal beleid	17
4.1.1 Omgevingsvisie NH2050 (2018)	17
4.1.2 Omgevingsverordening NH2020 (2020)	18
4.1.3 Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020	19
4.2 Regionaal beleid	19
4.2.1 Regionale detailhandelsvisie Gooi en Vechtstreek (2019)	19
4.3 Gemeentelijk beleid	20
4.3.1 Detailhandelsstructuurvisie Wijdmeren (2007)	20
4.4 Conclusie: locatieafweging in relatie tot beleidskader	21
5. Conclusie	22

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Ontwikkelaar Real Estate Investment & Development B.V is voornemens om winkelcentrum De Meenthof in Kortenhoef te herontwikkelen (figuur 1.1). Daarbij wordt onder andere de huidige Albert Heijn en een bestaande dagwinkel uitgebreid. Uitbreiding van de Albert Heijn vindt onder andere plaats in de naastgelegen dagwinkels en op de locatie van het huidige wijkgebouw met kringloopwinkel 'De Dobber', dat gesloopt zal worden.



Figuur 1.1 Ligging projectgebied in Kortenhoef (ondergrond: Luchtfoto Kadaster, 2019; bewerking Rho)

Een impressie van de ontwikkeling van de Albert Heijn in de Meenthof is op een kaart weergegeven in figuur 1.2. Getallen over deze uitbreiding zijn gegeven in tabel 1.1. Op dit moment heeft de Albert Heijn een bruto vloeroppervlak van 1.465 m². Het huidige winkelvloeroppervlak van de supermarkt is 999 m².

In de toekomstige situatie zal de Albert Heijn uitbreiden naar 2.282 m² (bvo), een toename van 817 m² (bvo) ten opzichte van de huidige situatie. Laden en lossen vindt op dit moment buiten plaats. In de toekomstige situatie zal dit in pandig plaatsvinden, hiervoor wordt 135 m² (bvo) gereserveerd. Ook voor magazijnen en kantoren is ruimte gereserveerd.

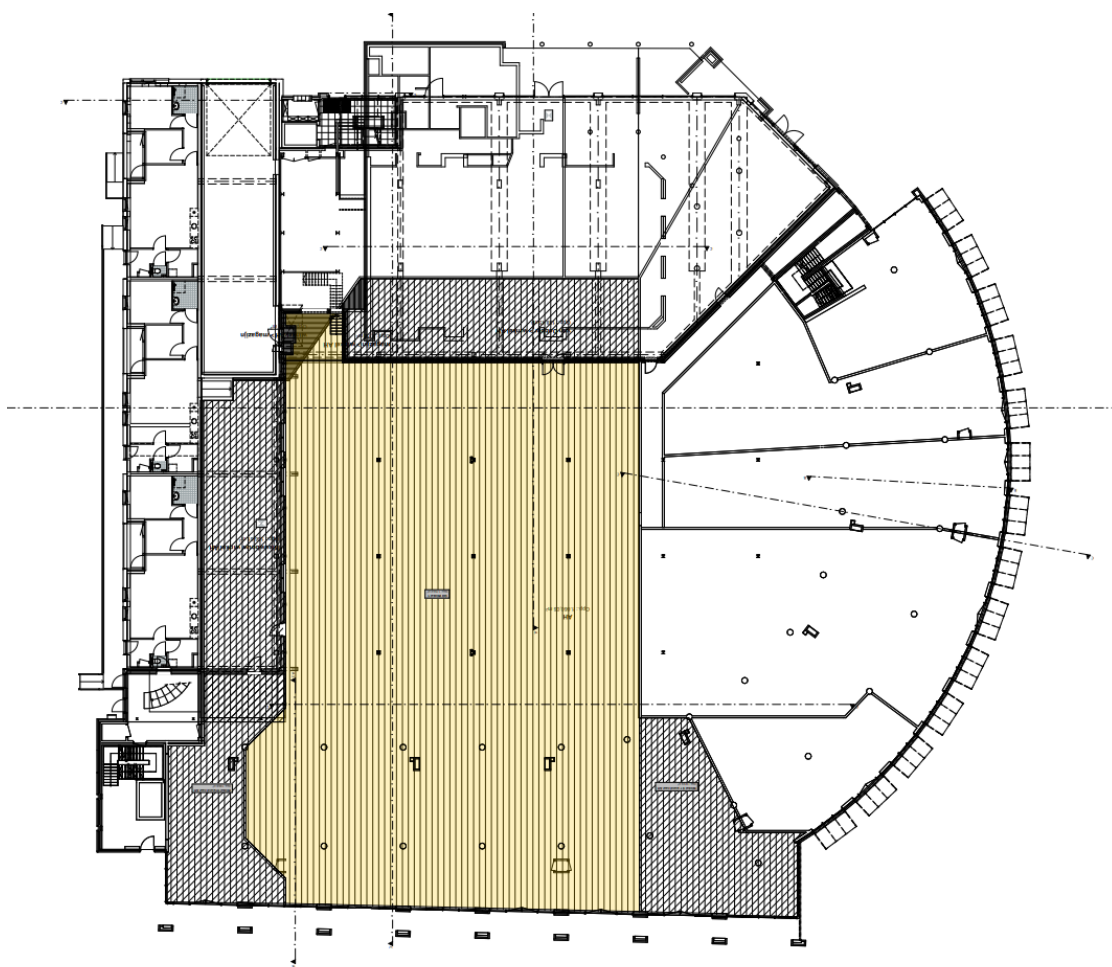
De winkel van Albert Heijn wordt groter: het toekomstige winkelvloeroppervlak is 1.564 m². Op dit moment heeft de winkel een winkelvloeroppervlak van 999 m². De naastgelegen dagwinkels met een gezamenlijk wvo van 151 m² zullen gebruikt worden voor de uitbreiding van Albert Heijn. In totaal gaat het dan om een toename van het winkelvloeroppervlak in de dagelijkse goederensector van 415 m² (wvo) ($1.564 \text{ m}^2 - 999 \text{ m}^2 - 151 \text{ m}^2$).

Ten slotte zal de huidige dagwinkel (Dobey) worden verplaatst en in omvang toenemen van de huidige 119 m² (bvo) naar 135 m² (bvo), een toename van het bruto vloeroppervlak van deze dagwinkel van 16 m². Een deel van dit bvo van de dagwinkel zal gebruikt worden voor het magazijn, maar voor de berekeningen in dit rapport wordt uitgegaan van een maximaal wvo voor de dagwinkel dat gelijk is aan het bvo.

Onderaan de streep betekent dit dat er een beoogde toename is van 431 m² van het winkelvloeroppervlak in de dagelijkse goederensector in de Meenthof (415 m² + 16 m²).

Tabel 1.1 Overzicht van de herontwikkeling van de Albert Heijn in de Meenthof

Overzicht m2 Deelplan 1 Meenthof - bestaand en nieuw							
Bestaand		m² BVO			Nieuw		m² BVO
AH	winkel	998,5			AH	winkel	1564,0
	winkel tlv dagwinkels 7 en 8	150,9					
	magazijn (winkel 1)	70,2				magazijn	291,7
	uitbreiding magazijn tlv De Dobber (maart 2011)	151,0				magazijn (eerder dagwinkel 2)	136,8
	kantoor/sociaal (boven winkel 1)	67,5				kantoor/sociaal	155,0
	kantoor tlv winkel 9 (Dobey)	27,0					
	laden/lossen	buiten				laden/lossen	134,6
	totaal BVO AH	1465,1				totaal BVO AH	2282,1
	uitbreiding Albert Heijn m² BVO	817,0		waarvan	134,6	laden en lossen	
	uitbreiding Albert Heijn m² WVO	414,6					
dagwinkel	bestaande winkel 9 (Dobey)	119,0			dagwinkel	dagwinkel 1 (verplaatsing Dobey)	134,5
	toename dagwinkels m² BVO	15,5					



Figuur 1.2 Impressie ontwikkeling Albert Heijn Meenthof (bron: Sum Architecten, 2022, bewerking Rho)

1.2 Vraagstelling

Het ruimtelijk afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van stedelijke functies is de ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als nieuwe stedelijke ontwikkelingen planologisch mogelijk worden gemaakt. Wanneer er sprake is van een stedelijke ontwikkeling moet de behoefte aan die ontwikkeling aangetoond worden. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijke verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikkeling. De voorkeursvolgorde van de ladder is dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen 'bestaand stedelijk gebied' worden gesitueerd.

De eerste vraag is of de beoogde ontwikkeling aangemerkt wordt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Wanneer een bestemmingsplan voorziet in een planologische uitbreiding van meer dan 500 m² bvo wordt dit aangemerkt als stedelijke ontwikkeling (ECLI:NL:RVS:2017:1724). De ontwikkeling bestaat uit het uitbreiden van Albert Heijn met 817 m² bvo en het uitbreiden van een dagwinkel met 16 m² bvo en wordt daarom aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling', zoals bedoeld in de ladder. De vraag is of er behoefte is aan de beoogde ontwikkeling.

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden komen in dit onderzoek de volgende onderwerpen aan bod:

- een analyse van de kwalitatieve behoefte aan uitbreiding van Albert Heijn en de dagwinkel in het verzorgingsgebied;
- een analyse van de kwantitatieve behoefte in de vorm van een distributieplanologisch onderzoek;
- locatieafweging en toetsing aan het relevante detailhandelsbeleid.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is de kwalitatieve behoefte aan uitbreiding van Albert Heijn en de dagwinkel in beeld gebracht. Hierin is de dagelijkse goederensector in het verzorgingsgebied geanalyseerd en de positionering van Albert Heijn binnen de supermarktsector. In hoofdstuk 3 is de kwantitatieve behoefte in beeld gebracht door middel van een distributieplanologische marktanalyse en zijn de ruimtelijke effecten in beeld gebracht. In hoofdstuk 4 is de beoogde uitbreiding getoetst aan het vigerende beleid en wordt een locatieafweging gemaakt. Tot slot zijn in hoofdstuk 5 de belangrijkste conclusies opgenomen.

2. KWALITATIEVE BEHOEFTE

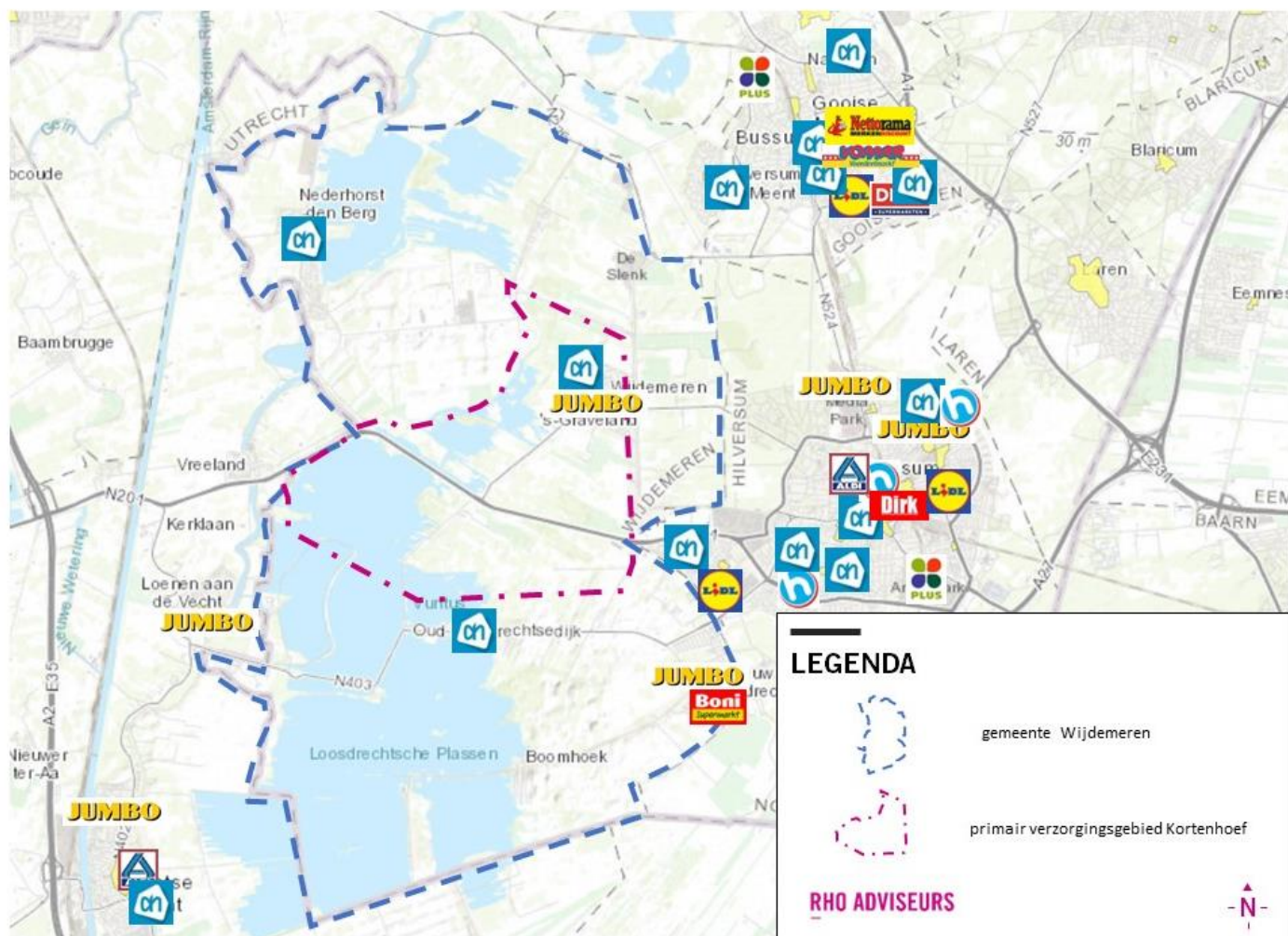
In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan de ontwikkeling van winkelcentrum De Meenthof in Kortenhoef onderzocht. Hier-voor is het verzorgingsgebied en het aanwezige winkelaanbod geanalyseerd naar omvang en samenstelling.

2.1 Verzorgingsgebied

Winkelcentrum De Meenthof ligt in de kern Kortenhoef in de gemeente Wijdmeren. Kortenhoef wordt ten westen omringd door verschillende plassen, zoals de Loosdrechtse en Ankeveense plassen. Ten oosten liggen de grotere kernen Hilversum en Bussum.

In figuur 2.1 is het supermarktaanbod in de omgeving van Kortenhoef weergegeven. Het grootste aanbod is gevestigd in Hilversum en Bussum. De kleinere kernen hebben elk in ieder geval één supermarkt. Op basis van het regionale supermarktaanbod is het primair verzorgingsgebied voor winkelcentrum De Meenthof de kern Kortenhoef en de bijbehorende verspreide bewoning. De bijbehorende begrenzing van deze CBS-wijk is op figuur 2.1 weergegeven als primair verzorgingsgebied. Dit betreft de kern Kortenhoef en de bewoning langs de Kortenhoefsedijk en Moleneind.

Het secundair verzorgingsgebied betreft de overige kernen in de gemeente Wijdmeren, met name de kernen ten noorden en oosten van de Loosdrechtse plassen. Daarnaast zal er ook sprake zijn van toeristische bestedingen in Kortenhoef.



Figuur 2.1 Regionaal supermarktaanbod (bron: Locatus, 2023)

2.2 Analyse dagelijks winkelaanbod primair verzorgingsgebied

De kern Kortenhoef heeft een dagelijks winkelaanbod van 2.872 m² wvo verdeeld over 9 verkooppunten (Locatus, 2023). De Albert Heijn in Kortenhoef heeft volgens de eigenaar op de peildatum 16 maart 2023 een winkelvloeroppervlak van 999 m².

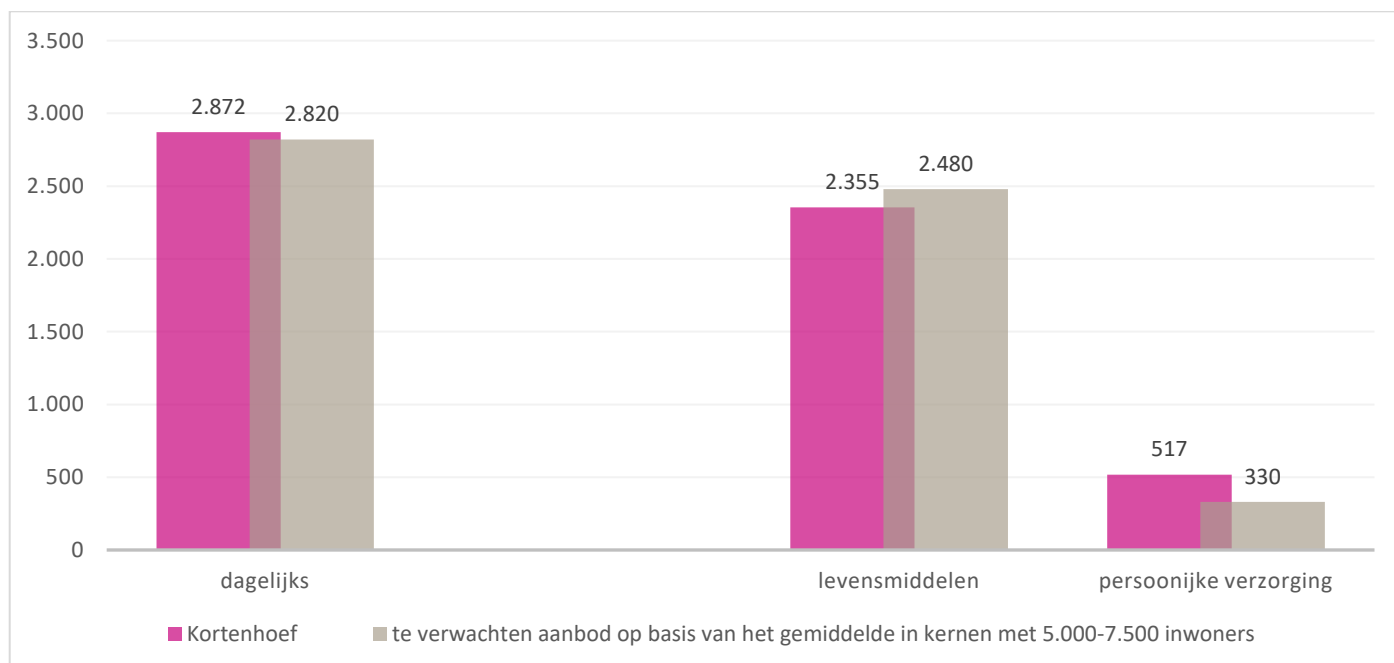
Het dagelijks winkelaanbod bestaat uit levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogist). De opbouw van het dagelijks winkelaanbod in de kern Kortenhoef is weergegeven in tabel 2.1.

Tabel 2.1 Omvang dagelijks winkelaanbod Kortenhoef (bron: Locatus, 2022)

	Aantal winkels	Omvang (m ² wvo)
ALBERT HEIJN	1	999
JUMBO	1	1.105
supermarkten	2	2.104
speciaalzaken	4	251
levensmiddelen	6	2.355
persoonlijke verzorging	3	517
Totaal dagelijkse goederen	9	2.872

Circa 74% van het winkelvloeroppervlak aan dagelijkse goederen in Kortenhoef wordt ingevuld door supermarkten. Gemiddeld wordt een supermarkt 2 à 3 keer per week bezocht door een consument (Deloitte Consumentenonderzoek, 2022).

Als het dagelijkse winkelaanbod in Kortenhoef wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 5.000 tot 7.500 inwoners wordt geconcludeerd dat het aanbod op het gemiddelde ligt (figuur 2.2). Het aanbod winkels in persoonlijke verzorging is in Kortenhoef iets groter dan verwacht zou worden op basis van het landelijke gemiddelde in vergelijkbare kernen (qua inwonertal); het aanbod aan winkels in levensmiddelen is juist beneden gemiddeld.



Figuur 2.2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Kortenhoef met het landelijke gemiddelde in kernen 5.000 tot 7.500 inwoners (bron: Locatus, 2023)

2.3 Leegstandsanalyse

Binnen het primair verzorgingsgebied staat momenteel 1 pand leeg, met een totale oppervlakte van 60 m² wvo (tabel 2.2). De leegstand in verkooppunten is daarmee 1,9% en de leegstand in winkelomvang is 0,4%. Deze leegstand in winkelmeters is lager dan de leegstand in de provincie Noord-Holland en gemeente Wijdmeren. Daarnaast is de leegstand in verkooppunten en winkelmeters kleiner dan het gemiddelde in kernen met een vergelijkbare omvang.

Tabel 2.2 Leegstandsanalyse (bron: Locatus, 2023)

	aantal verkooppunten			omvang (m ² wvo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
provincie Noord Holland	38.050	1.771	4,7%	6.879.420	320.058	4,7%
gemeente Wijdmeren	299	4	1,3%	41.440	240	0,6%
Kortenhoef	53	1	1,9%	13.645	60	0,4%
te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 5.000 tot 7.500 inwoners	72	4	4,9%	14.431	585	4,1%

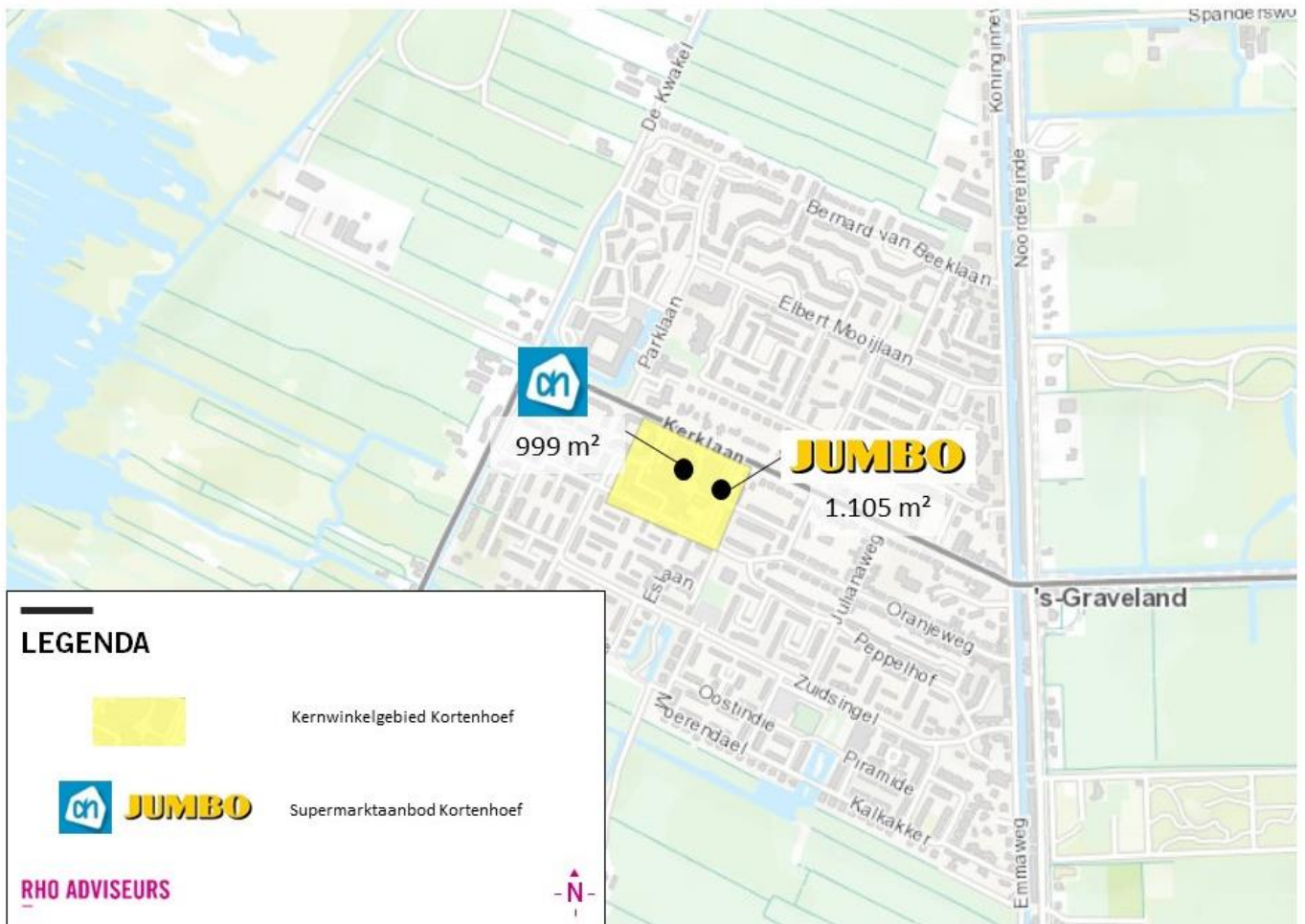
2.4 Analyse supermarktaanbod

Binnen de dagelijkse goederensector zijn supermarkten de belangrijkste consumenttrekkers. Supermarkten kunnen op basis van functie en kenmerken worden ingedeeld in 5 categorieën:

- Megasupermarkten: grootschalige supermarkten, zeer uitgebreid productaanbod vooral voor de weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH XL en Jumbo Foodmarkt.
- Full-servicesupermarkten: supermarkten met ruim productaanbod, meer versproducten t.o.v. andere supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen. Voorbeelden zijn Albert Heijn, Jumbo en Plus.
- Goedkope servicesupermarkten (ook wel servicediscounters): supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen, met als kenmerk lage prijzen en beperkte service en een kleiner assortiment dan de full-servicesupermarkten. Voorbeelden zijn Dirk, Lidl en Nettorama.
- Harddiscountsupermarkten: supermarkten met een beperkt assortiment, een zeer lage prijs, gericht op de aanvullende aankopen (bezoekfrequentie: 1x per één of twee weken). De enige harddiscountsupermarkt in Nederland is Aldi.
- Buurtsupermarkten: kleinschalige supermarkten met een beperkt assortiment, gericht op service en nabijheid. Deze hebben vooral een functie als supermarkt voor vergeten boodschappen en versaankopen. Voorbeelden zijn Spar en Coop Compact.

De inwoners van Kortenhoef hebben beschikking over twee full-servicesupermarkten (Albert Heijn en Jumbo). Beide supermarkten zijn in het centrum van Kortenhoef gevestigd (figuur 2.3) en hebben een vergelijkbare omvang. Naar moderne maatstaven zijn ze wat aan de kleine kant.

De winkels liggen centraal in de kern en hebben een groot gezamenlijk parkeerterrein en zijn daardoor goed bereikbaar.



Figuur 2.3 Supermarktaanbod Kortenhoeft (bron: Locatus, 2023)

2.5 Kwalitatieve behoefte aan ontwikkeling

Albert Heijn is een full-servicesupermarkt, en heeft een specifieke positionering binnen de supermarktsector.

FULL-SERVICE SUPERMARKT

Albert Heijn is een full-servicesupermarkt: hier kun je al je dagelijkse boodschappen doen. De missie van Albert Heijn is het bieden van alle ingrediënten voor een beter leven. Die drie ingrediënten zijn: altijd waar voor je geld, beter eten en gemak voor jou. De keuze aan producten is uitgebreid: van A-merk tot eigen merk. Hierbij stemmen Albert Heijn het assortiment af op de klanten en locatie, bijvoorbeeld met streekproducten. De consument ziet dat ook. Uit het consumentenonderzoek van Deloitte (2020) blijkt dat 57% van de consumenten Albert Heijn juist bezoekt vanwege het assortiment.

MARKTLEIDER

Albert Heijn is in Nederland de marktleider in zowel marktaandeel, winkelloppervlak als aantal vestigingen:

- Het marktaandeel is in 2022 gestegen naar 35,9%. Met dit marktaandeel blijft Albert Heijn flink op kop ten opzichte van de overige supermarkten. Jumbo volgt met een marktaandeel van 21,8%.
- Albert Heijn is ook de supermarkt met de meeste winkels en het grootste winkelloppervlak van Nederland, en staat ook al tien jaar in de top 10 van winkelformules in Nederland (Locatus, 2022). Momenteel heeft Albert Heijn 960 vestigingen met in totaal een winkelvloeroppervlak van 1.314.199 m². De AH to go formule heeft 78 vestigingen in Nederland met een totaal winkelvloeroppervlak van 8.015 m² (Locatus, 2022).

FOODSERVICE

Algemene services zoals een klantenservice, ophaalpunt, ov-servicepunt en geldautomaten zijn in veel AH-winkels te vinden. Ook is zelfscannen in veel winkels inmiddels een gewoongoed geworden. De versafdeling is een belangrijk onderdeel, de winkels hebben een bemande brood- en versafdeling. De versafdeling is de afgelopen jaren flink uitgebreid, waarbij ingespeeld wordt op veranderende behoeften bij de consument. Ook is in een aantal winkels een nieuw concept uitgerold: Allerhande Café en Allerhande Keuken waarbij verse koffie, sap, maar ook vers bereide maaltijden gekocht kunnen worden. Het eigen magazine Allerhande is op papier in de winkel te verkrijgen, en online en in de app zijn de recepten te bekijken. Albert Heijn geeft hiermee inspiratie aan de klant en speelt in op het gemak.

Om voldoende service te kunnen bieden hebben full-service supermarkten, zoals Albert Heijn, voldoende ruimte nodig. Deze ruimte is bijvoorbeeld benodigd voor brede gangpaden en een volledige brood- en versafdeling. Groei van de omvang van full-service supermarkten is dus benodigd. Ook bijvoorbeeld de Jumbo in de Meenthof in Kortenhoeve heeft uitbreidingsplannen om zo haar service te kunnen optimaliseren.

ONLINE AANWEZIGHEID

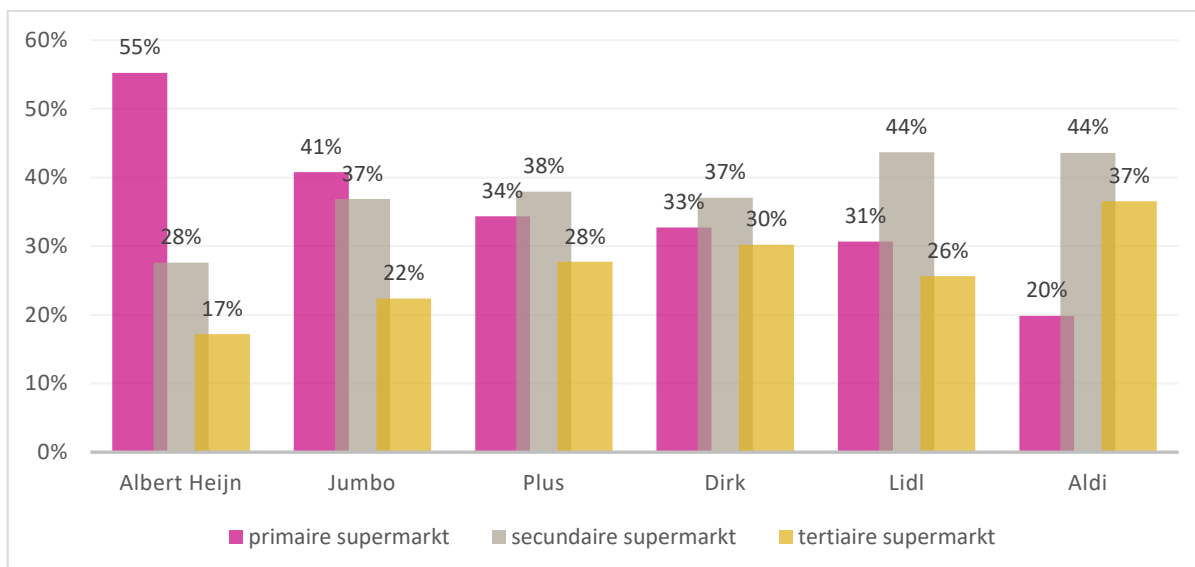
Albert Heijn is op verschillende manieren online aanwezig; via ah.nl en de app. Online kan via ah.nl en de app de producten in de winkel, recepten uit de Allerhande en de Bonus bekeken worden. Ook kan online boodschappen worden besteld voor thuisbezorging. Van de consumenten die wel eens boodschappen bestelt, doet 54% dat bij Albert Heijn (Consumentenonderzoek Deloitte, 2022). De app biedt daarnaast ook nog functionaliteiten zoals het zelfscannen met de telefoon, het bepalen van de persoonlijke bonus en het sparen van zegels en punten bij spaaracties.

DUURZAAMHEID

Net als veel andere winkels heeft ook Albert Heijn steeds meer aandacht voor duurzaamheid in haar winkels. De Nederlandse consument heeft Albert Heijn voor de vijfde keer op rij uitgeroepen tot meest duurzame supermarkt (Sustainable Brand Index 2021). Albert Heijn richt zich onder andere op het tegengaan van verspilling door gebruik te maken van dynamisch afprijzen, een slim bestelsysteem, energiebesparing door het verminderen van de CO₂-uitstoot van de winkels, gebruik te maken van zuinige wandkoelingen, waarvan met de restwarmte de winkel mee verwarmd wordt.

BEZOEK MOTIEF

Full-servicesupermarkten zoals Albert Heijn worden gemiddeld bijna 2 keer per week door de consument bezocht. Veel meer dan andere supermarkten (55%) wordt Albert Heijn bezocht als primaire supermarkt, zoals naar voren komt in het jaarlijkse consumentenonderzoek van Deloitte (figuur 2.4). Primaire klanten zijn klanten die het grootste deel van hun aankopen bij de betreffende supermarkt kopen.



Figuur 2.4 Bezoekmotieven supermarkten in Kortenhoeve en omgeving (bron: Deloitte, 2022)

2.6 Conclusie

Albert Heijn heeft een bijzondere functie in het Nederlandse supermarktlandschap. Het is niet alleen marktleider in marktaandeel en aantal vestigingen, maar heeft ook veruit de grootste klantengroep die primair op deze formule is gericht. Hiervoor bieden ze een compleet boodschappenmoment; niet alleen in de winkel, maar ook online en zelfs in de huiskamers. Denk hierbij aan het Allerhande magazine, het grootste kooktijdschrift van Nederland, voetbalplaatjes en de moestuintjes.

Met de gewenste uitbreiding in Kortenhoef kan Albert Heijn haar formule beter presenteren. De winkel zal ruimer van opzet zijn waardoor er meer ruimte is voor het aanbod. De hedendaagse consument winkelt graag in een ruim opgezette supermarkt. De nieuwste Albert Heijn formule 'echt vers' is hierop ontwikkeld. De versafdeling, inclusief foodservice kan de toekomst in zijn volledigheid worden aangeboden met ruime paden ertussen.

Daarnaast kan met het uitbreiden van naastgelegen dagelijkse winkelunits aanvullende dagelijkse detailhandel voor de consument in Kortenhoef worden geboden. Dit is een aanvulling op het huidige aanbod in het winkelcentrum.

3. KWANTITATIEVE BEHOEFTE

Om nieuwe detailhandelsontwikkelingen te kunnen beoordelen is een actueel distributieplanologisch marktonderzoek (dpo) benodigd. Hieronder zijn de uitgangspunten van het dpo nader toegelicht.

3.1 Distributieplanologisch onderzoek

AANTAL INWONERS

De kern Kortenhoef heeft momenteel 6.645 inwoners (CBS, 2023; gegevens over 2022). Uit de Primos prognose 2022 blijkt dat er de komende planperiode sprake zal zijn van een bevolkingsgroei van 4,5% voor de gemeente Wijdmeren. Voor dit onderzoek is uitgegaan van 6.944 inwoners in 2030 in Kortenhoef.

GEMIDDELDE BESTEDING DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2017-2021 € 2.654,- per persoon (Notitie Omzetkengetallen 2022, gegevens over 2017-2021). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in Kortenhoef ligt ongeveer 11% hoger dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2023; gegevens over 2021). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen ligt daarmee circa 4,4% hoger dan het Nederlands gemiddelde en bedraagt € 2.770,-.

KOOPSTROMEN

Voor de regio Randstad is in 2021 een koopstromenonderzoek uitgevoerd (KSO 2021). Hierin zijn de koopstroomgegevens berekend op gemeenteniveau, maar niet op kernniveau. De koopstroomgegevens voor de kern Kortenhoef zijn daarom ingeschat. In tabel 2.3 is per kern een inschatting gemaakt van welk deel van de bestedingen aan dagelijkse goederen gedaan zal worden in Kortenhoef. Dit is een inschatting op basis van het aanbod in de eigen kern in vergelijking met het aanbod in de omliggende kernen, reisafstanden, kooppatronen en eventuele (fysieke) barrières.

De koopkrachtbinding voor de kern Kortenhoef wordt ingeschat op 85%. Kortenhoef beschikt over twee full-servicesupermarkten. De inwoners hebben dus een ruim productenaanbod. Voor aanvullende boodschappen, bij bijvoorbeeld discounters, zal moeten worden uitgeweken naar andere kernen. Dat betekent dat er sprake zal zijn van enige afvloeiing. Na uitbreiding van Albert Heijn en toevoegen van twee winkels zal het dagelijks goederenaanbod verder versterkt worden. De verwachting is dat de koopkrachtbinding iets kan stijgen. In de berekening gaan we uit van een beperkte stijging tot 87% in 2030.

De koopkrachttoevloeiing vanuit de omliggende kernen Ankeveen, Oud-Loosdrecht en Nederhorst den Berg is in tabel 3.1 weergegeven. Ankeveen heeft geen eigen supermarktaanbod. De inwoners zullen met name gericht zijn op Kortenhoef, maar daarnaast ook Hilversum en Nederhorst den Berg. Oud-Loosdrecht heeft een kleine Albert Heijn. De afvloeiing naar Kortenhoef is ingeschat op 20%. De inwoners zullen voor een groot deel gericht zijn op Nieuw-Loosdrecht en Hilversum. In Nederhorst den Berg is een Albert Heijn gevestigd. De inwoners zullen voor een groot deel aankopen doen in de eigen kern. Kortenhoef biedt een aanvullend aanbod met ook een Jumbo-supermarkt en overige dagelijkse detailhandel. De toevloeiing is per CBS-buurt ingeschat en hieronder weergegeven. De inwoners van Horstermeer zullen het meest op Kortenhoef gericht zijn.

Tabel 3.1 Kooporiëntatie op Kortenhoef

Kern	binding
Wijk Kortenhoef	85%
Wijk Ankeveen	70%
Wijk Oud-Loosdrecht	20%
Wijk Nederhorst den Berg	
Buurt Horstermeer	40%
Buurt Spiegelpolder	10%
Buurt Blijkpolder	10%
Buurt Horn- en Kuijerpolder	5%

Op basis van deze aannames bedraagt de omzet in Kortenhoef afkomstig vanuit omliggende kernen circa € 6,3 miljoen, wat neer komt op een koopkrachttoevloeiing van 29%. Voor de toekomstige situatie is de toevloeiing in euro's gelijk gehouden.

GEMIDDELDE OMZET PER M² DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde omzet per m² (vloerproductiviteit) van winkels in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland € 7.823,- (Notitie Omzetkengetallen 2022, gegevens over 2017-2021). Voor de huidige situatie in Kortenhoef is de vloerproductiviteit berekend in tabel 3.2.

Tabel 3.2: Berekening vloerproductiviteit dagelijkse goederensector Kortenhoef

Huidige situatie	Aanbod in m ² wvo	Gem. omzet per m ² wvo	Omzet
Supermarkt	2.104	€ 8.381	€ 17.633.624
Levensmiddelen Speciaalzaak	251	€ 6.643	€ 1.667.393
Persoonlijke Verzorging	517	€ 5.591	€ 2.890.547
Totaal aanwezig aanbod	2.872	€ 7.727	€ 22.191.564

OMVANG WINKELAANBOD

Momenteel hebben de dagelijkse winkels in Kortenhoef een omvang van 2.872 m² wvo (Locatus, 2023). Rekening houdend met beoogde ontwikkeling neemt het oppervlak van de dagelijkse goederensector in Kortenhoef per saldo toe met 431 m² wvo.

Tabel 3.3 Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector

	2023	2030	bron
inwonertal marktgebied	6.645	6.944	CBS, 2022; Primos prognose 2022
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.770	€ 2.770	Omzetkengetallen, 2022; gegevens over 2017-2021
bestedingspotentieel	€ 18.410.000	€ 19.240.000	
koopkrachtbinding (%)	85%	87%	Inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€ 15.650.000	€ 16.740.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	29%	29%	Inschatting Rho
koopkrachttoevloeiing €	€ 6.390.000	€ 6.390.000	
totale omzet in marktgebied	€ 22.040.000	€ 23.130.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m ² wvo (excl. BTW)	€ 7.727	€ 7.812	Omzetkengetallen, 2022; gegevens over 2017-2021
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	2.850	2.960	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	2.872	2.872	Locatus, 2023
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 7.670	€ 8.050	
omzetclaim marktgebied	€ 22.190.000	€ 22.440.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	-1%	3%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ -150.000	€ 690.000	
ruimte voor ontwikkeling (m ² wvo)	-20	90	
uitbreiding Meenthof		431	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)		-341	
toekomstige omzet ten opzichte van huidig functio- neren		-10%	

Uit de marktruimteberekening volgt dat de dagelijkse goederensector van Kortenhoef in de huidige situatie goed functioneert. De vloerproductiviteit in Kortenhoef ligt rond het landelijk gemiddelde. Als gevolg van de verwachte bevolkingstoe- name en beperkte toename van de koopkrachtbinding ontstaat de komende planperiode een indicatieve marktruimte van 90 m² wvo. Deze ontwikkelingsruimte is kleiner dan de beoogde uitbreiding. De beoogde uitbreiding leidt tot een afname



van het functioneren met 11 procentpunt. De vraag is wat dit voor gevolgen heeft voor het dagelijks winkelaanbod in Kortenhoef.

Albert Heijn is momenteel aan de kleine kant, wat een belemmering oplevert om ook op termijn goed als full servicesupermarkt te kunnen blijven functioneren. Uitbreiding van de winkel is nodig om toekomstbestendig te kunnen zijn en meer kwaliteit te kunnen bieden aan de klanten. Uit de marktruimteberekening blijkt dat het draagvlak voor uitbreiding van het aanbod beperkt is. De totale omzet van de supermarkten zal toenemen, maar de gemiddelde omzet zal lager komen te liggen. Dit is niet ongebruikelijk; de ervaring leert dat bij uitbreiding van een supermarkt, de groei van de omzet niet gelijk loopt met de toename van het aantal meters. De uitbreiding is vooral gericht op het bieden van meer kwaliteit en service voor de consument. Dit betekent soms dat een ondernemer met een lagere omzet per vierkante meter genoeg moet nemen. Geconcludeerd wordt dat bij deze marktomstandigheden wel effecten optreden op het ondernemersklimaat als gevolg van de uitbreiding van Albert Heijn, maar dat deze niet onaanvaardbaar zijn.

Wanneer gekeken wordt naar het effect op de overige supermarkten is van belang of er sprake is van duurzame ontwikkeling. In dit geval zal daar geen sprake van zijn. Alle supermarkten liggen in het centrum van Kortenhoef. Mocht er onverhoopt een supermarkt verdwijnen, wat op basis van de berekening niet mag worden verwacht, dan blijft er nog altijd een full-servicesupermarkten in het centrum over. Voor de consument betekent dit dat er nog steeds op aanvaardbare afstand een goed voorzieningenaanbod beschikbaar is.

3.2 Conclusie

Uit het distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat beoogde uitbreiding van Albert Heijn en overig dagelijks aanbod groter is dan geraamde groei in de dagelijkse goederensector. Hierdoor zal de gemiddelde omzet per m² wvo met circa 11 procentpunt dalen. Dit zal echter niet leiden tot onevenredige effecten op de dagelijkse winkelstructuur van Kortenhoef. Modernisering van een bestaande supermarkt op een gewenste locatie in het centrum in combinatie met aanvullende winkels is per saldo een versterking van de detailhandelsstructuur. Hiermee is er kwalitatief behoefte aan de versterking van het dagelijkse winkelaanbod.

4. BELEIDSKADER EN LOCATIEAFWEGING

Naast de behoefteonderbouwing is de beoogde ontwikkeling getoetst aan het vigerende detailhandelsbeleid.

4.1 Provinciaal beleid

4.1.1 Omgevingsvisie NH2050 (2018)

Op 19 november 2018 is de Omgevingsvisie voor de provincie Noord-Holland vastgesteld. De hoofdambitie in de Omgevingsvisie is als volgt: “Noord-Holland heeft een relatief hoog welvaarts- en welzijnsniveau. Om deze ook voor de toekomst vast te kunnen houden, richten we ons op een goede balans tussen economische groei en leefbaarheid. Zodanig dat bij veranderingen in het gebruik van de fysieke leefomgeving de doelen voor een gezonde en veilige leefomgeving overeind blijven”. De provincie heeft vijf samenhangende bewegingen geschetst. Deze bewegingen laten zien hoe de provincie omgaat met opgaven die op onze samenleving afkomen en die ze willen faciliteren. Dat wordt gedaan door een aantal ontwikkelprincipes en randvoorwaarden mee te geven om de beweging naar de toekomst te kunnen maken. Het gaat om de volgende vijf bewegingen:

- Dynamisch schiereiland: hier is het benutten van de unieke ligging leidend waarbij de kustverdediging voorop staat en waar toeristische en recreatieve kansen benut kunnen worden en natuurwaarden worden toegevoegd.
- Metropool in ontwikkeling: hierin wordt beschreven hoe de Metropoolregio Amsterdam steeds meer als één stad gaat functioneren en dat de reikwijdte van de metropool groter wordt. Door het ontwikkelen van een samenhangend metropolitaan systeem wordt de agglomeratiekracht vergroot.
- Sterke kernen, sterke regio's: deze beweging gaat over de ontwikkeling van centrumgemeenten die daarmee het voorzieningenniveau in de gehele regio waarin ze liggen vitaal houden en de kernen hun herkenbare identiteit behouden.
- Nieuwe energie: in deze beweging gaat het over het benutten van de economische kansen van de energietransitie en circulaire economie.
- Natuurlijk en vitaal landelijke omgeving: deze beweging gaat over het ontwikkelen van natuurwaarden in combinatie met het versterken van de (duurzame) agrifoodsector.

Binnen de beweging sterke kernen, sterke regio's zet de provincie in op het zoveel mogelijk binnenstedelijk realiseren en concentreren van wonen en werken (transformeren, bundelen, verdichten). Nieuwe ontwikkelingen van voorzieningen worden geconcentreerd in kernen, passend bij de rol van die kernen in het regionale netwerk. Een van de uitgangspunten is het op peil houden van het voorzieningenniveau en de bereikbaarheid.



-  Centrumsteden
-  Groenstedelijke kernen
-  Dorpskernen
-  Verzorgingsgebied stedelijke voorzieningen
-  Groene geleding tussen kernen
-  Openbaarvervoernetwerk
-  Hoofdinfrastructuur (weg)

Figuur 4.1 Kaart sterke kernen, sterke regio

Relatie met planinitiatief

De ontwikkeling betreft uitbreiding van winkelcentrum De Meenthof in Kortenhoef. De uitbreiding betreft dus een binnenstedelijke ontwikkeling. Daarmee sluit de ontwikkeling aan bij de beleidsuitgangspunten uit de omgevingsvisie. Bovendien is de uitbreiding gericht op een kwaliteitsverbetering van de winkel en het winkelcentrum. Het voorzieningenniveau blijft hiermee op peil en wordt versterkt.

4.1.2 Omgevingsverordening NH2020 (2020)

In de Omgevingsverordening van de provincie Noord-Holland zijn regels opgenomen ten aanzien van detailhandel.

Artikel 6.3 Nieuwe stedelijke ontwikkelingen

- Een ruimtelijk plan kan uitsluitend voorzien in een nieuwe stedelijke ontwikkeling als de ontwikkeling in overeenstemming is met de binnen de regio gemaakte schriftelijke afspraken.
- Gedeputeerde Staten stellen nadere regels aan de afspraken bedoeld in het eerste lid.

Artikel 6.11 Toepassingsbereik

Deze paragraaf gaat over detailhandel op bedrijventerreinen en kantoorlocaties.

Artikel 6.12 Oogmerk

Deze paragraaf bevat regels met het oog op:

- a) het behouden en versterken van detailhandel in de centra van kernen door het voorkomen van versnippering van het aanbod in en buiten de kernen
- b) het voorkomen van ruimtelijk relevante leegstand in winkelgebieden om zo een detailhandelsstructuur te behouden die uitgaat van duurzaam ruimtegebruik;
- c) het vrijwaren van veel consumentenverkeer op bedrijventerreinen; en
- d) het tegengaan van extra verkeersbewegingen en landschappelijke aantasting van het landelijk gebied door vestiging van detailhandelsbedrijven.

Relatie met planinitiatief

Het toepassingsbereik van paragraaf 6.1.3 is bedrijventerreinen en kantoorlocaties. Het plangebied kan niet als zodanig worden beschreven. Wel blijkt uit artikel 6.12 wat de beleidsdoelen zijn ten aanzien van detailhandel. De beoogde ontwikkeling vindt plaats in winkelcentrum De Meenthof en betreft een kwalitatieve versterking van het winkelcentrum. De ontwikkeling sluit aan op het beleidsuitgangspunt van versterken van centra van kernen.

4.1.3 Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020

De provincie wil ruimte blijven bieden aan de verdere ontwikkeling van detailhandel, om ook op langere termijn een vitale, dynamische en concurrerende structuur te huisvesten. Hierbij wordt detailhandel niet alleen gezien als ruimtevragende sector, maar ook het economisch en maatschappelijk belang wordt gezien. De missie van de provincie is 'het versterken van de detailhandelsstructuur in Noord-Holland'. Daarbij behoren de volgende zes beleidsdoelen:

- Prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden;
- Voorkómen van extra leegstand;
- Internet-afhaalpunten bij voorkeur situeren in bestaande winkelcentra;
- Een vitale, dynamische en concurrerende detailhandelsstructuur, ruimte geven aan kwaliteit;
- Primaire detailhandel bereikbaar op een aanvaardbare afstand;
- Detailhandel die bijdraagt aan aantrekkelijke binnensteden.

Door de provincie Noord-Holland zijn Regionale Advies Commissies (RAC) Detailhandel ingesteld. Deze commissies stemmen grote detailhandelsontwikkelingen regionaal af. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen en uitbreidingsplannen vanaf 1.500 m² wvo dienen aan de commissie te worden voorgelegd.

Relatie met planinitiatief

De beoogde ontwikkeling maakt onderdeel uit van het winkelcentrum De Meenthof. Met de ontwikkeling wordt een kwalitatieve verbeteringsslag gemaakt in de versterking van het winkelgebied. De ontwikkeling van 369 m² wvo is een beperkte toevoeging, en hoeft dan ook niet regionaal afgestemd te worden.

4.2 Regionaal beleid

4.2.1 Regionale detailhandelsvisie Gooi en Vechtstreek (2019)

Op 19 november 2019 is de Regionale Detailhandelsvisie Gooi en Vechtstreek gepubliceerd. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen moeten regionaal worden afgestemd.

Het centrum van Kortenhoef is aangemerkt als lokaal centrum in de regionale visie. Dorpscentra hebben voornamelijk een boodschappenfunctie. Er zijn een of twee supermarkten, ondersteunend dagelijks aanbod in de vorm van een bakker en viswinkel en nog enkele niet-dagelijkse winkels. Dit zijn veelal winkels met frequent benodigde artikelen zoals de bloemenzaak en winkel met huishoudelijke artikelen. Daarnaast zijn er enkele diensten en mogelijk wat horeca gevestigd. Door dit aanbod en de omvang van het dorp functioneren de centra vaak als ontmoetingsplek. Voor met name de ouder wordende bevolking betekent boodschappen doen ook sociaal contact. Deze centra zullen primair moeten inzetten op een kwalitatieve, ruimtelijk-functionele versterking

Voor de detailhandelsstructuur van de regio Gooi en Vechtstreek zijn de volgende ambities geformuleerd:

1. **Duurzame structuur en ruimtegebruik.** De winkelgebieden moeten passen bij het verzorgingsgebied en de functie van het cluster. Indien het winkelgebied te groot of te klein is voor deze functie, is optimalisering passend. Dit kan zijn in de vorm van concentratie en transformatie van een cluster, of door een beperkte toevoeging van meters. Een winkelgebied functioneert het beste met aaneengesloten voorzieningen en een beperkte leegstand.

- 
2. **Clusteren.** Nieuwe ontwikkelingen worden alleen toegestaan in de perspectiefrijke centra en niet op solitaire locaties. In nieuwe woongebieden met voldoende draagvlak worden gelijksoortige voorzieningen zoveel als mogelijk geclusterd.
 3. **Kwalitatieve versterking.** De versterking van de bestaande, perspectiefrijke delen van de structuur staat boven het mogelijk maken van ontwikkelingen op nieuwe locaties.
 4. **Vitaliteit en leefbaarheid.** Optimale (dagelijkse) verzorging voor alle inwoners van de Gooi en Vechtstreek, waarbij met name de dagelijkse voorzieningen voor de kleine kernen in de toekomst geborgd wordt. De vergrijzing maakt bewoners minder mobiel, waardoor de dagelijkse voorzieningen zo nabij mogelijk moeten zijn. Naast een plek voor boodschappen vormt het ook een ontmoetingsplek. De opgave is om vitale en leefbare dorpen in stand te houden of te creëren.
 5. **Dynamiek.** Het bieden van ruimte voor dynamiek in de compacter wordende centrumgebieden met een regionale of bovenlokale functie. Hier ruimte bieden voor innovatieve ontwikkelingen als pick-up points, op-up stores, blurring concepts en andere deels niet te voorzien ontwikkelingen. Daarbij is van belang dat deze ontwikkelingen een meerwaarde hebben voor de huidige detailhandelsstructuur en geen afbreuk daaraan doen.
 6. **Terughoudend beleid (grote) nieuwe ontwikkelingen.** De ruimte in de regio is schaars. In de centra functioneert het aanbod al niet altijd optimaal. Voor aantrekkelijke centra die ook aangenaam zijn om te verblijven, is het essentieel dat er geen grote uitbreidingen worden toegestaan en dat er ingezet wordt op optimalisatie van het bestaande aanbod. Dit geldt zeker voor de ontwikkelingen buiten de hoofdstructuur.

Met het naleven van de bovenstaande ambitie in beleidsvorming en omgang met plannen zijn er gezonde vraag-aanbod verhoudingen, een goede ruimtelijke ordening en wordt (onnodige) leegstand voorkomen. In de visie wordt benadrukt dat de gemeenten, en niet de regio, het bevoegd gezag zijn als het gaat om detailhandelsbeleid. De regionale visie is gericht op initiatieven met een bovengemeentelijke impact.

Samengevat kent het nieuwe regionale beleid de volgende lijn:

- Initiatieven dienen bij te dragen aan de versterking van de gewenste structuur in de Gooi en Vechtstreek.
- Nieuwe clusters van detailhandel buiten de genoemde hoofdstructuur zijn niet gewenst.
- Initiatieven die voorzien in de realisering of uitbreiding van verspreid (of solitair) gevestigde detailhandel is niet mogelijk.

Relatie met planinitiatief

De beoogde ontwikkeling vindt plaats in het centrum van Kortenhoef. De regio richt zich op kwalitatieve en ruimtelijk-functionele versterking van de lokale centra. De ontwikkeling kan daar een bijdrage aan leveren. De supermarkt wordt uitgebreid om op die manier toekomstbestendig te zijn, en daarnaast worden voor de verscheidenheid van het aanbod twee winkels toegevoegd. Het winkelcentrum wordt op die manier zowel kwalitatief als functioneel versterkt.

4.3 Gemeentelijk beleid

4.3.1 Detailhandelsstructuurvisie Wijdmeren (2007)

Het meest recente detailhandelsbeleid van de gemeente Wijdmeren dateert uit 2007. De gemeente Wijdmeren streeft, als het gaat om het winkelaanbod, in de eerste plaats naar een zo compleet mogelijk dagelijks aanbod voor de inwoners van de afzonderlijke kernen.

Voor behoud van de concurrentiepositie is schaalvergroting van de dagelijkse winkels in kleinere kernen noodzakelijk. Hiervoor zijn de marktmogelijkheden echter beperkt. Uitdaging in het detailhandelsbeleid is het optimum te vinden en te behouden tussen fijnmazigheid in de nabijheid van de inwoners en schaalgrootte die nodig is voor een gezond economisch functioneren van ondernemers.

Om de bestedingen van de lokale bevolking zoveel mogelijk in de eigen gemeente te houden, zijn vitale dorpscentra van groot belang. Aan een eigentijds dorpscentrum kunnen de volgende functioneel-ruimtelijke randvoorwaarden worden gesteld:

- een servicesupermarkt van voldoende omvang (> 1.000 m² wvo) als trekker;
- zo mogelijk (indien voldoende draagvlak) meerdere supermarkten, die qua marktsegment complementair zijn;
- een compleet overig dagelijks aanbod (versspeciaalzaken, drogist, bloemen, huishoudelijke artikelen);
- minimale loopafstanden en barrières tussen winkels onderling, vooral tussen de supermarkten en de speciaalzaken;
- een overzichtelijke opzet, met zicht op het totale aanbod;
- voortdurend voldoende (gratis) parkeergelegenheid voor klanten;
- een goede en duidelijke relatie tussen winkels en parkeren met minimale loopafstanden en barrières; verzorgde en eigentijds uitstraling van het winkelaanbod en winkels;
- goede en veilige bereikbaarheid per auto, fiets en te voet.

In de detailhandelsstructuur wordt Kortenhoef aangewezen als groot dorpscentrum. De basis van het centrum van Kortenhoef is sterk en behoeft geen grote wijzigingen. Wel is het gewenst de geconstateerde knelpunten op te lossen. Bij voorkeur wordt gekozen voor een integraal herstructureringsplan waarbij bestaande winkels kunnen uitbreiden en opbrengsten hiervan kunnen worden ingezet om de uitstraling en parkeersituatie van het centrum te verbeteren. De parkeersituatie kan worden verbeterd door de capaciteit te vergroten en door invoering van een blauwe zone. Op de hoek Dodaarslaan-Curtevenneweg is ruimte voor een efficiënter parkeerterrein met een nieuwe entree naar het centrum. Ook herontwikkeling van het gezondheidscentrum en uitbreiding van het parkeren aldaar is mogelijk. Koppeling van de Hoflaan met de Kerklaan is gewenst. Voor de herstructurering van het centrum zijn vele ruimtelijke mogelijkheden denkbaar. Aan diverse zijden is onroerend goed verouderd. Sociale en medische voorzieningen kunnen eventueel elders op verdieping terugkomen. De eigenaar van het winkelcentrum is in beginsel de initiatiefnemer voor plannen.

In deze visie voor de gemeente Wijdmeren wordt gekozen voor concentratie van het winkelaanbod in twee grotere dorpscentra in Kortenhoef en Loosdrecht en een kleiner dorpscentrum in Nederhorst den Berg. Nieuwe winkelontwikkelingen worden zoveel mogelijk ingepast in of aan deze winkelcentra. Uitbreiding van winkelmeters daarbuiten wordt zoveel mogelijk voorkomen.

Relatie met planinitiatief

Het planinitiatief betreft een uitbreiding van het winkelcentrum De Meenthof. Dit is het centrum van Kortenhoef. Met de ontwikkeling wordt aangesloten op het concentratiebeleid van de gemeente. Het centrum wordt uitgebreid met winkelmeters in plaats van een solitaire locatie. Daarnaast wordt bijgedragen aan een kwalitatief goed voorzieningenniveau voor de inwoners van Kortenhoef.

4.4 Conclusie: locatieafweging in relatie tot beleidskader

Geconcludeerd kan worden dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij het relevante detailhandelsbeleid. Zowel het provinciaal, regionaal als gemeentelijk beleid richt zich op concentratie van detailhandel. Met de ontwikkeling is sprake van een versterking van de detailhandelsstructuur en focus op concentratie van het winkelaanbod. Het winkelcentrum van Kortenhoef wordt in kwalitatieve zin versterkt, met name door de bestaande supermarkt uit te breiden.

5. CONCLUSIE

In deze rapportage is de beoogde ontwikkeling van winkelcentrum de Meenthof in Kortenhoef beoordeeld in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking. In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste conclusies opgenomen.

In hoofdstuk 2 en 3 is geconcludeerd dat er behoefte is aan uitbreiding van het dagelijks winkelaanbod in Kortenhoef. De huidige Albert Heijn is aan de kleine kant en kan met een uitbreiding beter voldoen aan de wensen van de moderne consument. De formule kan beter uitgerold worden door een ruimere opzet van de winkel en aandacht voor versproducten. De supermarkt is daarmee toekomstbestendig. Daarnaast wordt het dagelijks aanbod in kwalitatieve zin versterkt door het toevoegen van ruimte voor een aanvullende dagelijkse winkel. De consument heeft behoefte aan een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op aanvaardbare afstand, op een centrale locatie. Uit het distributieplanologisch onderzoek wordt daarbij geconcludeerd dat er geen onaanvaardbare effecten op het dagelijks winkelaanbod worden verwacht. De ontwikkeling betreft onder andere een uitbreiding van een bestaande supermarkt en een kwalitatieve versterking van het dagelijks winkelaanbod.

Het provinciale, regionale en gemeentelijke detailhandelsbeleid is gericht op de versterking van de bestaande winkelstructuur en concentratie van detailhandel in bestaande winkelgebieden. De beoogde ontwikkeling sluit daarbij aan. Het bestaande winkelcentrum in het centrum van Kortenhoef wordt uitgebreid.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Met de ontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik.