Zwolle, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse supermarkt Katwolderplein

Gemeente Zwolle

Definitief

BRO
Ruimte | om *in* te leven

Zwolle, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse supermarkt Katwolderplein

Gemeente Zwolle

Definitief

Rapportnummer:	203X01223.083683_4
Datum:	02 juli 2015
Opdrachtgever:	Gemeente Zwolle
Contactpersoon:	De heer R.A.L. van Oosterhout
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Dagelijkse sector, Zwolle, structuur, supermarkten, distributieve mogelijkheden, uitbreiding, effecten
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	In voorliggende rapportage worden de huidige situatie en de distributieve mogelijkheden voor een vestiging van een supermarkt op het Katwolderplein te Zwolle in beeld gebracht. Daarnaast worden de effecten van de vestiging van een supermarkt op de detailhandelsstructuur aangegeven.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING **3**
1.1 Achtergrond en probleemstelling 3
1.2 Het planinitiatief 4
1.3 Relatie met de binnenstad 6

2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN **7**
2.1 Inleiding 7
2.2 Conclusies onderzoek 7
2.3 Overwegingen 9
2.3.1 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast 9
2.3.2 Ten slotte 10

3. ONTWIKKELINGSKADER **13**
3.1 Aanbodanalyse 13
3.1.1 Gemeente Zwolle 13
3.1.2 Aanbod binnenstad Zwolle 18
3.2 Trends en ontwikkelingen 19
3.3 Beleidskaders 22
3.3.1 Provinciaal 22
3.3.2 Lokaal 23
3.4 Plannen en initiatieven 23
3.5 Draagvlak 24
3.6 Functioneren en uitbreidingsruimte 25
3.7 Effecten 26

BIJLAGEN
Bijlage 1: Begrippenlijst 1
Bijlage 2: Ladder voor Duurzame Verstedelijking 3
Bijlage 3: Overzicht leegstaande panden gemeente Zwolle 5

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en probleemstelling

Centraal in dit onderzoek staat de herontwikkeling van het Katwolderplein te Zwolle. Het Katwolderplein is een deelproject van de herstructureringsopgave voor de wijk Kamperpoort. De ontwikkeling hangt samen met de reeds ontwikkelde woningbouw in de naastgelegen Vogelbuurt. Daarnaast zal de herontwikkeling van het Katwolderplein een bijdrage leveren aan de versterking van de binnenstad, omdat het initiatief mede bedoeld is om de bronfunctie van het Katwolderplein voor binnenstadbezoek te versterken.

Het initiatief dat centraal staat in dit onderzoek is de vestiging van een supermarkt op het Katwolderplein van maximaal 1.500 m² bvo (1.200 m² wvo[1])[2]. Het huidige bestemmingsplan stelt een maximum van 1.000 m² bvo voor een supermarkt, echter kan de gemeente, onder bepaalde voorwaarden, gebruik maken van een wijzigingsbevoegdheid zodat een supermarkt van 1.500 m² bvo toch mogelijk is. BRO is gevraagd in dit kader een ruimtelijk-functionele effectenanalyse op stellen. Binnen de ruimtelijke ordening komt steeds meer de nadruk te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'ladder voor duurzame verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Bro). In dit onderzoek zal de ladder voor duurzame verstedelijking toegepast worden. Daarnaast zal aandacht worden besteed aan het effect van het planinitiatief op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur van Zwolle.

In voorliggende rapportage worden de huidige situatie en de distributieve mogelijkheden voor een uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod in Zwolle zowel kwantitatief als kwalitatief in beeld gebracht. Vervolgens wordt ingegaan op de effecten van de beoogde supermarktontwikkeling op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

In het licht van het voorgaande staan de volgende vragen in dit onderzoek centraal:

- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van dagelijkse artikelen in de gemeente Zwolle momenteel opgebouwd?
- Wat zijn de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het supermarktaanbod in Zwolle?
- Wat zijn de effecten van de beoogde supermarktontwikkeling in combinatie met de gehele gebiedsontwikkeling op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in Zwolle en met name het centrale deel van Zwolle (Binnenstad, Kamperpoort en omgeving)?

---

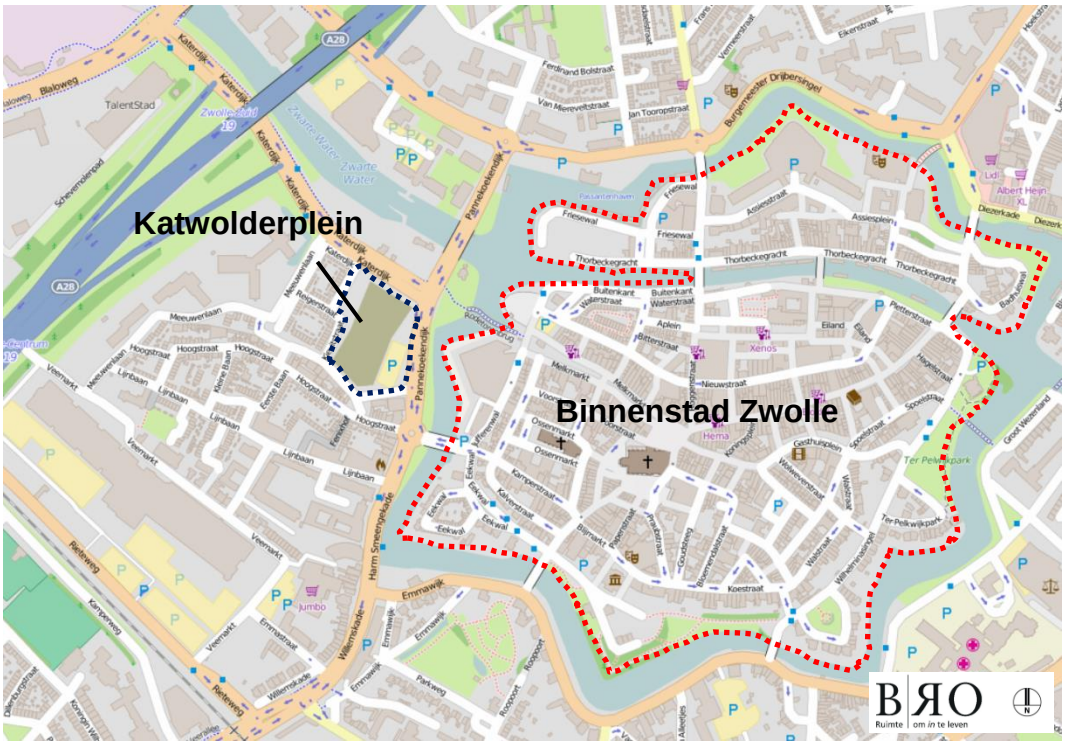
1 Voor de berekening van bvo naar wvo is factor 80% gebruikt.
2 Bruto verkoop vloeroppervlak (bvo): zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn. Winkelverkoop vloeroppervlak (wvo): alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten.

1.2 Het planinitiatief

Planlocatie en onderzoeksgebied

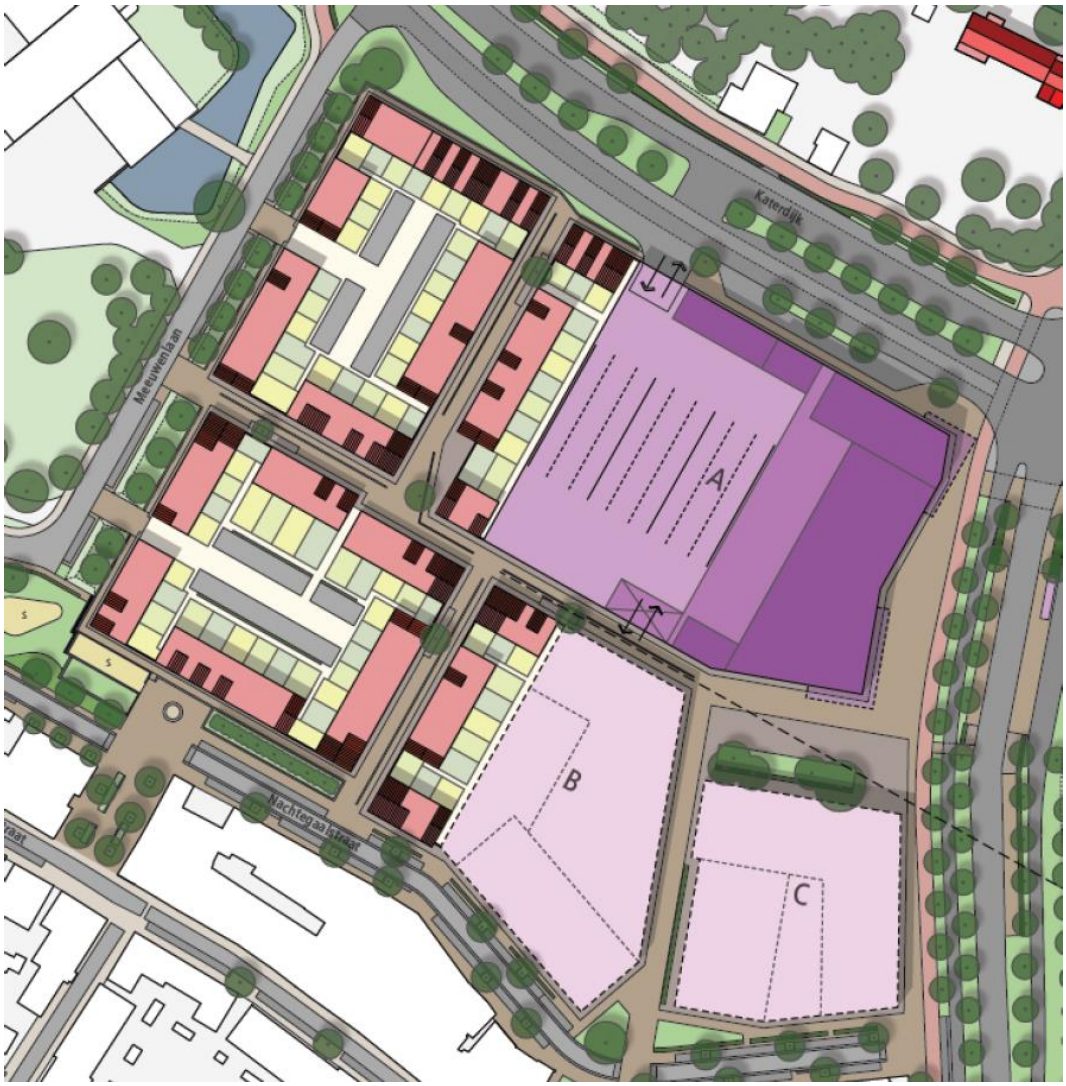
Zoals reeds vermeld maakt het Katwolderplein onderdeel uit van de herontwikkelingsopgave van de wijk Kamperpoort. Het Katwolderplein wordt begrensd door de Vogelbuurt aan de westzijde, de Mussehage aan de zuidzijde, de Katerdijk aan de noordzijde en de Pannekoekendijk aan de oostzijde. Binnen het plangebied zullen diverse functies worden toegevoegd: parkeren, woningen, een bioscoop, een supermarkt, horeca, winkels en leisure.

Figuur 1.1: Planlocatie



Per oktober 2014 is het nieuwe bestemmingsplan voor het Katwolderplein vastgesteld. Hierin worden de supermarkt en de bioscoop specifiek aangeduid. De supermarkt zal zich onder de bioscoop vestigen. De commerciële voorzieningen mogen volgens het vigerende bestemmingsplan in totaal maximaal 4.500 m² bvo bedragen. Een nieuwe supermarkt op het Katwolderplein mag volgens het bestemmingsplan maximaal 1.000 m² bvo bedragen. De gemeenteraad kan afwijken van haar beleid bij een grotere winkelomvang, maar hieraan liggen bepaalde voorwaarden ten grondslag. Zo dient er voldoende garantie te worden gegeven dat er elders in de stad supermarktmeters verdwijnen. Die garantie is nu verbonden aan een alsnog opgenomen wijzigingsbevoegdheid om te komen tot een supermarkt van 1.500 m² bvo. Dit betekent een toevoeging van 500 m² bvo (400 m² wvo) ten opzichte van de huidige maximale grootte.

Figuur 1.2: Plankaart (Bron: Bestemmingplan Katwolderplein)



Het stedenbouwkundig plan kent drie bouwblokken, zoals op bovenstaande afbeelding aangegeven. In alle bouwblokken A, B en C mag detailhandel, gerealiseerd worden, maar met een bepaald maximum. Blok A zal naast de bioscoop en supermarkt naar alle waarschijnlijkheid ook sociale grondgebonden huurwoningen, de parkeergarage, horeca en leisure gaan bevatten. Dat wat overblijft aan vierkante meters wordt voorzien in bouwblokken B en/of C. De specifieke inrichting van blok B en C staat in deze fase echter nog niet vast.

1.3 Relatie met de binnenstad

Direct ten oosten van het Katwolderplein ligt de binnenstad van Zwolle. De Pannenkoekendijk en het water rondom de binnenstad zijn belangrijke fysieke barrières, maar een recent aangelegde voetgangers/fietsersbrug zorgt voor een betere verbinding tussen het Katwolderplein en de binnenstad. Het Katwolderplein zal een belangrijk bronpunt worden voor bezoekers van de binnenstad. De parkeergarage, met ca. 710 parkeerplaatsen, zal ook door bezoekers van de binnenstad gebruikt worden. Een groot deel van deze parkeercapaciteit is immers specifiek bedoeld voor de binnenstad. Aangezien de Zwolse binnenstad steeds meer een bovenregionale verzorgingsfunctie nastreeft, is het te verwachten dat veel (regionale) bezoekers van de binnenstad via de A28 de binnenstad naderen. Het Katwolderplein zal daardoor een belangrijke entreefunctie krijgen, waar regionale bezoekers wellicht hun auto parkeren voordat ze de binnenstad ingaan om te winkelen.

Daarnaast zal de trekkracht van de bioscoop en de supermarkt een versterkend effect hebben op de binnenstad. Via combinatiebezoek kan de binnenstad van Zwolle ook profiteren van de vestiging van de nieuwe commerciële voorzieningen op het Katwolderplein. Vooral de horeca en detailhandel aan de Melkmarkt zal direct profiteren van de extra aanloop.

2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden eerst de belangrijkste conclusies van het onderzoek naar de distributie-planologische mogelijkheden voor en effecten van een supermarktvestiging aan het Katwolderplein samengevat weergegeven.

2.2 Conclusies onderzoek

De belangrijkste conclusies uit het onderzoek zijn als volgt:

- De dagelijkse artikelensector in Zwolle heeft in vergelijking tot plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal een relatief beperkte omvang. Ook het supermarktaanbod is relatief beperkt.
- Zwolle telt 27 supermarkten van totaal ruim 25.600 m² wvo. Zowel het discount als het midden-/servicesegment is in Zwolle goed vertegenwoordigd. Opvallend is het aanzienlijke marktaandeel van Jumbo (36% van het totaal aantal m² wvo). Het supermarktaanbod is verspreid aanwezig. Het grootste supermarktcluster ligt in en rondom het winkelgebied Diezerpoort, nabij het hoofdwinkelcentrum.
- Uit de benadering van het functioneren van de dagelijkse sector in Zwolle volgt dat er, na aftrek van de bekende concrete initiatieven, theoretisch distributieve ruimte aanwezig is ter uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod (circa 6.600 m² wvo). Deze ruimte is voldoende voor realisatie van een nieuwe supermarktvestiging aan het Katwolderplein van ca. 1.200 m² wvo.
- In Zwolle staat 5,6% van het aantal verkooppunten en 4,3% van het totale winkelvloeroppervlak leeg. Zwolle heeft in vergelijking tot plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal relatief weinig leegstand (referentieplaatsen: leegstaande verkooppunten 7,2% en winkelmeters 7,3%). Het betreft vooral veel kleinschalige winkelpanden. Bijna 46% van de totale omvang van de leegstand concentreert zich in de binnenstad van Zwolle.
- De supermarktontwikkeling aan het Katwolderplein speelt in op de algemene trends en ontwikkelingen in het aanbod en op de behoefte van de consument aan keuzemogelijkheden, comfort en beleving. Het initiatief is daarnaast een belangrijke katalysator voor de herontwikkeling van het Katwolderplein en de wijk Kamperpoort. Het initiatief hangt sterk samen met het versterken van de Zwolse binnenstad, aangezien de parkeerplaats een belangrijk bronpunt wordt voor (regionale) bezoekers van de binnenstad. Ook zullen de commerciële voorzieningen op het Katwolderplein een positieve bijdrage leveren aan de regionale verzorgingspositie van de binnenstad.

- De vestiging van een moderne, goed bereikbare supermarkt met voldoende parkeergelegenheid draagt bij aan een verbetering van de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur in Zwolle.
- De effecten van een supermarktvestiging aan het Katwolderplein op de structuur van het boodschappenaanbod in de gemeente Zwolle zullen gering zijn. Er zal in zeer beperkte mate minder koopkracht naar andere aankoopplaatsen vloeien en iets meer van buiten het gebied aangetrokken worden, maar de effecten daarvan spreiden zich over en groot aantal aankoopplaatsen. De detailhandelsstructuur wordt door het initiatief niet onaanvaardbaar aangetast.

2.3 Overwegingen

2.3.1 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

1. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 1, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld."

De Ladder voor duurzame verstedelijking dient te worden toegepast indien er sprake is van een stedelijke ontwikkeling. De vestiging van een supermarkt van maximaal 1.500 m² wvo op het Katwolderplein in Zwolle kan worden aangemerkt als een stedelijke ontwikkeling omdat het een detailhandelsontwikkeling betreft (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen). Bovendien is er sprake van een aanzienlijk uitbreiding van de winkelruimte en daarom dient de Ladder doorlopen te worden. In de bijlage is een nadere toelichting gegeven op de Ladder.

Eerste trede: Actuele regionale behoefte
Voor wat betreft de eerste trede moet op basis van onderhavige rapportage geconstateerd worden dat er in Zwolle theoretisch voldoende distributieve ruimte bestaat voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector. Rekening houdend met de komst van een supermarkt op bedrijventerrein Voorst en de uitbreiding van C1000 (Albert Heijn), blijft nog ruim voldoende distributieve ruimte bestaan. Daarmee is er sprake van een actuele regionale behoefte in kwantitatieve zin. De initiatieven spelen daarnaast ook in kwalitatieve zin in op de behoefte. De komst van een supermarkt van moderne omvang, met ruimte parkeermogelijkheden en een goede bereikbaarheid zal bijdragen aan een betere consumentenverzorging omdat ingespeeld wordt op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument). De supermarktontwikkeling aan het Katwolderplein is een belangrijke katalysator voor de hele herontwikkeling van het Katwolderplein en de herstructureringsopgave van de wijk. Het Katwolderplein, en de bijbehorende parkeergarage, zal tevens een belangrijk bronpunt voor bezoekers van de

Zwolse binnenstad worden. Hierdoor zal het westelijke deel van de binnenstad (Melkmarkt) meer aanloop krijgen, wat goed is voor zowel de gevestigde horeca als detailhandel. Doordat het Katwolderplein een belangrijke verbindende functie zal krijgen met de binnenstad, kan de Zwolse binnenstad profiteren van het betreffende initiatief.

Het is op voorhand niet uit te sluiten dat er door de veranderende concurrentieverhoudingen mogelijke effecten zullen zijn op bestaande supermarkten of andere dagelijkse artikelenwinkels in Zwolle. De kans hierop is echter heel klein en de effecten op de consumentenverzorging of de detailhandelsstructuur zijn zeker niet onaanvaardbaar. Er is immers voldoende uitbreidingsruimte en de huidige omvang van het supermarktaanbod in Zwolle is relatief beperkt. Zo bezien is er per saldo sprake van een positief effect op het leef-, woon- en ondernemersklimaat in Zwolle.

Tweede trede: benutting bestaande panden en leegstand
Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Uit de leegstandsanalyse blijkt dat er in Zwolle geen enkel leegstaand pand is die het initiatief zou kunnen huisvesten. De leegstaande panden hebben een relatief beperkte omvang[3]. Uitzondering is het pand Pannekoekendijk 3 van 1.425 m² wvo. Dit pand grenst aan het Katwolderplein. Als onderdeel van de herontwikkelingsopgave zal dit pand op termijn worden getransformeerd. Daarnaast zorgt de ruimtelijke indeling en het gebrek aan parkeren er voor dat het pand niet geschikt is voor een supermarktvestiging.

Het is zoals gezegd niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand aanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders enige leegstand zal ontstaan. Heel misschien verdwijnt er een enkele zaak, maar voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zal dat geen onaanvaardbare effecten hebben. De inwoners van Zwolle blijven beschikken over voldoende supermarkten binnen aanvaardbare afstand. Dat wil zeggen dat van duurzame negatieve effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn.

Derde trede: Niet binnen bestaand stedelijk gebied
Omdat de ontwikkeling binnen het bestaand stedelijk gebied plaats vindt, is de derde trede niet van toepassing.

2.3.2 Ten slotte

Er is in Zwolle voldoende distributieve ruimte aanwezig voor de beoogde uitbreiding van het supermarktaanbod. De ontwikkeling dient als belangrijke katalysator voor de herstructureringsopgave van de wijk Kamperpoort. De supermarkt zal een belangrijke verzorgende functie hebben voor de inwoners van de Vogelbuurt, de bewoners van de nieuwe woningen op het Katwolderplein en de binnenstad. Het planinitiatief speelt daarmee zowel

[3] In bijlage 3 is een lijst opgenomen met alle leegstaande panden groter dan 500 m² wvo.

kwantitatief als kwalitatief in op de behoefte van de inwoners en levert een positieve bijdrage aan het woon-, leef-, en ondernemersklimaat in dit deel van Zwolle. Daarnaast zijn er niet of nauwelijks negatieve effecten op het functioneren van het bestaande aanbod en de leegstand elders in Zwolle te verwachten.

Een supermarkt aan het Katwolderplein biedt een goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid voor consumenten. In het stedenbouwkundige plan is rekening gehouden met de verkeersdruk (bezoekersverkeer en laad- en losverkeer) die gerelateerd is aan de supermarkt. De inwoners van de wijk zullen hierdoor weinig nadelige effecten ondervinden. De gunstige ligging nabij belangrijke ontsluitingswegen, zoals de Katerwijk en Pannekoekendijk, draagt hier aan bij. Het initiatief speelt verder in op gemak, profilering en concentratie. Er ontstaat een nieuwe detailhandelsconcentratie met de supermarkt als belangrijkste trekker, aangevuld met een bioscoop en diverse andere voorzieningen.

Het planinitiatief zal bijdragen het versterken van de Zwolse binnenstad, wat zowel in provinciaal als lokaal beleid wordt aangemoedigd. Vooral voor de regionale bezoekers zal het Katwolderplein een belangrijke entreefunctie hebben. De parkeergarage zal als belangrijk bronpunt dienen. Ook kan middels combinatiebezoek het boodschappen doen gecombineerd worden met een bezoek aan de binnenstad. Kortom, het initiatief resulteert per saldo in een structurele versterking van het voorzieningenaanbod en het leefmilieu in Zwolle.

3. ONTWIKKELINGSKADER

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies van de marktmogelijkheden en effecten zoals behandeld in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een aanbodanalyse gemaakt van de branchegroep dagelijkse artikelen in de gemeente Zwolle. Vervolgens wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op de dagelijkse artikelensector, beleidskaders, plannen en initiatieven in de omgeving en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden vervolgens gebruikt voor het aangeven van de distributieve uitbreidingsruimte en de effecten van het planinitiatief.

3.1 Aanbodanalyse

In deze paragraaf wordt een analyse van het aanbod in de dagelijkse sector gemaakt. De dagelijkse sector bestaat uit zowel zaken in levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelenspeciaalzaken) als in persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën, apotheken). Ook wordt de leegstand in Zwolle in kaart gebracht. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner[4].

3.1.1 Gemeente Zwolle

Omvang en samenstelling dagelijkse sector gemeente Zwolle
Het aanbod in de dagelijkse sector in de gemeente Zwolle beslaat een winkelvloeroppervlak (wvo) van circa 39.200 m² wvo, verdeeld over 177 verkooppunten[5]. In onderstaande tabel wordt de verdeling van het aanbod in gemeente Zwolle weergegeven, met de supermarktsector uitgelicht.

Tabel 3.1: Aanbod dagelijkse sector gemeente Zwolle

	Aantal verkooppunten	Winkelvloeroppervlak (m² wvo)	m² wvo per winkel
Levensmiddelen	132	32.486	246
w.v. Supermarkt	27	25.633	949
Persoonlijke verzorging	45	6.731	150
Dagelijkse artikelen totaal	177	39.217	222

Circa 66% van de omvang in de dagelijkse sector wordt ingevuld door de supermarkten. Landelijk wordt circa 70% van de dagelijkse omvang ingevuld door supermarkten. Buiten de supermarkten bestaat de levensmiddelenbranche uit diverse speciaalzaken. In de

4 Peildatum inventarisatie maart 2015.
5 Hierin wordt afgeweken van Locatus bij Albert Heijn in Diezerpoort. Deze is feitelijk ca. 2.000 m² wvo. Het naastgelegen pand staat leeg en heeft een supermarktbestemming.

gemeente Zwolle zijn bijvoorbeeld 18 bakkers, 7 slagers, 15 slijters, en diverse speciaalzaken in kaas, vis, wijn, chocolade, zoetwaren, delicatessen, koffie/thee en groente/fruit gevestigd. In totaal is het aantal speciaalzaken zeer ruim te noemen.

Aanbod in perspectief

Het aanbod in de dagelijkse sector in Zwolle is, in vergelijking tot plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal relatief beperkt. Zwolle heeft ca. 11% minder winkels in de dagelijkse sector, de totale winkelruimte is ca. 6% kleiner. Gemiddeld beschikken plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal over 33 supermarkten, met een totale omvang van 32.117 m² wvo. In dit kader heeft Zwolle een beperkt supermarktaanbod. Ook is de schaalgrootte van de Zwolse supermarkten gemiddeld met 949 m² wvo iets kleiner dan die van vergelijkbare plaatsen (973 m² wvo).

Tabel 3.2: Aanbod dagelijkse sector Zwolle t.o.v. vergelijkbare plaatsen

	Zwolle (123.950 inwoners)[6]			Vergelijkbare plaatsen (100.000 tot 175.000 inwoners)[7]		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	132	32.486	246	153	36.499	238
Persoonlijke verzorging	45	6.731	150	46	6.537	142
Dagelijkse artikelen	177	39.217	222	199	43.037	216

Supermarktaanbod

De gemeente Zwolle beschikt over 27 supermarkten met een totale omvang van ruim 25.600 m² wvo. De grootste supermarkten in Zwolle zijn de Albert Heijn van bijna 2.000 m² wvo in winkelcentrum Diezerpoort, de Albert Heijn in Zwolle-Zuid van ruim 2.200 m² wvo en Albert Heijn in Stadshagen van 2.000 m² wvo. Ruim een derde van de supermarkten in Zwolle voldoet aan de huidige maatstaven voor moderne supermarkten (service-supermarkten ca. 1.250 – 1.750 m² wvo, discounters ca. 1.000 – 1.200 m² wvo). Opvallend is dat de supermarkten in het discountsegment allen een relatief beperkte omvang hebben. De Lidl aan het Bachplein in winkelcentrum Holtenbroek is het grootst met ca. 950 m² wvo.

Winkelcentrum Diezerpoort heeft in totaal 7 supermarkten, wat relatief veel is voor een binnenstedelijke winkelstraat. De combinatie van de grootschalige Albert Heijn, een Aldi, Lidl, Coop, Ekoplaza en twee kleinere allochtone supermarkten zorgt voor een sterke trekkracht. Het wijkcentrum AA-landen heeft eveneens een sterk complementair supermarktaanbod, met een Albert Heijn, Lidl en Jumbo. Stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid heeft een Albert Heijn van moderne omvang en Lidl. Opvallend is dat de binnenstad van Zwolle slechts één supermarkt telt, namelijk de GooodyFooods van ruim 600 m² wvo. Een bin-

6 Bron: Gemeente Zwolle.
7 Gewogen naar het inwonertal van Zwolle.

nenstad vergelijkbaar met die van Zwolle[8] telt gemiddeld ca. 5 supermarkten met een totale omvang van ruim 9.000 m² wvo. Het supermarktaanbod in de binnenstad van Zwolle is daarmee relatief beperkt. De overige supermarkten zijn verspreid over diverse buurt- en wijkcentra. In Zwolle zijn 4 van de 27 supermarkten niet in een winkelcentrum gevestigd. In vergelijking tot het landelijk gemiddelde (ca. 15% verspreid) is de omvang van het verspreide supermarktaanbod relatief beperkt (Zwolle ca. 13%).

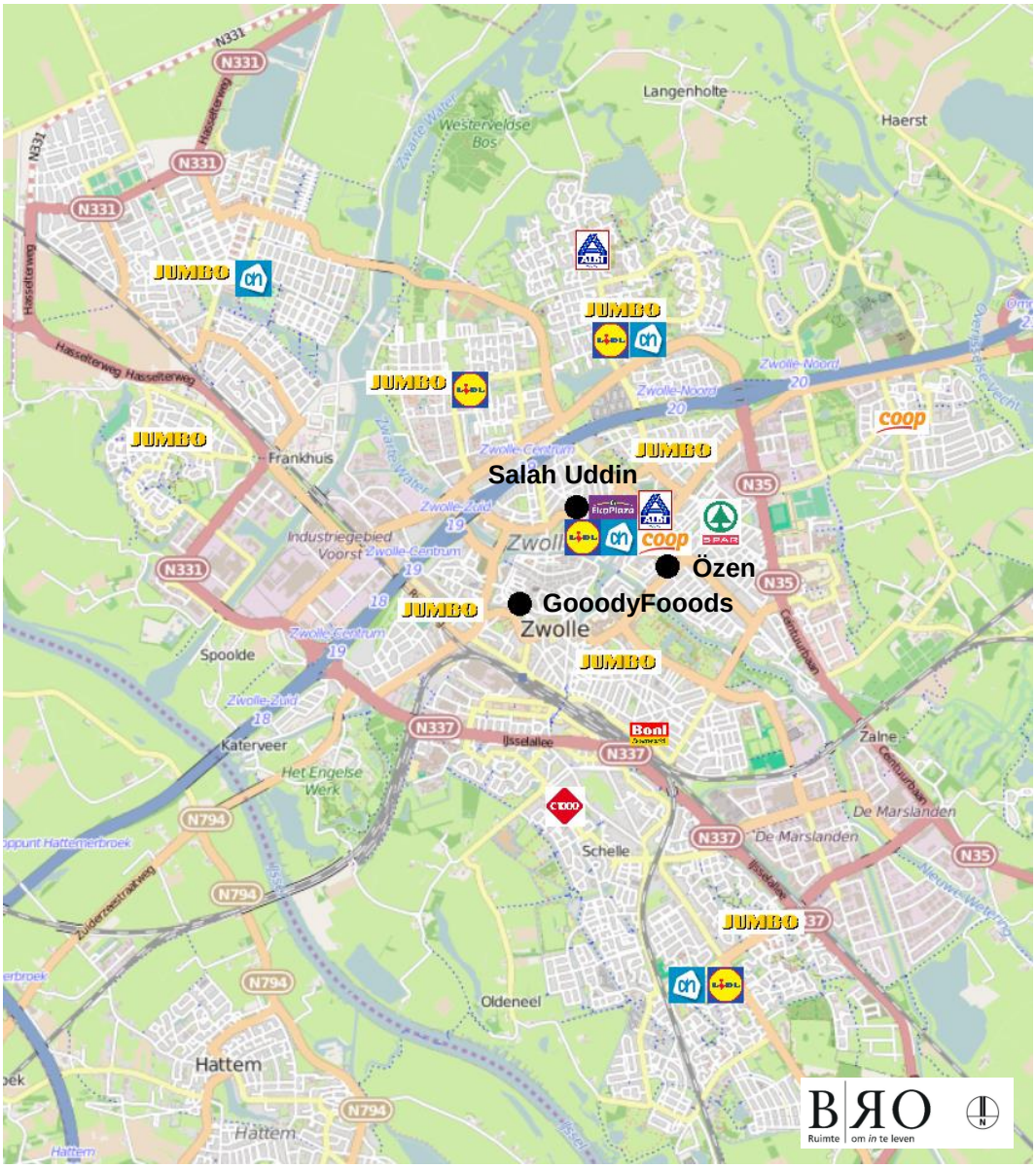
Tabel 3.3: Supermarktaanbod Zwolle

Naam/Formule	Adres	m² wvo	Winkelgebied	Winkelgebiedstype
Gooody Fooods	Potgietersingel 1	637	Centrum Zwolle	Hoofdwinkelgebied groot
Albert Heijn	Dobbe 61	1.222	AA-landen	Wijkcentrum groot
Lidl	Dobbe 10	763	AA-landen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Dobbe 3	1.061	AA-landen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Assendorperstraat 71	1.003	Assendorperstraat	Binnenstedelijke winkelstraat
Jumbo	Sellekamp 24	905	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Boni	Deventerstraatweg 20	935	Deventerstraatweg	Buurtcentrum
Özen	Thomas A Kempisstraat 25	237	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
EkoPlaza	Vechtstraat 50	336	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Albert Heijn	Klein Grachtje 16	2.000	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
ALDI-Markt	Bisschop Willebrandlaan 28	502	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Salah Uddin	Vechtstraat 30	209	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Coop	Vechtstraat 60	916	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Lidl	Klein Grachtje 18	615	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Jumbo	Hogenkampspassage 10	1.449	Hogenkampsweg	Buurtcentrum
Lidl	Van Der Capellenstraat 45	796	Zwolle-Zuid	Stadsdeelcentrum
Albert Heijn	Pijmanstraat 18	2.226	Zwolle-Zuid	Stadsdeelcentrum
Jumbo	Petuniaplein 23	778	Petuniaplein	Buurtcentrum
Albert Heijn	Wade 10	1.947	Stadshagen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Wade 102	1.375	Stadshagen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Veemarkt 20	1.593	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Spar	Roemer Visscherstraat 19	350	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
ALDI-Markt	Rijnlaan 125	555	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Jumbo	Bachplein 14	1.085	Holtenbroek	Wijkcentrum klein
Lidl	Bachplein 11	954	Holtenbroek	Wijkcentrum klein
Coop	Campherbeeklaan 54	494	Campherbeeklaan	Buurtcentrum
C1000	Forelkolk 108	690	Forelkolk	Supermarktcentrum
Totaal		25.633		

[8] Binnensteden en hoofdcentra groot in plaatsen met 100.000 tot 175.000 inwoners.

Supermarktstructuur

Figuur 3.4: Supermarktaanbod Zwolle

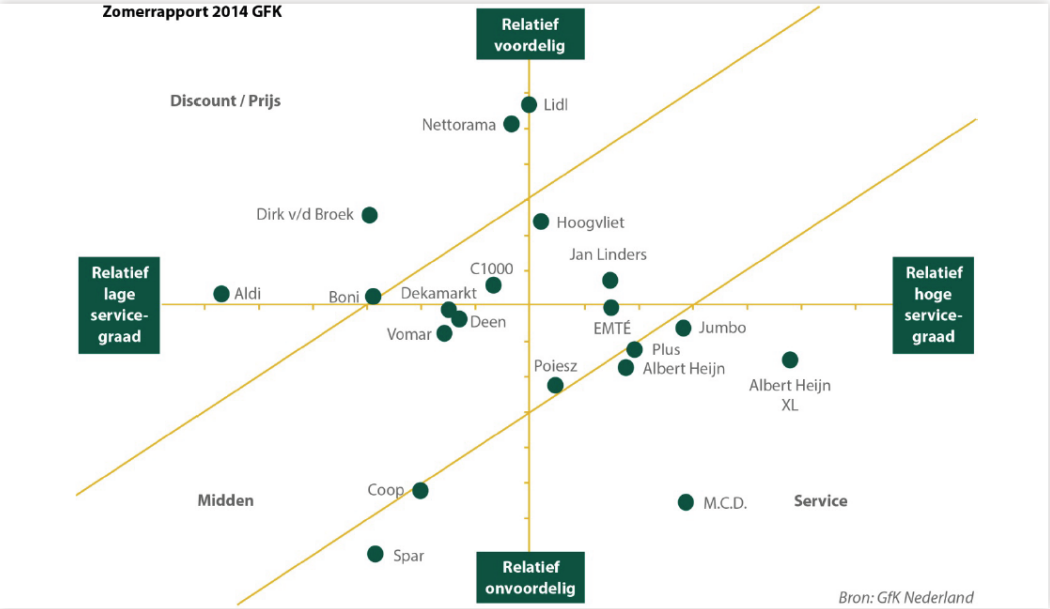


Uit het bovenstaande kaartbeeld blijkt dat het supermarktaanbod binnen de Zwolle redelijk evenwichtig verspreid aanwezig is. Vrijwel alle inwoners hebben dan ook binnen een aanvaardbare afstand toegang tot een supermarkt. Uit de bovenstaande kaart blijkt het aanzienlijke marktaandeel van Jumbo (ruim 36% van het totaal aantal m² wvo supermarkt).

Segmentatie

De consument heeft in Zwolle de beschikking over 4 Lidl en 2 Aldi discountsupermarkten en 21 supermarkten in midden/service-segment, te weten 8 Jumbo-supermarkten, 4 Albert Heijn-supermarkten, 2 Coop, één Boni-supermarkt, één Ekoplaza-supermarkt, één C1000-supermarkt, één Spar-supermarkt en drie zelfstandige formules. Hiermee heeft de consument in Zwolle relatief ruime keuzemogelijkheden in het midden/service-segment. Op de volgende pagina is een figuur weergegeven met daarin de supermarktpositionering van de diverse formules naar service en prijs.

Figuur 3.5: Supermarktpositionering naar service en prijs (Bron: Gfk Zomerrapport 2014)



Leegstand

In Zwolle staan in totaal 95 verkooppunten leeg[9], met een totale omvang van ruim 16.000 m² wvo. Dit komt neer op circa 5,6% van het aantal verkooppunten en 4,3% van het totale winkelvloeroppervlak[10]. Zwolle heeft in vergelijking tot plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal relatief weinig leegstand (referentieplaatsen: leegstaande verkooppunten 7,2% en winkelmeters 7,3%). Het betreft vooral veel kleinschalige winkelpanden. Bijna 46% van de totale omvang van de leegstand (7.400 m² wvo) concentreert zich in de binnenstad van Zwolle. Ca. 13% van de leegstand (2.089 m² wvo) bevindt zich in de binnenstedelijke winkelstraten Diezerpoort en Assendorperstraat. Ca. 9% van de leegstand (1.408 m² wvo) ligt in stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid. De overige leegstand is verdeeld over de buurt- en wijkcentra of ligt verspreid.

[9] Peildatum, maart 2015.

[10] Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

In de onderstaande tabel is een overzicht weergegeven van de grootste leegstaande panden in Zwolle. Hieruit blijkt dat het pand Pannekoekendijk 3 met 1.425 m² wvo het grootste leegstaande pand in Zwolle is.

Tabel 3.6: Top-5 grootste leegstaande panden Zwolle

Adres	m² wvo	Winkelgebied	Winkelgebiedstype
Pannekoekendijk 3	1.425	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Hogenkampsweg 33	770	Hogenkampsweg	Buurtcentrum
Rieteweg 18	626	Bedrijfsterrein	Verspreide bewinkeling
Achter De Broeren 14	623	Centrum Zwolle	Hoofdwinkelgebied groot
Eiland 9	564	Centrum Zwolle	Hoofdwinkelgebied groot

3.1.2 Aanbod binnenstad Zwolle

De binnenstad van Zwolle telt 329 winkels, met een totale omvang van ca. 63.600 m² wvo. Vergeleken met centra van plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal is het aanbod in Zwolle relatief beperkt. Dit wordt voor een groot deel verklaard door het beperkte dagelijkse aanbod (bijna de helft minder). Wat opvalt is dat de schaalgrootte van winkels in de branche 'bruin en witgoed' in Zwolle relatief groot is ten opzichte van vergelijkbare plaatsen. Dit kan worden verklaard door een Media Markt-vestiging van 3.300 m² wvo.

Tabel 3.7: Aanbod centrum Zwolle en vergelijkbare plaatsen naar branche

	Zwolle (123.950 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (100.000 tot 175.000 inwoners)		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	30	2.327	78	41	5.566	136
Persoonlijke verzorging	12	1.879	157	17	2.619	153
dagelijkse artikelen	42	4.206	100	58	8.185	141
Warenhuis	2	8.781	4.391	2	9.184	3.947
Kleding en mode	116	21.499	185	126	26.140	207
Schoenen en lederwaren	28	5.886	210	28	4.605	162
Juwelier en optiek	23	1.483	64	21	1.343	64
Huishoudelijke en luxe artikelen	20	3.721	186	19	3.593	189
Antiek en kunst	5	281	56	9	577	67
Sport en spel	19	3.291	173	19	5.091	262
Hobby	12	1.671	139	10	1.215	123
Media	8	2.440	305	13	1.820	145
Dier en plant	2	112	56	6	487	83
Bruin- en witgoed	16	5.182	324	19	2.682	142
Fietsen en autoaccessoires	3	525	175	4	675	165
Doe-het-zelf	-	-	-	2	479	251
Wonen	22	3.390	154	22	5.384	246
Detailhandel overig	11	1.141	104	26	3.048	116
niet-dagelijkse artikelen	287	59.403	207	326	66.322	203
Totaal detailhandel	329	63.609	193	384	74.507	194

De binnenstad van Zwolle heeft een belangrijke regionale functie. Een belangrijke doelstelling voor Zwolle is dat de Zwolse binnenstad in de toekomst gaat functioneren als hét centrale winkelgebied voor Overijssel. De grootste winkels in de binnenstad zijn Media Markt, V&D, H&M en C&A. De Primark en Zara zullen respectievelijk in 2016 en 2017 een vestiging openen in de binnenstad, waardoor de regionale aantrekkingskracht van de binnenstad zal toenemen.

3.2 Trends en ontwikkelingen

Aanbodzijde algemeen

De dagelijkse artikelensector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder is de laatste jaren sterk in beweging: de belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn:

- De trend tot schaalvergroting zet verder door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service supermarkten hebben een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.200 m² wvo omvatten. In grote steden maken sommige supermarkten een schaalsprong tot grootschalige supermarkten (3.000-4.000 m² wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaalsprong zichtbaar.
- Supermarktenorganisaties stemmen de omvang van hun winkels tegenwoordig meer dan voorheen af op de omvang van het (beoogde) marktgebied: grotere winkels met een wijk- of stadsdeelverzorgende functie en kleinere met een buurt- of dorpsfunctie. Supermarkten van 800-1.000 m² wvo kunnen die laatste functie vaak al goed invullen.
- Het benodigd draagvlak voor voorzieningen wordt - als gevolg van de schaalvergroting - steeds groter. De extra winkelmeters worden deels door een groter draagvlak terugverdiend. Aspecten als autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden hangen samen met deze ontwikkeling en worden daarom steeds belangrijker. Om het draagvlak toch te kunnen realiseren, opteren supermarkten steeds vaker voor locaties buiten reguliere winkelgebieden (meer ruimte).
- Tegelijkertijd is er een opleving van dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra zichtbaar. Er is in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het verbeteren van het verblijfsklimaat in dergelijke centra en het uitbreiden van de winkelruimte. Het aanbod concentreert zich steeds meer in de grotere winkelcentra. Vooral de supermarkten maken waar mogelijk een schaalsprong in deze sterk op boodschappen doen gerichte centra. Op wijk-, buurt- en dorpsniveau zijn supermarkten de belangrijkste publiekstrekkers.
- Supermarkten hebben steeds minder ieder hun eigen afgebakende verzorgingsgebied en de grootste supermarkten hebben vaak een aanvullende functie (een soort paraplufunctie) ten opzichte van kleinere supers in de omgeving. Het gaat bij deze grootste supermarkten vaak om centrumsupermarkten, maar dit kan ook opgaan voor min of meer solitaire grootschalige supermarkten (veelal gelegen tussen grotere woongebieden).

- Factoren als een ruime overzichtelijke indeling, een breed assortiment, hygiëne en behulpzaam, vriendelijk personeel spelen een belangrijke rol in de supermarktkeuze van de consument.
- De marktsegmentatie bij supermarkten vervaagt; behalve in discountsupermarkten is er vrijwel overal sprake van een grote variatie in prijsstelling van de aangeboden producten. Bovendien ligt tegenwoordig het prijsniveau ook in diverse servicesupermarkten op een laag niveau door onder meer de toename van huismerken. Binnen het discountsegment krijgt Lidl langzamerhand meer een service-karakter.
- Aan de onderkant van de markt ontstaan nieuwe initiatieven voor budgetsupermarkten die partijmatig artikelen verkopen.
- Tegelijkertijd is er ook een trend met meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt etc. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten.
- Branche- en sectorvervaging doen zich voor in diverse branches, waaronder de supermarktenbranche. In supermarkten wordt in toenemende mate non-food artikelen aangeboden, vaak op actiematige wijze. Vooral discountsupermarkten bieden deze non-food artikelen aan. Maar ook het vaste non-food assortiment in grotere winkels wordt breder.
- In navolging van de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben verschillende overnames en fusies plaatsgevonden. Albert Heijn, Jumbo en Lidl zijn sterk uit de strijd gekomen, de formules Edah, Super de Boer en C1000 zijn het slachtoffer geworden. Kleinschalige supermarkten, versspeciaalzaken op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt hebben het moeilijker gekregen.
- De filialisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit. De consument rekent deze formules tot het basisaanbod. Het aandeel filiaalbedrijven nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 35%, ten koste van het aantal zelfstandige bedrijven.
- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandigen wordt bemoeilijkt door filialisering en vergrijzing van het ondernemersbestand. De verwachting is dat het aandeel filiaalbedrijven ook in de toekomst verder gaat stijgen en dat het aandeel zelfstandige ondernemers verder gaat afnemen. Daarnaast staat de positie van de kleine zelfstandige winkelier onder druk door vergrijzing van het ondernemersbestand. De leeftijdsopbouw van het ondernemersbestand is nog sneller aan het vergrijzen vergeleken met onze bevolking. Ruim 35% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Uit eerder onderzoek van Inretail (CBW-MITEX) blijkt dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wil stoppen. In veel gevallen is er geen opvolging, waardoor veel winkels (gedwongen) zullen sluiten.
- Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.

- Het aantal auto's neemt nog steeds toe. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe. 'No parking, no business'.
- Trafficlocaties worden steeds belangrijker. Niet alleen op vliegvelden, maar ook op trein- en busstations is steeds meer detailhandel te vinden, zowel op het gebied van dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen.
- Internet is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel).
- De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De komst van afhaalpunten zou dit kunnen veranderen. De verwachting voor de dagelijkse artikelensector is echter dat het aandeel van de internetbestedingen ondanks de komst van de afhaalpunten, tamelijk gering zal blijven, enerzijds omdat dit slechts een beperkte consumentengroep zal aanspreken, anderzijds omdat er in Nederland sprake is van een dicht netwerk aan buurt- en wijkcentra met goede, relatief goedkope supermarkten en andere aanbieders.

Vraagzijde algemeen

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, andersom heeft het veranderende koopgedrag gevolgen voor de aanbodstructuur. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen, ook bij de supermarkt, wel is het bestede bedrag per bezoek toegenomen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra in verband met het gemak van ruime keus.
- Door een grotere mobiliteit en de beschikbare informatie voor de consument (o.a. Internet) is het referentiekader van de consumenten in de afgelopen jaren ruimer geworden. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in supermarkten (volledige assortimenten), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. Deze prijsbewuste consument is sterk op de prijsvriendelijke en discountsupermarkten georiënteerd.

- In de dagelijkse sector worden de aankopen door de consument nog steeds dicht bij huis gedaan. Dit aanbod blijft dan ook (mits het voldoet aan het verwachtingspatroon) in buurt, wijk en kern veel perspectief behouden.
- Door de veranderende bevolkingssamenstelling verandert ook de behoefte van de consument. Zo worden de winkelvoorzieningen in de wijk belangrijker door de toenemende vergrijzing.
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- De samenstelling van huishoudens verandert door minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.
- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal mensen met een beneden modaal inkomen.
- Door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoonshuishoudens) is het arbeidspatroon veranderd en neemt de druk op vrije tijd bij grote groepen huishoudens toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.
- Koopstromenonderzoeken laten verschuivingen zien in het koop- en bestedingsgedrag van de consument[11]. De mate waarin de consument haar dagelijkse boodschappen doet in de eigen woonplaats is gedaald (koopkrachtbinding gemiddeld 5% lager). De consument is minder trouw aan het eigen boodschappenaanbod. De binding ligt logischerwijs een stuk hoger wanneer centra met een sterker winkelaanbod op grotere afstand liggen. Het zijn de centra nabij grotere of sterkere winkelgebieden die in de verdrukking komen. De concurrentie tussen winkelgebieden is toegenomen. Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking zijn noodzakelijk om de concurrentiepositie te blijven behouden.

3.3 Beleidskaders

3.3.1 Provinciaal

Omgevingsvisie Overijssel

In de omgevingsvisie van de provincie Overijssel wordt de huidige detailhandelsstructuur in Overijssel als omvangrijk en zeer divers benoemd. De consument heeft voldoende keus uit winkelgebieden voor verschillende typen aankopen. De detailhandel wordt als een belangrijke motor van de lokale economie beschouwd. De provincie stimuleert de winkelfunctie in de binnensteden. Dit wordt gedaan door beperkingen op te leggen aan detailhandel buiten de kernen. Er wordt door de provincie dus in principe geen medewerking verleend aan zogenaamde ‘weidewinkels’.

[11] Platform Binnenstadsmanagement en SSM, De weerbare binnenstad (2012)

3.3.2 Lokaal

Kadernota detailhandel 2012-2020
De gemeente Zwolle kiest voor een vitale en toekomstbestendige binnenstad en zet daarmee in op het verbeteren van de winkelpositie van de binnenstad. De historische binnenstad met haar vele winkels en horecagelegenheden is het uithangbord van Zwolle. Doel van de gemeente is ervoor te zorgen dat de huidige trends en ontwikkelingen zich niet uiten in een afnemend aantal bezoekers en bestedingen in de Zwolse binnenstad. Daarnaast heeft de gemeente Zwolle de wens een nieuwe perifere locatie te ontwikkelen. Ten aanzien van de buurt- en wijkcentra zet de gemeente Zwolle in op handhaving van het bestaande aanbod.

Zwolle wil in de komende jaren tot de top van de Nederlandse binnensteden behoren. Voor het realiseren van deze ambitie zet de gemeente in op een aantal thema's, namelijk een multifunctioneel aanbod, optimale bereikbaarheid en parkeervoorzieningen, grote dynamiek, hoge ruimtelijke kwaliteit/uitstraling, professionele marketing, centrummanagement en monitoring.

De supermarktontwikkeling op het Katwolderplein wordt in de kadernota specifiek benoemd. Een 'full-sized' supermarkt van ca. 1.500 tot 2.000 m² wvo op het Katwolderplein is wenselijk. In de kadernota wordt een uitbreidingsruimte berekend van ca. 9.450 m² wvo voor de dagelijkse sector in Zwolle in 2020, wat in theorie voldoende is om het planinitiatief op het Katwolderplein te realiseren.

3.4 Plannen en initiatieven

Los van het in de inleiding van dit rapport beschreven planinitiatief, spelen er de volgende relevante andere planinitiatieven in Zwolle:

- Op bedrijventerrein Voorst zal naast de Gamma zich een Aldi vestigen van 1.500 m² bvo (ca. 1.200 m² wvo). Het huidige bestemmingsplan laat dit toe.
- Winkelcentrum Stadshagen zal in het voorjaar van 2015 een kwaliteitsverbetering krijgen. Centraal hierin staat het toevoegen van meer groen en het verbeteren van de fysieke openbare ruimte. Daarnaast worden dit jaar gesprekken gestart over een uitbreiding van de winkelruimte. Deze plannen zullen echter niet voor 2020 uitgevoerd worden.
- De C1000 aan de Forelkolk zal verdwijnen en plaatsmaken voor een Albert Heijn. De huidige supermarktomvang zal worden uitgebreid met ca. 200 m² wvo.[12]

De meeste bovengenoemde plannen en initiatieven hebben een zachte planstatus. De komst van een supermarkt op bedrijventerrein Voorst en uitbreiding van C1000 (Albert

[12] Inmiddels is bekend dat dit initiatief reeds is uitgevoerd.

Heijn) hebben als enige een harde planstatus. Het gaat hier om een toevoeging van in totaal ca. 1.400 m² wvo.

3.5 Draagvlak

Bevolkingsomvang en –ontwikkeling

De gemeente Zwolle telt anno 2015 ca. 123.950 inwoners[13]. Er bestaan verschillende bevolkingsprognoses. De meest relevante bevolkingsprognoses zijn die van de gemeente Zwolle en het PBL/CBS[14]. De prognose van de gemeente is ten opzichte van het PBL/CBS iets positiever. Om de bevolking naar de toekomst toe zo goed mogelijk in te schatten hanteren wij voor de marktruimteberekening een gemiddelde van 130.005 inwoners voor 2020 in Zwolle. Na 2020 zal het aantal inwoners nog verder toenemen.

Tabel 3.8: Bevolkingsgroei gemeente Zwolle

	Gemeente Zwolle	PBL/CBS	Gemiddeld
2015	123.950	123.950	123.950
2020	130.910	129.100	130.005
2025	136.370	135.000	135.685
2030	n.v.t.	140.200	140.200

Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Zwolle bedraagt circa € 14.700,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt daarmee 2,6% lager dan het landelijk gemiddelde[15]. Bij een afwijking groter dan 5% is het bij distributie planologisch onderzoek gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen. In dit geval is een correctie dus niet noodzakelijk en zal het landelijk gemiddelde bestedingscijfer worden gehanteerd bij het berekenen van het functioneren. In Nederland wordt in de dagelijkse artikelensector gemiddeld circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking besteed[16].

Effect internet

De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen jaren zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met ongeveer 2% gestegen. Hoewel 2014 geen groei liet zien, is de verwachting dat de groei de komende jaren wel gestaag door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

13 Bron: Gemeente Zwolle, o.b.v. voorlopig inwonertal december 2014.
14 Bron: PBL/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2013-2040
15 Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2012.
16 Bron: Detailhandel.info, cijfers uit 2013, bewerking BRO

Koopstromen
In het Koopstromenonderzoek Overijssel 2010 zijn de koopstromen van plaatsen in Overijssel onderzocht. Hieruit komt naar voren dat de dagelijkse sector in Zwolle een koopkrachtbinding heeft van 96%. De koopkrachttoevloeiing, het aandeel omzet van buiten Zwolle, was 13%. Naar verwachting zijn de koopstromen niet veel veranderd en zullen de effecten van de plannen op de totale koopstromen beperkt zijn. Wel zal de supermarkt iets meer koopkracht van buiten Zwollen trekken, aangezien de locatie een belangrijk bronpunt voor regionale bezoekers van de binnenstad zal worden. Deze regionale bezoekers zullen daardoor wellicht ook gebruik maken van de supermarkt. Hierdoor achten wij een koopkrachttoevloeiing van 13%, ook bij een hoger inwonertal van Zwolle zelf, haalbaar.

3.6 Functioneren en uitbreidingsruimte

In navolgende tabel is op basis van de hiervoor aangegeven gegevens een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijks artikelenaanbod in Zwolle. Hiervoor wordt de omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) als indicator gebruikt.

Tabel 3.9 Benadering functioneren dagelijkse sector Zwolle

	2015	2020
Aantal inwoners	123.950	130.005
Bestedingen per hoofd (€)	2.462	2.462
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	305,2	320,1
Koopkrachtbinding	96%	96%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	292,0	307,3
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	13%	13%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	43,6	45,9
Totale besteding (€ mln.)	335,7	353,2
Huidig wvo (m²)	39.217	39.217
Omzet per m² wvo (€)	8.575	9.025
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo)	7.467	7.467
Uitbreidingsruimte (afgerond)	5.700	8.000

De gemiddelde omzet per m² wvo in de dagelijkse sector in Zwolle bedraagt € 8.575,-, wat hoger is dan het landelijk gemiddelde van € 7.467,-. Het dagelijks aanbod in Zwolle functioneert daarmee bovengemiddeld. Naar de toekomst toe wordt een stijging van het inwonertal verwacht. De bestedingen blijven constant. De binding zal nagenoeg gelijk blijven. Op basis van de huidige omvang van het dagelijks aanbod bestaat er tot 2020 een uitbreidingsruimte van ca. 8.000 m² wvo. Waar deze uitbreidingsruimte binnen de gemeente Zwolle precies ontstaat is op basis van deze berekening niet te zeggen. Als rekening wordt gehouden met de komst van een supermarkt van ca. 1.200 m² wvo op bedrijventerrein Voorst en de uitbreiding van C1000 (Albert Heijn) van ca. 200 m² wvo,

blijft er binnen de gemeente Zwolle nog steeds voldoende distributieve ruimte over voor de vestiging van een supermarkt aan het Katwolderplein (ca. 6.600 m² wvo).

Kwaliteit boven kwantiteit
De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

3.7 Effecten

Effecten Zwolle
Uit het voorgaande blijkt dat de supermarktontwikkeling op het Katwolderplein resulteert in een versterking van de detailhandelsstructuur en een verbetering van de consumentenverzorging in dit gebied. De berekening voor Zwolle als geheel geeft aan dat er voldoende distributieve ruimte voor een uitbreiding van de dagelijkse artikelensector is, en theoretisch wordt het bestaande aanbod daarom niet in haar bestaan bedreigd.

Toch is het niet volledig uit te sluiten dat er, als gevolg van de vestiging van een nieuwe supermarkt, effecten zullen zijn op het bestaand aanbod. Deze (beperkte) effecten zullen zich vooral richten op de supermarkten in de directe omgeving, als gevolg van omzetverlies. De effecten zullen zich echter spreiden over meerdere aankoopplaatsen in de directe omgeving, maar zeker ook verder weg. Zo verwacht BRO dat er straks wat minder koopkracht naar de Jumbo aan de Veemarkt zal gaan. De solitaire ligging van deze su-

permarkt zorgt er voor dat de locatie minder belangrijk is voor de supermarktstructuur. Hoewel het onwaarschijnlijk is dat deze supermarkt zal verdwijnen, is het zelfs in dat geval niet onaanvaardbaar voor de detailhandelsstructuur of consumentenverzorging. Ook zullen de supermarkten rond de Diezerpoort mogelijk enige nadelige effecten ondervinden. Het supermarktaanbod is echter al zeer fors rond dit winkelgebied. Mocht er een supermarkt verdwijnen, dan zal dit vooral worden veroorzaakt door de concurrentie in dit gebied zelf. De effecten op de GooodyFooods-supermarkt in de binnenstad zullen zeer beperkt zijn. Deze supermarkt bedient een eigen nichemarkt en heeft een eigen specifieke doelgroep. De effecten op de nieuwe Aldi aan de Rietweg zullen eveneens gering zijn, aangezien deze Aldi vooral doelgericht bezocht zal worden. Wel zullen de effecten groter zijn indien een andere discounter (bijvoorbeeld Lidl) zich vestigt aan het Katwolderplein. Mocht de Aldi als gevolg van een nieuwe supermarkt verdwijnen, zal dit geen negatief effect hebben op de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging. Ook zal de leegstand niet problematisch zijn, het ligt immers op een bedrijventerrein.

Discussie bestaat omtrent de omvang van de supermarkt. Zo is in het huidige bestemmingsplan ruimte voor een supermarkt van maximaal 1.000 bvo (800 m² wvo). De extra toevoeging van 500 m² bvo (400 m² wvo) is echter niet (volledig) toegestaan. Ten aanzien van de effecten maakt het weinig uit of er een supermarkt van 800 m² wvo of 1.200 m² wvo komt. De supermarkt zal deze extra winkelruimte vooral gebruiken om meer comfort te bieden aan de consument. Denk hierbij aan het verbreden van de wandelpaden en de winkelrekken. De beperkte effecten zijn dus vooral te wijten aan de supermarkt in zijn geheel en niet aan de extra toevoeging van 400 m² wvo.

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten

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

Dagelijkse artikelen
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

Bestedingspotentieel
Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)
Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit
Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

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

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

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

Bijlage 2: Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

4. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
5. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
6. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld."

Enkele treden van de Ladder verdienen een nadere toelichting.

Actuele regionale behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. van het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

Aandacht voor leegstand

Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand; kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemerskli-

maat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder.

- ABRS 26 maart 2014 (*ECLI:RVS:2014:1101)*
  "De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden."

- ABRS 18 september 2013 (*201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)*
  Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.

- ABRS 18 juni 2014 *(201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)*
  Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).

Vernieuwing en marktruimte

In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit al in navolgende uitspraak naar voren:

- VzABRS 17 februari 2014 (*201310222/2/R6, Herontwikkeling De Plu Heerlen)*
  De voorzitter accepteert hier dat nieuwe ontwikkelingen voor een kwaliteitsimpuls in de voorzieningenstructuur kunnen zorgen die (in het kader van de Ladder) een extra (eigen) behoefte genereert c.q. creëert. Hiertoe dient wel de bestaande leegstand inzichtelijk gemaakt en meegewogen te worden.

Bijlage 3: Overzicht leegstaande panden gemeente Zwolle

Aangezien panden kleiner dan 500 m² wvo per definitie functioneel ongeschikt zijn voor het huisvesten van een moderne supermarkt zijn deze niet meegenomen in dit overzicht. Het betreft daarmee alleen panden van 500 m² wvo of groter.

Tabel A: Leegstand Zwolle

Adres	Omvang (m² wvo)	Type leegstand	Locatie
Pannekoekendijk 3	1.425	Langdurig	Bebouwde kom
Hogenkampsweg 33	770	Aanvang/Frictie	Hogenkampsweg
Rieteweg 18	626	Langdurig	Bedrijfsterrein
Achter De Broeren 14	623	Aanvang/Frictie	Centrum Zwolle
Eiland 9	564	Aanvang/Frictie	Centrum Zwolle
Drietrommeltjessteeg 12	536	Langdurig	Centrum Zwolle
Marsweg 33	526	Langdurig	Bedrijfsterrein
Overtoom 51	504	Structureel	Stadshagen

BRO heeft vestigingen in Boxtel | Amsterdam | Tegelen
www.BRO.nl