



Ruimte. Mensen. Toekomst.

Ladder voor duurzame verstedelijking
Lidl Jacques Dutilhweg
Gemeente Rotterdam
Concept



colofon

projectnaam
**Ladder voor duurzame
verstedelijking Lidl Jacques
Dutilhweg**

datum
11 juli 2024

projectnummer
P07193

opdrachtgever
Lidl Nederland GmbH

BRO
projectleider

projectteam

bron kft
BRO

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
+31 (0)411 850 400
info@bro.nl
www.bro.nl



Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Conclusies	6
3	Analyse beleid	8
4	Analyse trends	11
5	Analyse vraag- en aanbod	12
6	Analyse behoefte en effecten	17
6.1	Kwantitatieve behoefte	17
6.2	Ruimtelijk-functionele effecten	18

Bijlage 1 - Begrippen en definities

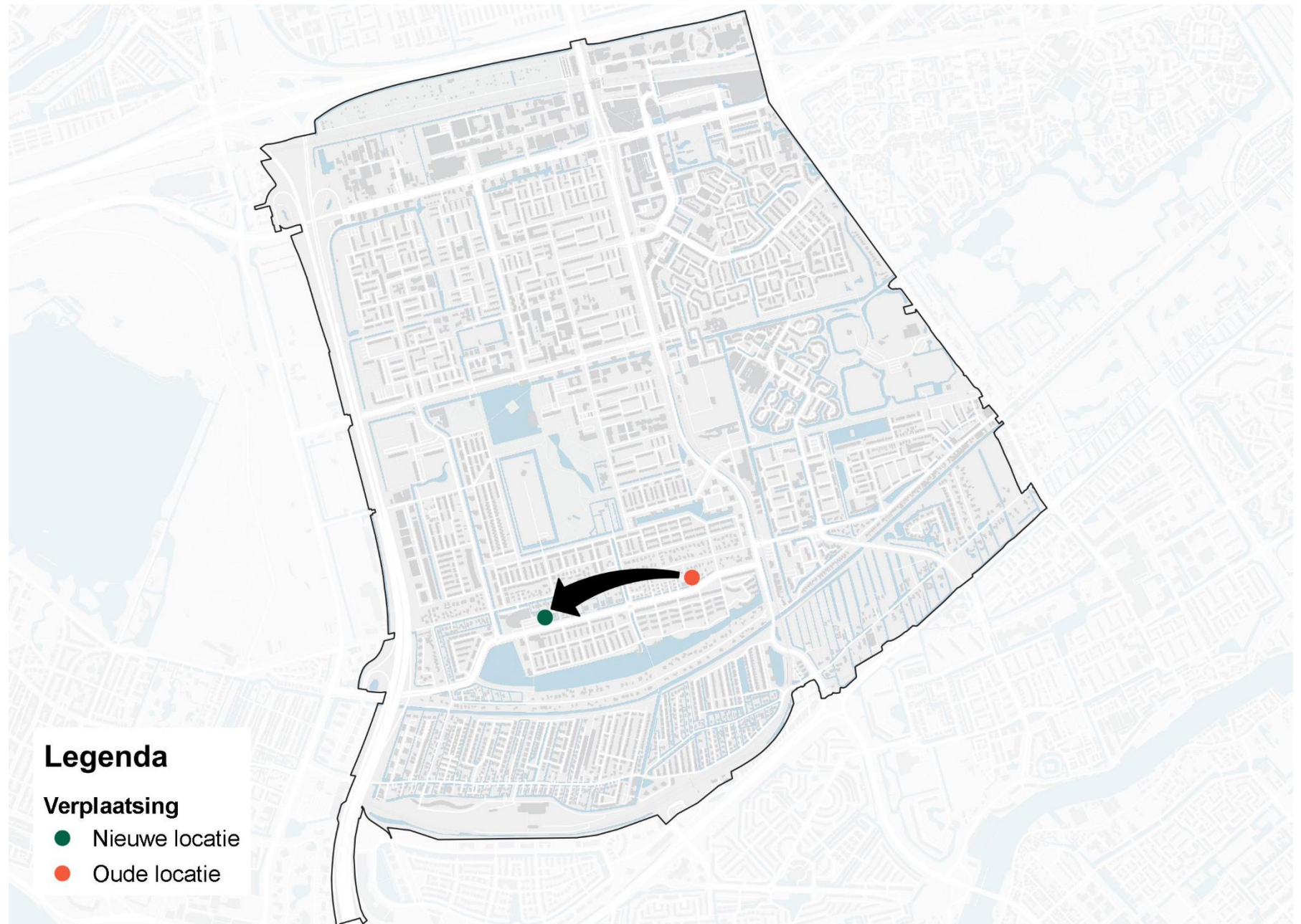
1 Inleiding

Aanleiding

In Rotterdam, aan de Jacques Dutilhweg is de Lidl-supermarkt met circa 600 m² winkelvloeroppervlak (wvo) te klein naar de huidige maatstaven van het concern en de markt. Hierdoor komt de formule niet optimaal tot zijn recht. Een modernisering op de huidige locatie is gelet op de solitaire ligging buiten de winkelstructuur niet wenselijk. Zodoende is een verplaatsing van de supermarkt voorzien naar een locatie aan de Jacques Dutilhweg 481-483 aangrenzend aan winkelcentrum Prinsenland (zie figuur 1, voormalig Mia van IJperenplein). Op de beoogde locatie zal Lidl moderniseren naar de gewenste maatvoering (1.582 m² wvo). De uitbreiding komt onder andere ten goede aan de winkelbeleving (bredere gangpaden etc.). Door de verplaatsing komt de nu solitair liggende supermarkt centraal in de detailhandelsstructuur te liggen dichtbij de andere boodschappenwinkels. Bovendien wordt de parkeervoorziening geoptimaliseerd.

De Lidl supermarkt zal verplaatsen naar het nu leegstaande pand aan de Jacques Dutilhweg 481-483. (zie figuur 1). Door de verplaatsing ontstaat concentratie en meer aantrekkingskracht in de richting van het bestaande winkelcentrum. Hierdoor wordt het combinatiebezoek geoptimaliseerd en kunnen andere bestaande ondernemers in het winkelgebied profiteren van de extra bezoekers die Lidl met zich mee brengt.

Het initiatief van Lidl is al langer aan de orde. BRO heeft eerder een Laddertoets opgesteld die ook is voorgelegd aan de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland. Op basis van dit eerdere rapport heeft de Adviescommissie advies uitgebracht d.d. 17 mei 2021. Aangezien we inmiddels ruim 2,5 jaar verder zijn en cijfers verouderd zijn, is besloten de Laddertoets te actualiseren waarbij we rekening houden met het eerdere advies van de Adviescommissie.



Figuur 1: Beoogde verplaatsing Lidl supermarkt.

Bestemmingsplan en Ladder voor duurzame verstedelijking

Voor de planlocatie geldt bestemmingsplan “Prinsenland” (2018). Op basis van het vigerende bestemmingsplan is de ontwikkeling van een supermarkt niet toegestaan en is een wijziging van het bestemmingsplan noodzakelijk.

Ladder voor duurzame verstedelijking

De Ladder voor duurzame verstedelijking heeft zorgvuldig ruimtegebruik als doel en geeft invulling aan het zorgvuldig en transparant afwegen van besluitvorming bij ruimtelijke ontwikkelingen. Daarom bevat de toelichting bij een bestemmingsplan, op basis van art. 3.1.6. lid twee, een beschrijving van de **behoefte** aan die ontwikkeling binnen het verzorgingsgebied. Indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, is een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien noodzakelijk. Uit jurisprudentie blijkt verder dat het bij detailhandelsontwikkelingen vooral gaat over de aanvaardbaarheid van de **effecten** op leegstand en daarmee samenhangend de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur.

- Hoe functioneert het dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied? En wat zijn de verwachtingen voor de toekomst? Is er sprake van kwantitatieve behoefte c.q. marktruimte?
- Wat zijn de ruimtelijke effecten van de beoogde uitbreiding van de supermarkt op het bestaande aanbod en de omgeving? Zijn deze gezien vanuit een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar?

Leeswijzer

Hoofdstuk 1 en 2 vatten de essentie samen van dit onderzoek. De overige hoofdstukken en bijlagen bevatten een uiteenzetting van de specifieke analyse onderdelen.

- Hoofdstuk 3: toets aan de relevante beleidskaders.
- Hoofdstuk 4: uiteenzetting relevante trends in relatie tot het initiatief.
- Hoofdstuk 5: vraag- en aanbodanalyse met daarin feiten en cijfers.
- Hoofdstuk 6: Behoeft en effectenanalyse.
- Bijlage 1: definities gehanteerde begrippen
- Bijlage 2: samenvatting relevante beleidskaders

Onderzoeksvragen

Om de Ladder voor duurzame verstedelijking te kunnen doorlopen zijn diverse analyses noodzakelijk. Deze analyses zijn gebaseerd op de volgende onderzoeksvragen.

- In hoeverre past het initiatief binnen relevante gemeentelijke, regionale en/of provinciale beleidskaders?
- In hoeverre sluit het initiatief aan op trends en ontwikkelingen en is sprake van een kwalitatieve behoefte?
- Hoe ziet de vraag- en aanbodstructuur ten aanzien van dagelijkse winkels eruit binnen het relevante verzorgingsgebied?

2 Conclusies

Eindconclusie

Het initiatief voldoet aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Het initiatief heeft een duidelijke kwalitatieve meerwaarde ten opzichte van de huidige situatie door in te zetten op modernisering en verplaatsing van een bestaande supermarkt. Dit verhoogt niet alleen het toekomstperspectief van de bestaande supermarkt, maar ook van het winkelgebied als geheel. De kans op leegstand is klein en de leegstandseffecten zijn in het kader van een goede ruimtelijke ordening zeker niet onaanvaardbaar. De effecten op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur zijn per saldo juist positief.

Nieuwe stedelijke ontwikkeling – jurisprudentie

Er is sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling als de functie niet is toegestaan in het huidige bestemmingsplan, er een functiewijziging nodig is en als de planologische uitbreiding per saldo 500 m² bvo of groter is. Bij de afweging binnen of buiten bestaand stedelijk gebied gaat het erom of de planlocatie al een stedelijke bestemming heeft en of de locatie binnen of buiten het stedelijk gebied ligt, aangewezen in de provinciale verordening.

Nieuwe stedelijke ontwikkeling

- Zowel door de omvang van het plan als de benodigde bestemmingsplanwijziging is het plan op te vatten als een nieuwe stedelijke ontwikkeling en is de toets aan de Ladder wettelijk verplicht.
- De planlocatie ligt binnen bestaand stedelijk gebied (stedelijke bestemming). Een locatiestudie waarom niet elders binnen bestaand stedelijk gebied in de behoefte kan worden voorzien daarmee is niet noodzakelijk voor het initiatief.

Ruimtelijk verzorgingsgebied - jurisprudentie

Uit de handreiking bij de Ladder blijkt dat voor detailhandel de aard en omvang van het initiatief bepalend is voor het verzorgingsgebied. Het gebied waar de meeste bestedingen vandaan komen en dus in potentie ook de grootste omzeteffecten, wordt doorgaans als verzorgingsgebied gehanteerd.

Ruimtelijk verzorgingsgebied:

- De ligging en aard van de formule (Lidl) maken dat bestedingen met name uit de omliggende buurten komen. Deze omliggende buurten zijn aangehouden als primair verzorgingsgebied. In figuur 1 is het verzorgingsgebied gevisualiseerd. Het betreft met name buurten ook de gemeente Rotterdam, maar ook enkele uit Capelle aan den IJssel.

Beleidsstoets - jurisprudentie

De beleidsstoets is formeel geen onderdeel van de Laddertoets. Gemeenten dienen initiatieven echter te toetsen aan beleidskader. Bovendien kan uit beleid vaak ook de kwalitatieve behoefte van een ontwikkeling worden afgeleid. Om die reden kiest BRO er voor om een beleidsstoets op te nemen.

Initiatief sluit aan op beleidskaders

Het planinitiatief sluit aan bij de vigerende beleidskaders. Het provinciale beleid streeft concentratie en clustering na. Nieuwe detailhandel mag zich dan ook uitsluitend vestigen binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie in de centra van steden, dorpen en wijken. Het planinitiatief is eerder voorgelegd aan de provinciale Adviescommissie Detailhandel. Belangrijkste aandachtspunt die uit dit advies van deze commissie voortkomt is saneren en transformeren van de achter te laten locatie. Lidl

zal zich samen met de pandeigenaar van de achter te laten locatie inzetten voor een passende alternatieve invulling en/of transformatie. Van juridische sanering van de supermarktmogelijkheid of detailhandelsmogelijkheid is momenteel geen sprake. In het gemeentelijk beleid wordt een verplaatsing van de solitaire discounter (Lidl) naar het winkelcentrum Prinsensland voorzien. Concentratie is ook in het gemeentelijk beleid het belangrijkste uitgangspunt. Daarin wordt met dit initiatief voorzien.

Kwantitatieve behoefte – jurisprudentie

De kwantitatieve behoefte voor detailhandel volgt uit distributie planologisch onderzoek (DPO). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod in het verzorgingsgebied. Een eventueel gebrek aan kwantitatieve behoefte (distributieve uitbreidingsruimte) betekent overigens niet dat de ontwikkeling in strijd is met de Ladder. Daarnaast kan op plekken waar weinig distributieve uitbreidingsruimte aanwezig is voor detailhandel, vernieuwing en versterking van de winkelstructuur soms nodig zijn.

Er is geen sprake van kwantitatieve behoefte

- Het dagelijks aanbod in het verzorgingsgebied functioneert momenteel matig, maar er zijn grote verschillen tussen aanbieders. Ook is er sprake van enige harde plancapaciteit. Op basis hiervan moet geconcludeerd worden dat er geen sprake is van een kwantitatieve behoefte.

Kwalitatieve behoefte – jurisprudentie

De kwantitatieve en kwalitatieve behoefte moet in samenhang gezien worden. Ook voor de kwalitatieve behoefte is een confrontatie tussen vraag en aanbod nodig. Daarbij dienen kwalitatieve aspecten van het initiatief te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Denk hierbij aan locatie (meerwaarde voor de voorzieningenstructuur), doelgroep (meerwaarde voor de consumentenverzorging), onderscheidend vermogen van het concept en de vraag in hoeverre het initiatief (deels) een eigen vraag (behoefte) creëert.

Het initiatief voorziet in een kwalitatieve behoefte

- De huidige supermarkt is naar moderne maatstaven te klein. Hierdoor is de verzorgingsfunctie van de supermarkt te beperkt om toekomstbestendig te blijven. Van belang hierbij is dat in een discount-supermarkt die kleiner is dan 1.000 m² wvo (op termijn) onvoldoende winkelcomfort kan worden geboden. Ook is er onvoldoende ruimte voor het aanbieden van een compleet assortiment.
- Een uitbreiding naar wenselijke maatvoering is op de huidige solitaire locatie niet mogelijk en niet wenselijk, omdat deze buiten de beleidsmatig vastgestelde winkelstructuur van gemeente Rotterdam ligt.
- Door de beoogde verplaatsing naar het perceel (bestaande bebouwing wordt gesloopt) in winkelcentrum Prinsenland kan de Lidl-supermarkt moderniseren naar een moderne omvang van 1.582 m² wvo. De uitbreiding komt met name het winkelcomfort ten goede (bredere gangpaden, ruimere bakke of etc.). Bovendien wordt de parkeervoorziening geoptimaliseerd. Vooral voor een discount-supermarkt, die relatief vaker met de auto wordt bezocht, is dit van essentieel belang.
- Zowel door de modernisering van de supermarkt als door de verplaatsing naar een winkelcentrum, speelt Lidl beter in op de actuele consumentenbehoefte. De hedendaagse consument kiest namelijk voor gemak en comfort en zodoende voor de grotere en compacte boodschappencentra. Meerdere en moderne supermarkten en ruime en

voldoende parkeervoorziening zijn van belang voor het gemak en comfort.

- Als gevolg van het initiatief wordt concentratie van winkelaanbod bereikt en ontstaat een complementair boodschappencluster dat kan voorzien in de behoefte aan dagelijkse voorzieningen in de wijk. Dit is een belangrijk beleidsmatig streven.
- Lidl is de enige discountsupermarkt in het zuidelijk deel van het verzorgingsgebied. Voor inwoners is het belangrijk dat voldoende keuzemogelijkheden bestaan in meerdere segmenten. De service supermarkten zijn in veel gevallen modern. Lidl moet meegroeien met de trend en het omliggende aanbod om relevant te blijven en daarmee in de toekomst de keuzemogelijkheden voor de inwoners te borgen.

Effecten – jurisprudentie

Het plan mag niet tot zodanige leegstand leiden dat dit tot een onaanvaardbare situatie zal leiden vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening. Het gaat hierbij dus niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Het gaat om de ruimtelijke aanvaardbaarheid van eventuele leegstandseffecten. Zie ook het afwegingskader voor de aanvaardbaarheid van leegstandseffecten in de effectenanalyse.

Ruimtelijk-functionele effecten zijn aanvaardbaar

- Het omzeteffect zal zich met name zal manifesteren binnen het verzorgingsgebied van 9,3% tot 11,0%. Het is niet uit te sluiten dat dit omzeteffect in de praktijk nog iets lager is, omdat mensen minder aankopen zullen doen bij discounters net buiten het verzorgingsgebied, zoals bij de Aldi aan de Bermweg of Lidl in winkelcentrum Binnenhof.
- Een omzeteffect van 9,3% tot 11,0% beschouwen wij als ondernemersrisico. De kans op verdringing van bestaand boodschappenaanbod achten wij klein. De kans op leegstand is daardoor eveneens klein. Dit is echter nooit volledig uit te sluiten. Zelfs in het geval enige

leegstand ontstaat is dit in het kader van een goede ruimtelijke ordening niet onaanvaardbaar. Panden zijn niet van dien aard dat herinvulling en/of transformatie niet mogelijk is. Bovendien zijn er ruimte functiemogelijkheden binnen de winkelgebieden aanwezig.

- Het (beperkte) risico op leegstand weegt niet op tegen de positieve effecten voor de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging. Als gevolg van het initiatief vindt concentratie binnen een beleidsmatig winkelgebied plaats. De consument krijgt één modern en complementair boodschappencomplex aan het Mia van IJperenplein. Dit leidt tot gemak en efficiëntie en meer keuzemogelijkheden.
- Als gevolg van de verplaatsing van Lidl en de concentratie, kunnen bestaande ondernemers aan het Mia van IJperenplein profiteren van de aantrekkingskracht van Lidl. Dat is momenteel niet zo. Nu onderkennen bestaande ondernemers eerder negatieve effecten van de solitaire ligging van Lidl.

3 Analyse beleid

3.1.1 Provinciaal: Programma ruimte (geconsolideerd januari 2018)

Het Programma ruimte bevat het ruimtelijk relevante, operationele beleid, dat een uitwerking is van het strategische beleid uit de Visie ruimte en mobiliteit. De provincie zet in op het beter benutten van het bestaand stads- en dorpsgebied. Tevens wil de provincie de ruimtelijke kwaliteit optimaliseren door te voorzien in de kwantitatieve en kwalitatieve vraag voor reguliere detailhandel. De kern van het provinciaal detailhandelsbeleid ligt in de concentratie en clustering van detailhandel in de centra van steden, dorpen en wijken. Indien een ontwikkeling bovengemeentelijke effecten met zich meebrengt, is regionale afstemming nodig.

3.1.2 Provinciaal: Omgevingsverordening 2023

De regels die in deze verordening zijn geformuleerd zijn bindend en werken door in gemeentelijke bestemmingsplannen. Om het stedelijk netwerk te versterken kiest de provincie het uitgangspunt om verstedelijking zoveel mogelijk in bestaand bebouwd gebied te concentreren. Artikel 6.13 Detailhandel is het meest relevant in de context van dit initiatief. Nieuwe detailhandel mag uitsluitend gevestigd worden op gronden:

- Binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie in de centra van steden, dorpen en wijken;
- Binnen een nieuwe wijk gebonden winkelconcentratie in een nieuwe woonwijk;
- Binnen een nieuwe goed bereikbare en centraal gelegen winkelconcentratie als gevolg van herlocatie.

Het initiatief valt binnen een bestaande winkelconcentratie (lid a). Daarnaast moet nieuwe detailhandel voldoen aan de volgende eisen:

- de ontwikkeling is in overeenstemming met het in het Omgevingsprogramma en de Omgevingsvisie beschreven ontwikkelingsperspectief voor de daarin benoemde te versterken centra, te optimaliseren centra en de overige centra;

- aangetoond is dat als gevolg van de ontwikkeling het woon- en leefklimaat niet onevenredig wordt aangetast en geen onaanvaardbare leegstand ontstaat;
- 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.

Initiatief in relatie tot het Omgevingsprogramma

De provincie concentreert en bundelt nieuwe detailhandel primair in de centra van wijken, dorpen en steden. Toevoeging van detailhandel dient plaats te vinden op de juiste plek, in beginsel in de centra zodat er synergievoordelen behaald kunnen worden door geclusterd aanbod om deze gebieden en de kernen te versterken. Daar is in dit initiatief sprake van.

Initiatief in relatie tot de Omgevingsvisie

Het winkelcentrum Mia van IJperenplein valt in de Provinciale Detailhandelsstructuur onder de categorie 'overige centra'. De overige centra vervullen een lokale functie, zijn belangrijk voor de bereikbaarheid van het dagelijks aanbod en hebben een meerwaarde voor de leefbaarheid van kleine kernen, wijken en buurten. Het toekomstperspectief is divers: sommige centra functioneren goed, andere centra komen in aanmerking voor een facelift, herprofilering, (gedeeltelijke) transformatie of samenvoeging. Voor deze categorie centra kan eventuele beperkte groei van het winkeloppervlak aan de orde zijn om de dynamiek in de dagelijkse sector te faciliteren. Beperkte groei van het aanbod in de overige centra is ook mogelijk indien dit aanbod geen gelijke trend houdt met een sterke bevolkingsgroei die recent heeft plaatsgevonden, of aanstaande is, bij achterstand in het voorzieningenniveau of bij feitelijke en planologische saldering van aanwezige detailhandel uit hetzelfde verzorgingsgebied.

Het initiatief van Lidl voorziet grotendeels in de Omgevingsvisie, omdat in het faciliteren van de dynamiek in de dagelijkse sector wordt voorzien door modernisering. In het geval van relocatie, zoals in dit geval aan de orde is, stelt de provincie wel voorwaarden. Voor de achterblijvende locatie dient er zicht te zijn op zowel feitelijke als planologische sanering van detailhandel. Dit is in dit plan niet aan de orde. Hier heeft de Adviescommissie ook op gewezen. Lidl zal zich met de vastgoedeigenaar van de achterblijvende locatie inzetten op een passende transformatie en/of herinvulling van de locatie. Dit is momenteel echter niet juridisch geborgd.

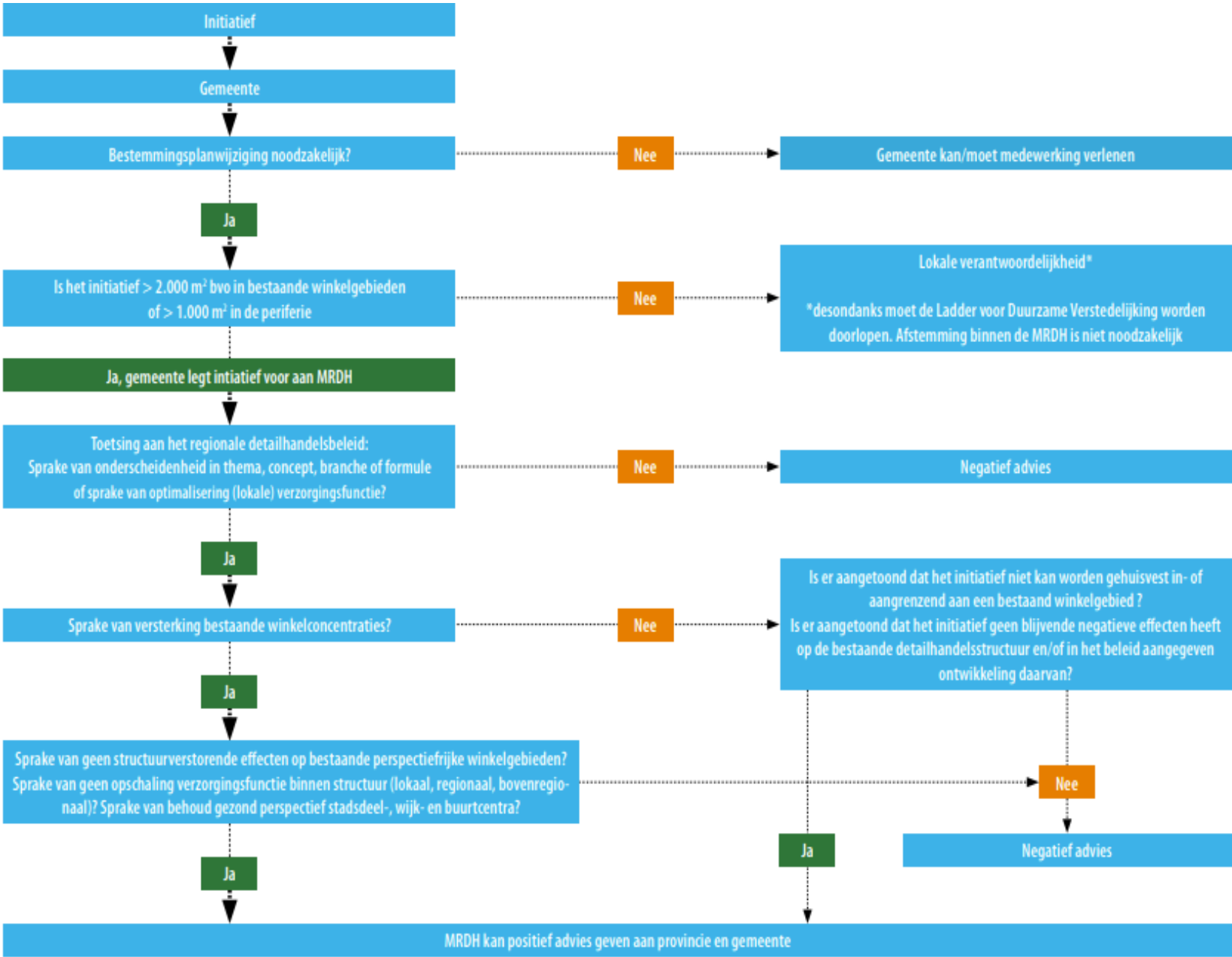
Andere voorwaarde is dat indien er als gevolg van de verplaatsing bovengemeentelijke effecten optreden, of er is per saldo sprake is van een toename van het winkelareaal, dezelfde toelichtingsvereisten voor het bestemmingsplan zoals beschreven onder 'toelaatbaarheid nieuwe ontwikkelingen' gelden. Aangezien het verzorgingsgebied deels betrekking heeft op de gemeente Rotterdam en deels de gemeente Capelle aan den IJssel, zijn de aanvullende voorwaarden op het gebied van toelaatbaarheid van toepassing. Het volgende is hierbij te overwegen.

- Ontwikkelingen die met nieuwe detailhandel gepaard gaan, moeten in de toelichting op het bestemmingsplan onderbouwd worden via de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarnaast moet o.a. inzicht gegeven worden in de eventuele toename van de leegstand, de gevolgen voor de ruimtelijke kwaliteit en leefbaarheid in het verzorgingsgebied, ontwrichting van het voorzieningenniveau alsmede eventuele mogelijkheden voor saldering. Aan deze voorwaarde is voldaan met dit rapport.
- Daarnaast is een advies van de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland nodig (initiatief groter dan 2000 m² bvo). Dit advies is eerder gevraagd in het kader van onderhavige ontwikkeling. Aan deze voorwaarde is voldaan.
- Regionale afstemming wordt als wenselijk geacht. Afstemming met de gemeente Capelle aan den IJssel is daardoor aan te bevelen. Dit is gedaan en daardoor wordt voldaan aan deze voorwaarde.

3.1.3 Regionaal beleid: Strategie Werklocaties MRDH 2019-2030

De strategie Werklocaties MRDH bestaat uit de modules kantoren, detailhandel en bedrijventerreinen, waarin een visie, strategische opgaven en regionale afspraken zijn opgenomen. De volgende punten met betrekking tot detailhandel zijn relevant.

- Meer dan 150 gemeenten waaronder verschillende uit de MRDH hebben zich met een Retaildeal al gecommitteerd aan het ontwikkelen van toekomstgericht beleid voor detailhandel. Centraal hierin staan: duidelijke keuzes, lagere regeldruk en publiek-private samenwerking waar dat mogelijk is.
- Er is eerder behoefte aan minder dan aan meer winkelaanbod. Transformatie, clustering, herprofilering en flankerend beleid behoren tot oplossingsrichtingen om een goede regionale detailhandelsstructuur te borgen voor de toekomst. Focus op het versterken en optimaliseren van bestaande kansrijke locaties staat daarbij voorop. Dit laatste is aan de orde in het kader van de ontwikkeling van Lidl.
- In het regionale detailhandelsbeleid zijn de regionale afspraken en provinciale richtlijnen richtinggevend. Daarbij speelt een aantal bovengemeentelijke kwesties, te weten 1) het behouden van de hoofdstructuur, 2) versterken van middelgrote winkelgebieden, 3) beperkingen aan internet afhaalpunten, 4) nieuwe winkelgebieden en 5) een toekomstbestendig PDV-structuur.
- Het regionale beleid stuurt op het versterken van hoofdcentra en het optimaliseren van middelgrote centra, waardoor inwoners ook in de toekomst terecht kunnen in aantrekkelijke en economisch gezonde winkelgebieden.
- Wanneer er sprake is van een nieuw initiatief in een bestaand winkelgebied (van meer dan 2.000 m²) of in de periferie (van meer dan 1.000 m²) verzorgt de MRDH regionale afstemming over de planvorming. De voortzetting hiervan in de Agenda Detailhandel (2016) en nu de Strategie Werklocaties zorgt voor een goede continuïteit in het regionale beleid.



(uit Agenda
Detailhandel
december 2016)

Figuur 2: Afwegingskader Detailhandel gemeente Rotterdam.

3.1.4 Gemeentelijk: Detailhandelsvisie Rotterdam 2017

Met het detailhandelsbeleid zet Rotterdam in op een krachtige, toekomstbestendige winkelstructuur, waarbij de consument centraal staat. De stedelijke ambities zijn het uitgangspunt voor de gebiedsgerichte uitwerking voor detailhandel. Dit wordt gedaan in separate gebiedskoersen detailhandel (zie verderop). Voor het doen van de dagelijkse boodschappen is onderscheid te maken in boodschappencentra en boodschappencentra basis. De veelal kleinere boodschappencentra basis hebben een beperkte omvang en zijn vooral toegespitst op het dagelijks segment. De grotere boodschappencentra hebben een groter aanbod in zowel dagelijkse als frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen. Rotterdam zet verder in op concentratie van compacte winkelgebieden, t.b.v. de toekomstbestendigheid.

Voorts is er voor nieuwe initiatieven een toetsingsschema opgenomen (zie figuur 1). Het initiatief wordt succesvol getoetst. In onderhavige rapportage wordt het planinitiatief getoetst aan het stedelijk detailhandelsbeleid en de gebiedskoers detailhandel. Er wordt namelijk ingezet op verdere clustering van de boodschappenstructuur binnen een aangewezen winkelgebied. Uit onderhavige rapportage blijkt voorts dat er behoefte is aan het planinitiatief en dat de eventuele effecten op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat aanvaardbaar zijn. Hierbij van belang is dat het beperkte en aanvaardbare effect op de omliggende winkelgebieden is geanalyseerd (zie hoofdstuk 6).

3.1.5 Gemeentelijk: Gebiedskoers Detailhandel 2022 – 2025 Prins Alexander

Winkelcentrum Mia van Yperenplein (Prinsenland)

Mia van Yperenplein is een goed functionerend, compact boodschappencluster in Prins Alexander. De leegstand is de afgelopen jaren gevuld. Het Mia van Yperenplein wordt gekenmerkt als een buurtcentrum, rekening houdend met de realisatie van een tweede supermarkt in het centrumge-

bied. Er wordt ingezet op een compact en compleet boodschappencentrum. Verdere uitbreiding van detailhandel (na realisatie van de tweede supermarkt) is niet gewenst.

Winkelcentrum Het Lage Land

Het aanbod van de Lage Land functioneert matig ondanks de aanwezigheid van drie supermarkten: Jumbo, Albert Heijn en ABI. Het dagelijks aanbod is de afgelopen jaren gegroeid met de uitbreiding van Jumbo, maar ook is een toename van de leegstand te zien, zowel in aantal als in omvang. Lage land wordt getypeerd als een wijkcentrum met zowel een ruim dagelijks als niet-dagelijks winkelaanbod. Verdere concentratie van het aanbod rond het plein is gewenst. Dit betekent dat een deel van het centrumgebied niet als concentratie, maar als beheers- en transformatiemixgebied wordt aangemerkt.

Winkelcentrum Alexandrium

Het Alexandrium is een bijzonder gebied in Prins Alexander: dominant in aanbod en positief in economisch functioneren. Het gebied bestaat uit drie complementaire delen: Shopping Center, Woonmall en Megastores. Er is met name in het Shopping Center ruimte voor maatschappelijke voorzieningen zoals cultuur, zorg en onderwijs. Met de groei van het aantal inwoners in de directe omgeving dient aan deze behoefte te worden voldaan. Bovendien is het voor het gebied als geheel wenselijk dat er meer functies worden toegevoegd zoals wonen, horeca en Leisure.

3.1.6 Gemeentelijk: Capelle aan den IJssel; Structuurvisie Detailhandel

Voor onderhavige rapportage zijn de volgende conclusies uit dit beleidsstuk van belang:

- De bestaande fijnmazige detailhandelsstructuur in evenwicht is functioneert goed.
- Kwantitatief is er in Capelle aan den IJssel in de dagelijkse sector ruimte voor uitbreiding van het aanbod met 600 à 3.100 m² WVO. Als rekening wordt gehouden met recente ontwikkelingen en (uitbreiding)

plannen (uitbreiding Stadshart, schaalvergroting supermarkten De Scholver, derde supermarkt De Terp) dan is er kwantitatief geen aanleiding voor verdere uitbreiding van het dagelijkse winkelaanbod.

- Het Stadshart is meer dan een winkelhart. De ambitie voor het Stadshart is meer dan alleen een winkelhart. Het moet het sociaal-maatschappelijke hart van de gemeente zijn. Belangrijk daarvoor is niet alleen het meest uitgebreide winkelaanbod, maar ook een divers, aantrekkelijk horeca-aanbod, een diversiteit aan dienstverlenende bedrijven en ambachten, en gemeente brede maatschappelijke functies, zoals het theater, de centrale bibliotheek en de bezoekersbalie van het gemeentehuis.
- Het winkelcentrum Slotplein heeft door de ligging nabij het Stadshart een beperkte verzorgingsfunctie (zuidelijke deel van de wijk Middelwatering-West). Voor substantiële uitbreiding is geen marktruimte aanwezig. Indien gewenst kan de supermarkt beperkt uitbreiden naar een moderne maat (circa 1.000 m² WVO), die beter aansluit op de wensen van de consument.
- Buurtwinkelcentra 's Gravenland en De Wingerd zullen moeten worden gemoderniseerd wil het in de toekomst nog een rol spelen binnen het winkelapparaat. De uitstraling en toegankelijkheid zullen moeten worden aangepast.

4 Analyse trends

Ontwikkeling van bestedingen offline en online

Zowel de online als offline bestedingen in de dagelijkse sector zijn de afgelopen jaren gestaag gegroeid. Online en offline raken steeds meer in een goede balans. Om bovenstaande redenen houden wij in de berekeningen de toonbankbestedingen in de toekomst gelijk aan het huidige niveau. Zowel online als offline groeien, maar deze ontwikkelingen worden per saldo met elkaar verdisconteerd. Bovendien ontstaat hierdoor een betere vergelijking met de landelijke 5-jaarsgemiddelde vloerproductiviteit.

Relatie met het initiatief

Supermarkten functioneren over het algemeen het beste als ze modern zijn, goed bereikbaar zijn en voldoende (en gratis) parkeerplaatsen faciliteren. Gemak en efficiëntie zijn randvoorwaarden voor goed functionerende supermarkten en winkelgebieden. Het initiatief speelt in op deze trends.

- Lidl Jacques Dutilhweg heeft momenteel een omvang van circa 700 m² wvo. Dit is naar de huidige en toekomstige maatstaven aan de kleine kant. Door de supermarkt te moderniseren naar een omvang van ruim 1.500 m² wvo kan een betere winkelbeleving worden aangeboden. Denk aan bredere gangpaden, ruimere opzet versaanbod en meer ruimte bij de kassa's. Ook nemen de keuzemogelijkheden in het assortiment toe.
- Door Lidl te moderniseren zal de trekkracht van de supermarkt geoptimaliseerd worden. Hiervan zullen ook andere bestaande voorzieningen in winkelcentrum Prinsenland profiteren via combinatiebezoek. Het initiatief zorgt daardoor niet alleen voor een toekomstbestendigere Lidl, maar ook voor een toekomstbestendiger winkelgebied als geheel.
- De Lidl ligt momenteel op een solitaire locatie. Lettende op de ligging is een modernisering van de supermarkt niet wenselijk.



Figuur 3: Belangrijke trends in boodschappen doen.

5 Analyse vraag- en aanbod

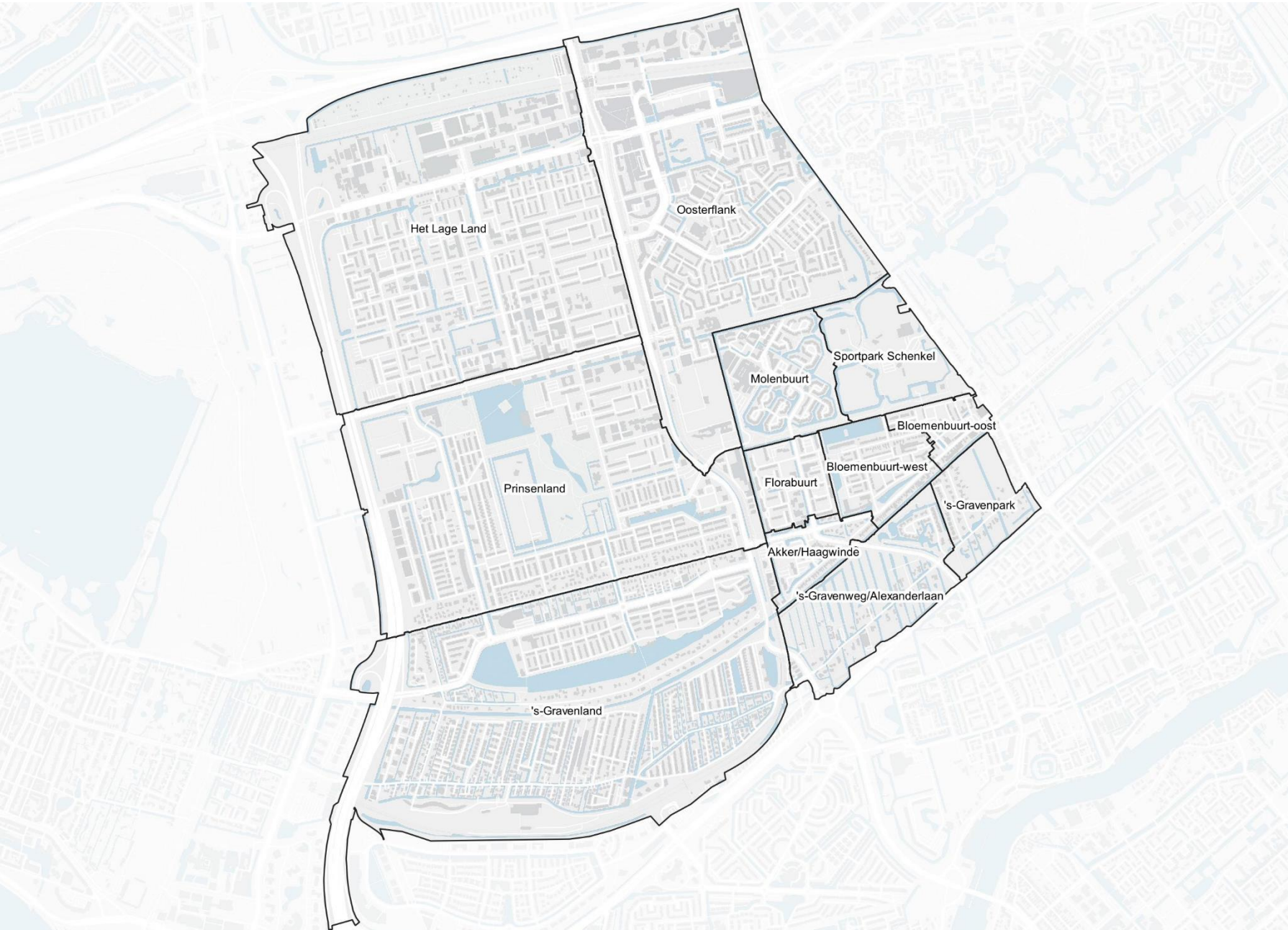
Verzorgingsgebied

Uit de handreiking bij de ladder van het Rijk volgt dat de behoeftetoets (en de effectenanalyse) moet worden uitgevoerd op basis van het ruimtelijk verzorgingsgebied van de stedelijke ontwikkeling. Dit betekent dat aard en omvang van de stedelijke ontwikkeling bepalend is op welk niveau de afweging moet worden gemaakt. Boodschappen worden overwegend dicht bij huis in de eigen buurt gedaan. Er is aansluiting gezocht bij de bestaande buurtindeling van CBS (zie figuur 3) en is rekening gehouden met de koopstromen uit het KSO2021 (postcodeniveau). Dit is een gangbare methode omdat op dit schaalniveau gegevens voorhanden zijn. In de effectbenadering zal, gelet op het voorgaande, wel worden ingegaan op de eventuele effecten op de supermarkten ten zuiden en oosten van het primaire verzorgingsgebied, dat op de grens tussen gemeente Rotterdam en gemeente Capelle aan den IJssel ligt.

Consumentendraagvlak

Het verzorgingsgebied bestaat uit twee gemeenten, namelijk Rotterdam en Capelle aan den IJssel. In het verzorgingsgebied zijn er 4 buurten gevestigd binnen de gemeente Rotterdam en 8 buurten binnen de gemeente Capelle aan den IJssel.

- De buurten Het Lage Land, Prinsenland, Oosterflank en 's-Gravenland zijn onderdeel van de wijk Prins Alexander. In 2022 telden de 4 buurten samen een inwonersaantal van 39.535 inwoners. De totale wijk kenden in 2022 een inwonersaantal van 95.616 inwoners. De meest recente bevolkingsprognose¹ verwacht dat het aantal inwoners in Prins Alexander de komende jaren toeneemt tot circa 96.288 in 2030. Dit is een stijging van 0,7%.



Figuur 4: Verzorgingsgebied beoogde ontwikkeling.

¹ Bevolkingsprognose Rotterdam 2013 - 2030

- De buurten Molenbuurt, Sportpark Schenkel, Bloemenbuurt-oost, Bloemenbuurt-West, Florabuur, Akker/Haagwinde, 's-Gravenweg/Alexanderlaan en 's-Gravenpark zijn onderdeel van de wijk Schenkel. In 2022 telden de 8 buurten samen een inwonersaantal van 5.970 inwoners. De gemeente Capelle aan den IJssel heeft geen bevolkingsprognose cijfers gemaakt per buurt of wijk. Echter zijn er wel prognose cijfers met betrekking tot de gehele gemeente. In 2022 kent de gemeente 67.188 inwoners. De verwachting is dat het inwonersaantal in 2030 stijgt naar 73.080 inwoners. Dit is een stijging van 8,77%
- Het gemiddelde inkomen van de 4 buurten binnen de gemeente Rotterdam is in 2020 € 29.575,- per inwoner per jaar. In de 8 buurten binnen de gemeente Capelle aan den IJssel bedraagt het gemiddeld inkomen in 2020 € 30.963,- per inwoner per jaar. Het landelijk gemiddelde bedraagt € 29.200 gemiddeld inkomen per inwoner. Per saldo ligt het gemiddeld inkomen in het verzorgingsgebied daardoor circa 2% boven het landelijk gemiddelde.
- Op basis van landelijke afspraken (Notitie Omzetkenngetallen 2022) gaan we daardoor uit van een gewogen bestedingscijfer van € 2.742,- per hoofd per jaar in de dagelijkse sector. Dit bedrag laten we naar de toekomst toe gelijk. Mogelijk nemen de online bestedingen nog wat toe, maar tot op heden stijgt ook de winkelomzet per hoofd ondanks de online groei. In feite verdisconteren we deze effecten tegen elkaar.

Koopstromen (KSO2021)

Sinds de vorige laddertoets zijn er nieuwe koopstromen beschikbaar op basis van het Koopstromenonderzoek 2021. We hebben in overleg met I&O Research de specifieke koopstromen op wijkniveau opgevraagd voor het verzorgingsgebied. Benadrukt moet worden dat de koopstromen niet exact op dit gebied beschikbaar zijn, vanwege de codering op postcode-4 niveau en vanwege representativiteit. Desalniettemin kunnen we met de

beschikbare data een redelijk goede inschatting maken van de huidige koopstromen.

- In het totale verzorgingsgebied wordt op dit moment (afgerond) circa 70% van de totale dagelijkse bestedingen geboden aan het bestaande aanbod (binding). Circa 25% van de bestedingen komt van buiten het verzorgingsgebied (toevloeiing)².
- Vanuit het verzorgingsgebied vloeien met name veel bestedingen af in de richting van de Lidl in Capelle aan den IJssel (Schermerhoek), naar aankooplocatie Binnenhof in Rotterdam en diverse aankooplocaties elders in Rotterdam. De toevloeiing komt met name uit postcode 3068 in Rotterdam, andere delen van Rotterdam en Capelle aan den IJssel.
- Als gevolg van de ontwikkeling kan mogelijk de afvloeiing richting LIDL Schermershoek wat worden beperkt, maar dat zal op het totaal minimaal zijn. We laten de koopstromen in de toekomst daardoor gelijk.
- De eerder genoemde opmerking van de Adviescommissie dat de toevloeiing te hoog is ingeschat, blijft op basis van het meest recente KSO juist. We gingen immers eerder uit van een toevloeiing van 32%. Dit blijkt op basis van nieuw onderzoek werkelijk 24% te zijn. Ook de binding blijkt lager te liggen op 66%, dan eerder ingeschat (80%).

² Het aantal waarnemingen in het verzorgingsgebied is laag, waardoor de koopstromen indicatief zijn. We kiezen daardoor voor afronding, om schijnnaauwkeurigheid te voorkomen.

Aanbodanalyse dagelijkse sector

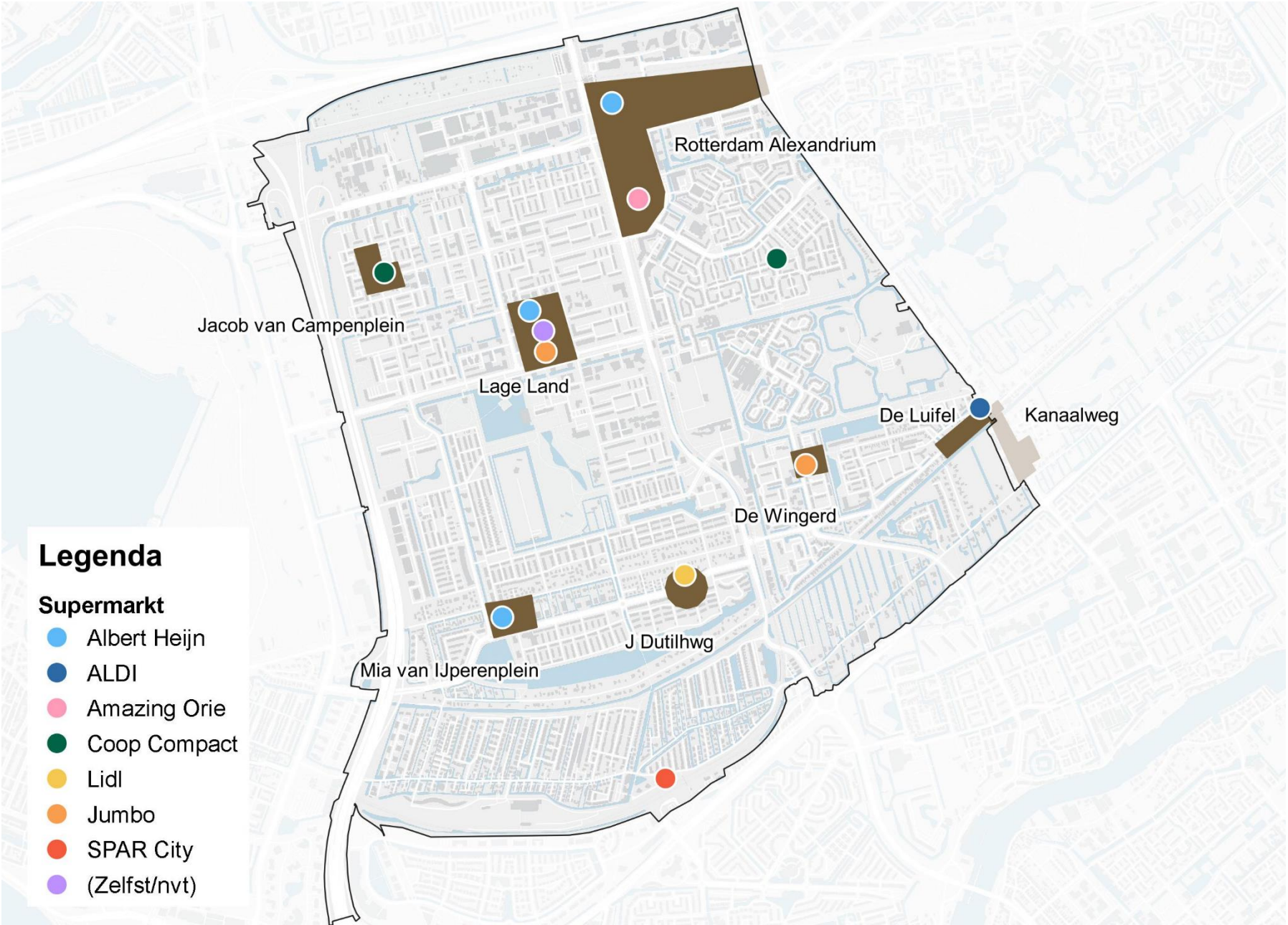
Figuur 4 toont het huidige supermarktaanbod in het primaire verzorgingsgebied. De peildatum en bron is vermeld per figuur.

- Het dagelijks winkelaanbod in het verzorgingsgebied bedraagt 17.054 m² wvo en is verdeeld over 61 winkels. Het aanbod is overwegend gevestigd in de winkelgebieden.
- Uit de tabel blijkt dat het winkelgebied Prinsenland (op de kaart Mia van IJperenplein) op de derde plaats staat in de hiërarchie van de boodschappencentra.
- Er zijn in totaal 8 reguliere³ supermarkten gevestigd, met een totale omvang van 9.926 m² wvo (zie tabel 2). De Lidl-supermarkt is relatief klein, t.o.v. de andere supermarkten in het verzorgingsgebied en de moderne maatstaf van Lidl. Dit mag worden opgevat als een kwalitatieve behoefte aan een moderne Lidl-supermarkt in het primaire verzorgingsgebied. Ook Jumbo Wingerd en Aldi Bermweg zijn aan de kleine kant voor moderne maatstaven.

Tabel 1: Supermarktaanbod in het verzorgingsgebied

Supermarkt	Adres	Wvo (m²)
Albert Heijn	Poolsterstraat 36	1.999
Albert Heijn	Mia van IJperenplein 89	1.990
Albert Heijn	Marinus Bolkplein 4	1.480
Jumbo	Samuel Esmeijerplein 21	1.427
Jumbo	Wingerd 251	982
ALDI	Bermweg 69	937
Lidl	Jacques Dutilhweg 193	695
Amazing Oriental	Kreeftstraat 32	416
Totaal		9.926

³ Kleinschalige zelfstandigen en de formules Spar city en Coop Compact zijn hier niet toe gerekend.

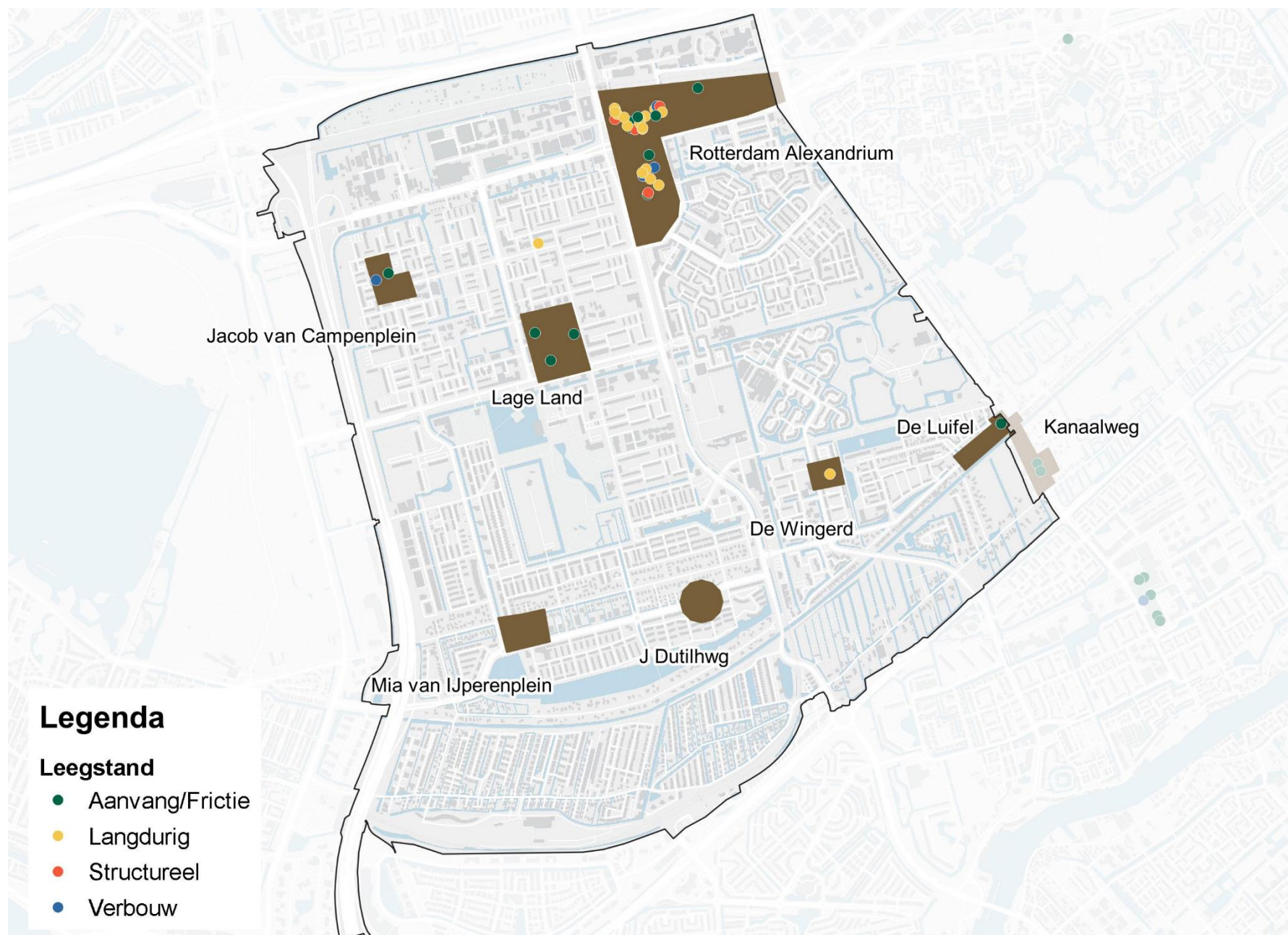
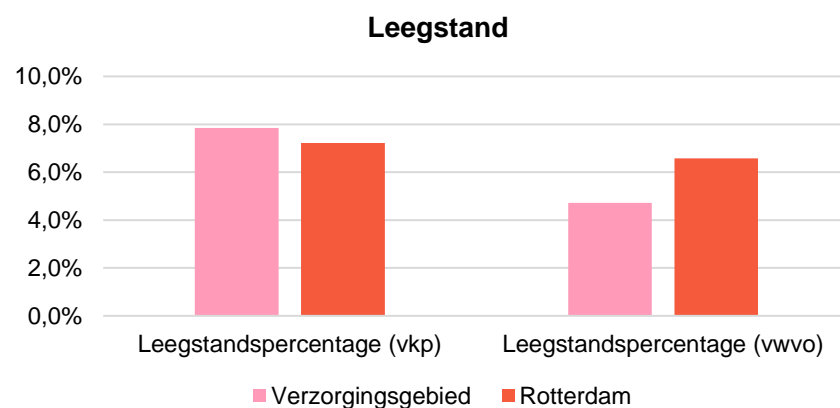


Figuur 5: Supermarkten in het primaire verzorgingsgebied (Locatus Q4 2023).

- In de vigerende beleidskaders (voor verdere toelichting zie bijlage 2) zijn de voornaamste omliggende winkelgebieden bondig beschreven. De conclusie is dat deze winkelgebieden elk een redelijk tot goed toekomstperspectief hebben, gelet op ligging, omvang en/of geplande modernisering. In het volgende hoofdstuk wordt verder ingegaan op de ruimtelijke effecten.

Leegstand

- In het primaire verzorgingsgebied staan momenteel 40 verkooppunten leeg, met een totale omvang van ca. 7.859 m² vvo.
- De leegstand is relatief beperkt in het primaire verzorgingsgebied. De leegstandspercentages liggen rond het gemiddeld van de gemeente Rotterdam (zie figuur 2). Dit is een indicatie dat de voorzieningenstructuur goed functioneert.
- Het grootste leegstaande pand heeft een omvang van circa 1.300 m² vvo. Het betreft het oude pand van BCC wat recent failliet is gegaan. Tegelijkertijd voorziet het initiatief in een afname van de leegstand door het bestaande leegstaande pand aan het Mia van IJperenplein te betrekken.



Figuur 6: Leegstand primaire verzorgingsgebied (Locatus Q4 2022).

Plannen en initiatieven

De analyse van plannen en initiatieven is gebaseerd op meerdere methoden. Via media en nieuwsartikelen analyseert BRO welke initiatieven zowel binnen als buiten het verzorgingsgebied spelen. Daarnaast is de gemeente gevraagd input te geven over bekende harde en zachte plannen in de dagelijkse sector. Tot slot checkt BRO de juridische mogelijkheden van grootschalige leegstaande panden op mogelijkheden voor dagelijkse artikelen en is de harde plancapaciteit beschouwd. Samenvattend zijn de volgende conclusies relevant.

- Benoemingswaardig is dat een modernisering van winkelcentrum de Wingerd wordt voorzien. Er zijn echter nog geen concrete plannen.
- Buiten het verzorgingsgebied is van belang dat het stadscentrum van Capelle aan den IJssel (Koperwiek) gerenoveerd is, t.b.v. de aantrekkelijkheid. Daarnaast is supermarkt Jumbo verplaatst en vergroot tot circa 2.800 m².
- Het eerder benoemde leegstaande pand van BBC kent een oppervlakte van ca. 1.300 m² wvo. Daarnaast maakt het vigerende bestemmingsplan dat rust op het pand een supermarkt mogelijk. Echter is deze locatie minder geschikt voor een supermarkt en versterkt het bestaande centrum niet. Het is echter onbenutte plancapaciteit.
- Een ander relatief groot leegstaand pand aan de Berlagestraat 233 kan ook planologisch een supermarkt huisvesten, echter is dit pand wel aan de kleine kant voor een moderne supermarkt.

(On)benutte harde plancapaciteit en zachte plannen

Conform jurisprudentie dienen nieuwe plannen in het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking afgewogen te worden tegen het bestaande aanbod. Dit betreft zowel bestaand feitelijk aanbod als harde plancapaciteit. De harde plancapaciteit is onder te verdelen in twee vormen.

- Benutte plancapaciteit is een locatie die in gebruik is voor detailhandel en volgens het bestemmingsplan ook zo mag worden gebruikt. Dit is het aanbod op basis van Locatus.
- Onbenutte (harde) plancapaciteit is een locatie met vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die niet zodanig wordt gebruikt (leegstand of ander gebruik).

De kwantitatieve behoefte voor detailhandel wordt op basis van landelijke afspraken (Notitie Omzetkengetallen 2022, Retailinsiders) berekend op basis van distributief planologisch onderzoek (DPO). De koopstromen zijn gebaseerd op feitelijk koopgedrag bij feitelijk aanbod, en zijn een belangrijke bron voor deze berekening. Detailhandel creëert in algemene zin altijd een eigen vraag. Het simpelweg aftrekken van de harde plancapaciteit van de distributieve uitbreidingsruimte is modelmatig onjuist. Dit doet geen recht aan een verschuiving van koopstromen. Nieuw aanbod kan zorgen voor een hogere binding en/of toevloeiing. Deze nuance is relevant bij de afweging van de harde plancapaciteit. BRO houdt in de kwantitatieve behoefte rekening met het scenario dat alle harde plancapaciteit wordt ingevuld. Daarnaast wordt de harde plancapaciteit in de effectenanalyse afgewogen.

Het is juridisch niet verplicht zachte plannen mee te wegen in de behoeftebepaling. Gemeenten vragen vaak toch dit wel mee te nemen in de analyse. Om die reden neemt BRO zachte plannen vaak wel mee in de effectenanalyse, mits dit concreet en voorzienbaar is.

6 Analyse behoefte en effecten

6.1 Kwantitatieve behoefte Toelichting distributieplanologische berekening (DPO)

Voor het verzorgingsgebied is een DPO-berekening opgesteld. Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod. Deze methode is ook vastgelegd en toegelicht in de Notitie Omzetkengetallen 2022. BRO sluit aan op de landelijke standaard en gemaakte afspraken tussen bureaus.

- De berekening is opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen en kijkt naar de huidige situatie (2022) en de toekomstige verwachte situatie (2035). Deze circa 10 jaar-stermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder.
- De berekening geeft inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Ook geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een ‘norm voor goed functioneren’. De ‘norm’ wisselt sterk per verzorgingsgebied. In minder stedelijke delen van Nederland blijkt dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen tussen formules. Een afwijking ten opzichte van het landelijke 5-jaarsgemiddelde wil daardoor niet altijd zeggen dat het aanbod goed of slecht functioneert.
- In tabel 1 is conform landelijke afspraken het huidige winkelaanbod opgenomen. Hierdoor kan de behoefte objectief bepaald worden. Alle relevante nieuwe plannen en harde plancapaciteit is in de tekst toegelicht en afgetrokken van eventuele distributieve uitbreidingsruimte.
- Het DPO is gericht op algemene kengetallen en voorspelt de toekomstige situatie. Variabelen kunnen zich anders ontwikkelen dan vooraf verwacht. Ook de ‘norm’ voor goed functioneren is niet altijd eenduidig te bepalen. De berekeningen en de uitkomsten zijn daarom indicatief. De duiding en kwalitatieve nuances die BRO geeft bij de uitkomsten van de modelmatige berekening zijn daardoor minstens zo belangrijk.

Tabel 2: Distributieve berekening dagelijkse sector primair verzorgingsgebied.

	Huidige situatie (2023)	Toekomstige situatie (2035)
Aantal inwoners	45.685	47.357
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.742	2.648
Bestedingspotentieel (€ mln.)	125,3	125,4
Koopkrachtbinding	70%	70%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	87,7	87,8
Koopkrachtoevloeiing	25%	25%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	29,2	29,3
Totale besteding / omzet (€ mln.)	116,9	117,0
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	17.054	17.856
Omzet per m² wvo (€)	6.875	6.575
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	8.025	8.025
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	14.600	14.600
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	Geen	Geen

Economisch functioneren en kwantitatieve behoefte

- Het dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied functioneert momenteel op het een vloerproductiviteit van € 6.875 per m² wvo. Dit ligt circa 16,7% onder het landelijk gemiddelde. Het dagelijks aanbod functioneert daarmee op dit moment naar verwachting matig, met logischerwijs grote verschillen tussen aanbieders. Uit gesprekken met Lidl blijkt in elk geval dat Lidl momenteel niet optimaal functioneert.
- In het verzorgingsgebied zijn grote verschillen in aanbod. Het boodschappenaanbod in grootschalige concentratie Rotterdam Alexandrium trekt veel bezoeker van buiten het gebied, maar bevat ook veel parfumeriezaken. Deze vallen formeel binnen de dagelijkse sector,

maar worden vooral recreatief bezocht. Daarnaast zijn er diverse doelgroep- en mini-supermarkten gevestigd in het verzorgingsgebied die op een veel lagere vloerproductiviteit kunnen functioneren. Het is dus niet zo dat al het aanbod momenteel slecht functioneert.

- Richting 2035 neemt de haalbare omzet in het gebied toe. Dit komt door het licht groeiende aantal inwoners (consumentendraagvlak). Dit is echter onvoldoende voor kwantitatieve behoefte of marktruimte.
- Op basis van de distributieve berekening is er op basis van de meest recente inzichten geen marktruimte meer voor toevoeging van dagelijks artikelaanbod in het verzorgingsgebied. Indien rekening gehouden wordt herinvulling van onbenutte plancapaciteit of realisatie van uitbreidingsplannen elders in het verzorgingsgebied, blijft de conclusie

Toets leegstand op aanvaardbaarheid bij winkelinitiatief

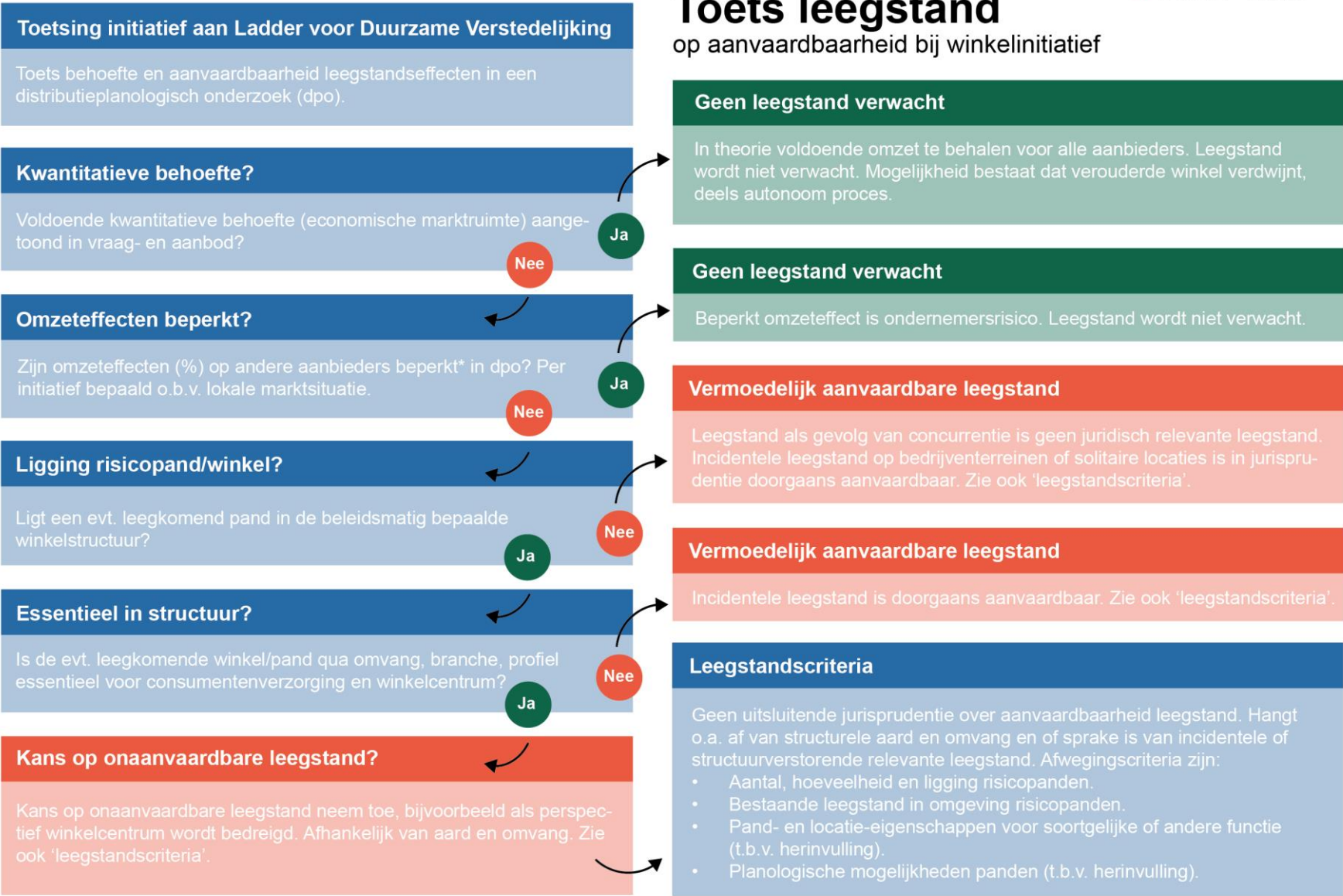
- gehandhaafd. Ook in dat geval is geen sprake van een kwantitatieve behoefte aan uitbreiding van dagelijks artikelenaanbod.
- Vanwege het bovenstaande weegt de kwalitatieve behoefte zwaarder. Ook is hierdoor meer aandacht besteed aan de effectenanalyse (zie hierna).

6.2 Ruimtelijk-functionele effecten

In de ruimtelijke ordening gaat het om een goede consumentenverzorging en vitale voorzieningencentra. Het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Bovendien gaat het om de aanvaardbaarheid van eventuele leegstandseffecten, niet om de aanvaardbaarheid van omzeteffecten. Inzicht in het omzeteffect is echter wel noodzakelijk voor de analyse op het leegstandsrisico. Zie ook het afwegingskader voor de aanvaardbaarheid van leeg-standseffecten in figuur 7.

(Omzet)effecten winkelaanbod

- Het omzeteffect van het planinitiatief op de overige aanbieders in dagelijkse artikelen zal beperkt en aanvaardbaar zijn. Bij deze conclusie is het volgende van belang:
- Lidl zal uitbreiden met circa 980 m² wvo. De modernisering van Lidl is vooral nodig om het winkelcomfort te verbeteren (bredere gangpaden en dergelijke). Een grotere omvang in winkelmeters leidt zodoende niet 'één op één' tot een hogere omzet voor de supermarkt.
 - Indien we toch zouden uitgaan van een één op één toename van de omzet, en zelfs een hogere omzet per m² wvo als gevolg van de modernisering, betekent dit een extra omzetclaim van circa € 8,4 mln. bij een landelijk gemiddelde supermarktomzet van € 8.586 m² wvo per m² wvo.
 - Dit omzeteffect zal zich spreiden over meerdere dagelijkse voorzieningen in én buiten het verzorgingsgebied. De verwachting is dat het omzeteffect zich vooral zal richten op andere supermarkten in het verzorgingsgebied en meer specifiek andere discountsupermarkten. De conclusie is dan als volgt:



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

Figuur 7: Afwegingskader aanvaardbaarheid leegstandseffecten

- Het bestaande supermarktaanbod heeft een omvang van 9.926 m² wvo. Op basis van de distributieve berekening moeten we ervan uit gaan dat het supermarktaanbod beneden het landelijk gemiddelde functioneert. We gaan uit van circa € 7.725 per m² wvo per jaar. Dit ligt iets hoger dan het totale gemiddelde voor de dagelijkse sector, maar circa 10% lager dan het landelijk gemiddelde voor supermarkten. Per saldo betekent dit een omzetclaim van € 76,6 mln.
- Indien we de extra omzetclaim aftrekken van de bestaande omzetclaim van het bestaande aanbod, betekent dit een omzeteffect van 11,0%.
- Indien de omzeteffecten zich naast de supermarkten ook richten op de overige dagelijkse speciaalzaken, zal het omzeteffect afnemen. In dat geval kunnen we uitgaan van de berekende omzetclaim in 2035 van € 117 mln. Indien we hierop de extra omzetclaim van Lidl van € 8,4 mln. in mindering brengen, betekent dat een omzet effect van 9,3%.
- De conclusie is dat het omzeteffect zich met name zal manifesteren binnen het verzorgingsgebied van 9,3% tot 11,0%. Het is niet uit te sluiten dat dit omzeteffect in de praktijk nog iets lager is, omdat mensen minder aankopen zullen doen bij discounters net buiten het verzorgingsgebied, zoals bij de Aldi aan de Bermweg of Lidl in winkelcentrum Binnenhof.

Leegstandseffecten

- Een omzeteffect van 9,3% tot 11,0% beschouwen wij als ondernemersrisico. De kans op verdringing van bestaand boodschappenaanbod achten wij klein. De kans op leegstand is daardoor eveneens klein.
- Het is niet uit te sluiten dat er toch leegstand ontstaat in het verzorgingsgebied. De kans dat leegstand ontstaat buiten het verzorgingsgebied als gevolg van de uitbreiding van de Lidl is zo goed als nihil, vanwege de duidelijk eigen verzorgingsfunctie. We hebben de volgende overwegingen.

- Er is geen sprake van een nieuwe supermarkt. Lidl is momenteel al gevestigd in het verzorgingsgebied en heeft al een bepaald marktaandeel. De uitbreiding van Lidl leidt tot optimalisatie van de supermarkt en zal in de praktijk niet leiden tot een significante verschuiving van koopstromen.
- Het omzeteffect zoals berekend komt voor een belangrijk deel ook terecht bij Lidl zelf. Door de winkelruimte te optimaliseren en het comfort voor de consument te verhogen neemt de vloerproductiviteit eerder af dan toe. De totale omzet neemt uiteraard wel toe, waardoor Lidl de marktpositie kan behouden.
- De verplaatsing van Lidl betreft slechts circa 700 meter. Lidl blijft daardoor niet alleen binnen hetzelfde verzorgingsgebied, maar ook aan dezelfde straat met hetzelfde bereikbaarheidsprofiel. Dit onderstreept de conclusie dat de koopstromen niet significant zullen wijzigen.
- Verder geldt dat de meeste centra in de omgeving een goede uitgangspositie hebben qua aanbod en bereikbaarheid. Er is sprake van een goede spreiding. Dit maakt dat bestaand aanbod enig omzeteffect kan opvangen.
 - Winkelcentrum Het Lage Land heeft een ruim aanbod met veel keuzemogelijkheden. De supermarkten zijn van ruime omvang en generen tezamen met het ruime aanbod aan overige voorzieningen in dit grote wijkwinkelcentrum voldoende trekkracht. Dit winkelcentrum functioneert dan ook goed.
 - Jumbo De Wingerd is (op termijn) aan de kleine kant en de buurtstrip is hierdoor kwetsbaar. Toch is het niet de verwachting dat de supermarkt zal verdwijnen. Door de verplaatsing van Lidl zal de Jumbo-supermarkt de enige supermarkt zijn in een straal van ca. 900 meter. Oftewel, bijna de volledige wijk Schenkel. Deze wijk heeft ruim 6.200 inwoners wat voldoende draagvlak genereert voor de supermarkt. Hierdoor zal de Jumbo zijn functie als buurt/wijk verzorgende service-supermarkt verstevigen. Daar bovenop vertegenwoordigt het dagelijks aanbod in De Wingerd nog

- geen 6% van het totale dagelijkse aanbod in het primaire verzorgingsgebied (bron Locatus). Het omzeteffect op de Jumbo is daarmee van een beperkte aard en zal eerder kunnen worden geschaald onder ondernemersrisico dan onaanvaardbare effecten.
- Plus-supermarkt 's Gravenland is van voldoende omvang en heeft een sterk eigen verzorgingsgebied t.o.v. Lidl, mede vanwege het spoor welke de woon- en verzorgingsgebieden van elkaar scheidt. Voorts is Plus als fullservice-supermarkt complementair aan Lidl.
- Plus-supermarkt Slotplein is vrij klein, maar van belang is dat voor deze supermarkt beleidsmatig een beperkte modernisering naar beperkte maat wordt voorzien.
- De overige supermarkten in de omgeving zijn qua profiel complementair aan Lidl (zoals Spar City, ten zuiden van Lidl) of liggen op dusdanige afstand dat het effect nihil wordt geacht (supermarkten in bijvoorbeeld Alexandrium en het centrum van Capelle aan den IJssel).
- Tot slot is het niet te verwachten dat er gevestigde winkels verdwijnen in het winkelcentrum Prinsenland. De boodschappenwinkels zullen enerzijds wellicht wat extra concurrentie ondervinden van de moderne Lidl, maar zullen anderzijds ook profiteren van de aanwezigheid van Lidl, dankzij het combinatiebezoek. Van belang hierbij is dat de winkels nu ook concurreren met de solitaire Lidl, maar niet profiteren van het combinatiebezoek. Specifiek voor Albert Heijn geldt daarbij dat deze zaak een goede uitgangspositie heeft, gelet op de ruime omvang. De supermarktformules Lidl en Albert Heijn zijn daarbij (deels) complementair, waardoor zij elkaar ook aanvullen en slechts beperkt concurrerend zijn. Er zijn in Nederland dan ook tal van voorbeelden waar beide supermarkten in hetzelfde winkelgebied gevestigd zijn.

Positieve synergie effecten door combinatiebezoek

- Uit onderzoek van DTNP (2016,⁴) inzake combinatiebezoek blijkt dat een korte afstand, zichtbaarheid en de functionele samenhang bepalend zijn voor de mate waarin combinatiebezoek gepleegd wordt. Dit onderzoek toont op basis van objectieve empirische waarnemingen aan dat combinatiebezoeken moeten worden beschouwd als glijdende schaal. Enige genuanceerdheid is daardoor op z'n plaats. De volgende uitgangspunten zijn voor de situatie in relatie tot planinitiatief toepassing, wat leidt tot de conclusie dat het effect op het functioneren voor het bestaande winkelcentrum positief is.
- **Afstand:** de afstand tussen Lidl en de overige winkels (en Albert Heijn) is circa 120 meter. Op basis DTNP betekent dit circa 35% combinatiebezoek ten opzichte van maximaal 50% als de afstand < 40 meter zou zijn. Daarnaast zijn alle ingangen voor voetgangers gelegen aan één centraal parkeerterrein.
- **Zichtbaarheid:** de Lidl is zowel vanuit het parkeren op maaiveld als het centrale parkeerterrein te betreden. In de praktijk zullen sommige bezoekers de auto op het centrale parkeerterrein zetten en sommige onder de Lidl. Er is door de openheid van het parkeerterrein een directe zichtrelatie tussen winkelcentrum Prinsenland en Lidl die ook prima beloopbaar is.
- **Functionele samenhang:** zowel winkelcentrum Prinsenland als Lidl richten zich op het bezoekmotief boodschappen doen. Mede door de complementariteit tussen de bestaande Albert Heijn (service) en Lidl (discount) bevordert dit extra het combinatiebezoek. Hetzelfde geldt voor de overige winkels, zoals de bakker, slager, slijter, de viswinkel en de drogist.



⁴ https://www.dtnp.nl/kennisbank/vakkennis/supermarkt_cruciale_publiekstrekker_in_centrumgebieden.php

Effecten op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur

Geconcludeerd wordt dat de eventuele negatieve effecten van het planinitiatief aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef-, en ondernemersklimaat.

Verder zijn ook de volgende kwalitatieve overwegingen van belang.

- Over de hele linie zal de consumentenverzorging worden verbeterd. De consument krijgt beschikking over een moderne toekomstbestendige Lidl-supermarkt, die inspeelt op de actuele consumententrends. Door de verplaatsing wordt daarbij een leegstaand pand hergebruikt en tevens ontstaat een sterk winkelcentrum met twee complementaire supermarkten op loopafstand van elkaar.
- Hierdoor wordt het combinatiebezoek geoptimaliseerd. De ontwikkeling heeft dus een positieve invloed op zowel consumentenverzorging als de detailhandelsstructuur.
- Uit de voorgaande alinea blijkt dat het er naar verwachting geen andere winkels zullen verdwijnen, of omliggende winkelcentra zullen worden aangetast. De kans op leegstand is beperkt en het effect van het planinitiatief is aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.
- Het is niet de verwachting dat gevestigde speciaalzaken in het winkelcentrum Prinsenland zullen verdwijnen door de komst van Lidl. In tegendeel: deze zaken zullen dankzij het combinatiebezoek profiteren van de aanwezigheid van Lidl. Mocht er onverhoopt een speciaalzaak verdwijnen in het winkelcentrum Prinsenland, zal ook dit effect gezien vanuit een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar zijn.
- Ook zal er op en rondom de achter te laten locatie van Lidl geen onaanvaardbare leegstand ontstaan. De locatie behoort niet tot de beleidsmatig vastgestelde detailhandelsstructuur. Daarbij worden de voorzieningen, gelet op het profiel, vooral doelgericht bezocht, hierdoor zijn zij niet sterk afhankelijk van het combinatiebezoek met de supermarkt. Voor herinvulling van het achter laten pand zijn verschillende opties. Gezien de geringe omvang van het pand, is het herinvullen met een reguliere supermarkt niet waarschijnlijk.

Bijlage 1 - Begrippen en definities

In deze bijlage wordt een overzicht gegeven van de belangrijkste begrippen en definities.



Buurthub, winkelgebied of centrumgebied

Een buurthub, winkelgebied of centrumgebied is een concentratie- c.q. centrumgebied in een buurt of wijk, waar diverse voorzieningen samenkomen die primair een functie hebben voor inwoners in de buurt of wijk. De term beschrijft bovendien het proces van verkleuring van traditionele pure winkelgebieden naar meer gemengde centrumgebieden op lokaal niveau met naast één of enkele winkels ook ambachten, diensten, horeca, zorg, maatschappelijk, etc. Op basis van de definitie van Locatus is sprake van een winkelgebied vanaf 5 winkels die min of meer aaneengesloten liggen.

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.), conform de definitie van Locatus.

Detailhandel (als activiteit)

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

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. Binnen deze sector maken we vaak onderscheid in subsectoren.

- **Recreatief winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van mode, luxe en vrije tijd.
- **Doelgericht winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van in/om het huis en overige detailhandel.

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.

(Hoofd)detailhandelsstructuur

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. In DPO onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit koopkrachtbinding exclusief online.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied. In DPO onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit afvloeiing exclusief online.

Koopkrachttoevoeiing

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 -toevoeiing 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 plancapaciteit 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).

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Amsterdam

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

Boxtel

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

Venlo

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

info@bro.nl
www.bro.nl

