



Visie supermarktenstructuur Woerden

·dtnp·

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: gemeente Woerden
Contactpersoon: mevrouw M. Luyt

Projectleider DTNP: de heer J. Vlek

Projectnummer: 1692.0216
Datum: 2 mei 2016

Visie supermarktenstructuur Woerden

·dtnp·

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
1.1	Aanleiding	2
1.2	Vraagstelling	2
1.3	Leeswijzer	2
2	Huidige situatie	3
2.1	Verhouding vraag-aanbod	4
2.2	Spreiding supermarkten	4
2.3	Conclusie	7
3	Trends en ontwikkelingen	8
3.1	Relevante landelijke trends	9
3.2	Lokale ontwikkelingen	11
4	Toekomstvisie	12
4.1	Beleiduitgangspunten	13
4.2	Marktmogelijkheden	15
4.3	Gewenste structuur	16
4.4	Beleidskader	19
Bijlage 1	Indicatie marktmogelijkheden	22



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

In 2009 heeft DTNP in opdracht van de gemeente Woerden een detailhandelsstructuurvisie opgesteld. Hierin is ingegaan op de gewenste winkelstructuur en een passend beleidskader. Ingezet is op versterking van de binnenstad als hoofdcentrum, levensvatbare wijkwinkelcentra en behoud van het voorzieningenniveau in de kleine kernen.

Sindsdien doen zich, mede door de opkomst van internetwinkelen, structurele wijzigingen voor in de detailhandel en het consumentengedrag. Deze ontwikkelingen vragen om een actualisering van de beleidskaders. Net als in veel andere plaatsen is de supermarktbranche in Woerden behoorlijk in beweging. Een aantal supermarkten heeft wensen of plannen voor uitbreiding, en er zijn aanvragen voor nieuwe concepten zoals afhaalpunten. Daarnaast staat het functioneren van de dorpssupermarkten onder toenemende druk, terwijl deze voor de leefbaarheid in de kleine kernen van groot belang kunnen zijn. Om op adequate wijze te kunnen reageren op deze ontwikkelingen heeft de gemeente Woerden behoefte aan een actuele visie op de supermarktenstructuur.

1.2 Vraagstelling

Doel is te komen tot een actualisatie van de visie op de supermarktstructuur die inspeelt op landelijke trends en lokale ontwikkelingen. De volgende vragen worden beantwoord:

1. Hoe ziet de huidige vraag- en aanbodstructuur van supermarkten in de gemeente Woerden en omgeving eruit? Welke mutaties hebben zich voorgedaan sinds 2009?
2. Welke ontwikkelingen doen zich voor bij vraag en aanbod in Woerden en omgeving?
3. Welke relevante trends en ontwikkelingen doen zich voor in de detailhandel, de supermarktbranche in het bijzonder en het consumentengedrag?
4. Welke vigerende beleidsuitgangspunten en -doelstellingen van de gemeente zijn van belang voor het bepalen van de gewenste supermarktenstructuur?
5. Hoe verhouden de (toekomstige) vraag en het aanbod in de supermarktbranche in de gemeente Woerden zich tot elkaar? Hoe groot zijn de marktpotenties?
6. Welke supermarktenstructuur is gewenst voor de lange termijn?

7. Welke gemeentelijk beleidskader past daarbij, mede ook rekening houdend met planologisch-juridische aspecten?

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de huidige situatie van vraag (inwoners) en aanbod (ligging en omvang supermarkten) in Woerden. De situatie wordt vergeleken met die van 2009.

In hoofdstuk 3 wordt beknopt stilgestaan bij actuele trends en ontwikkelingen in de landelijke winkelmarkt en bij relevante ontwikkelingen in Woerden.

Hoofdstuk 4 bevat de visie op de toekomstige gewenste supermarktstructuur. Deze wordt mede bepaald op basis van gemeentelijke uitgangspunten en een berekening van de marktruimte. Tenslotte wordt ingegaan op het passend gemeentelijk beleidskader.



2 Huidige situatie

2.1 Verhouding vraag-aanbod

De gemeente Woerden telt circa 50.600 inwoners en bestaat uit vier woonkernen. Woerden is met ruim 36.000 inwoners de grootste kern. Harmelen, Kamerik en Zegveld bestaan (inclusief omringend buitengebied) respectievelijk uit circa 8.000, 4.000 en 3.000 inwoners* (kaart 1). In de hele gemeente zijn op dit moment elf supermarkten gevestigd met een totale omvang van circa 10.700 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Met 211 m² wvo per 1.000 inwoners heeft Woerden een iets kleiner supermarktaanbod dan gemiddeld in Nederland (244 m² wvo per 1.000 inwoners) (figuur 1).



Een van de twee supermarkten in Harmelen



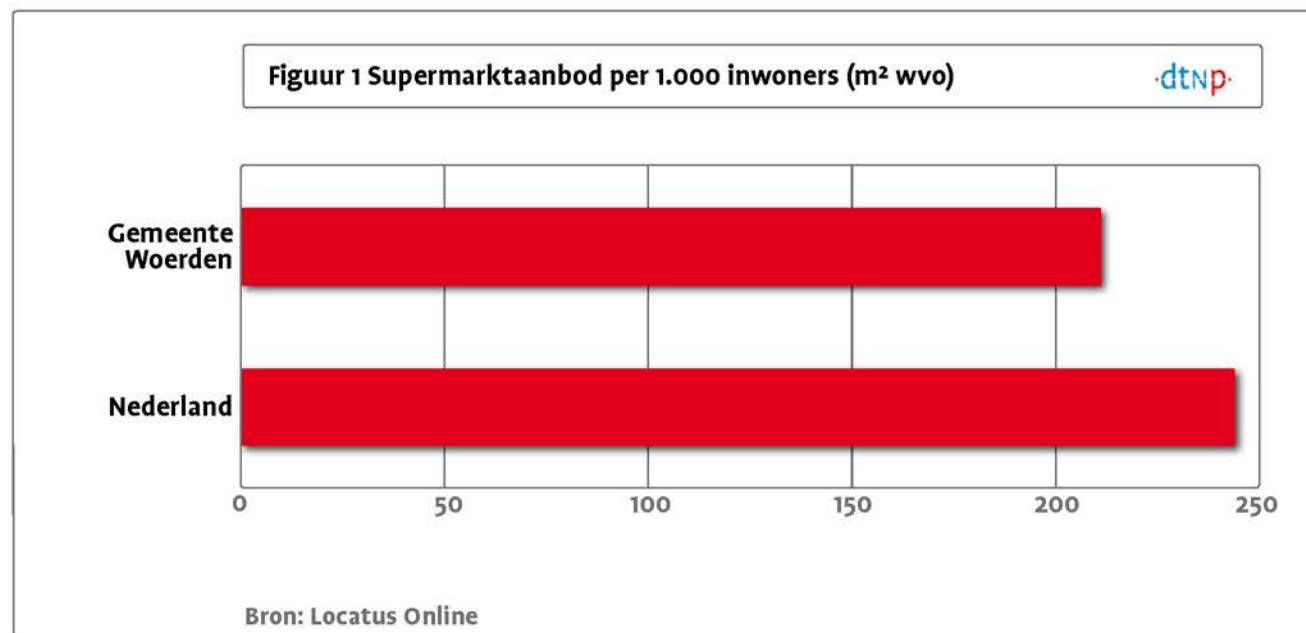
Lidl aan de Iepenlaan in Woerden

2.2 Spreiding supermarkten

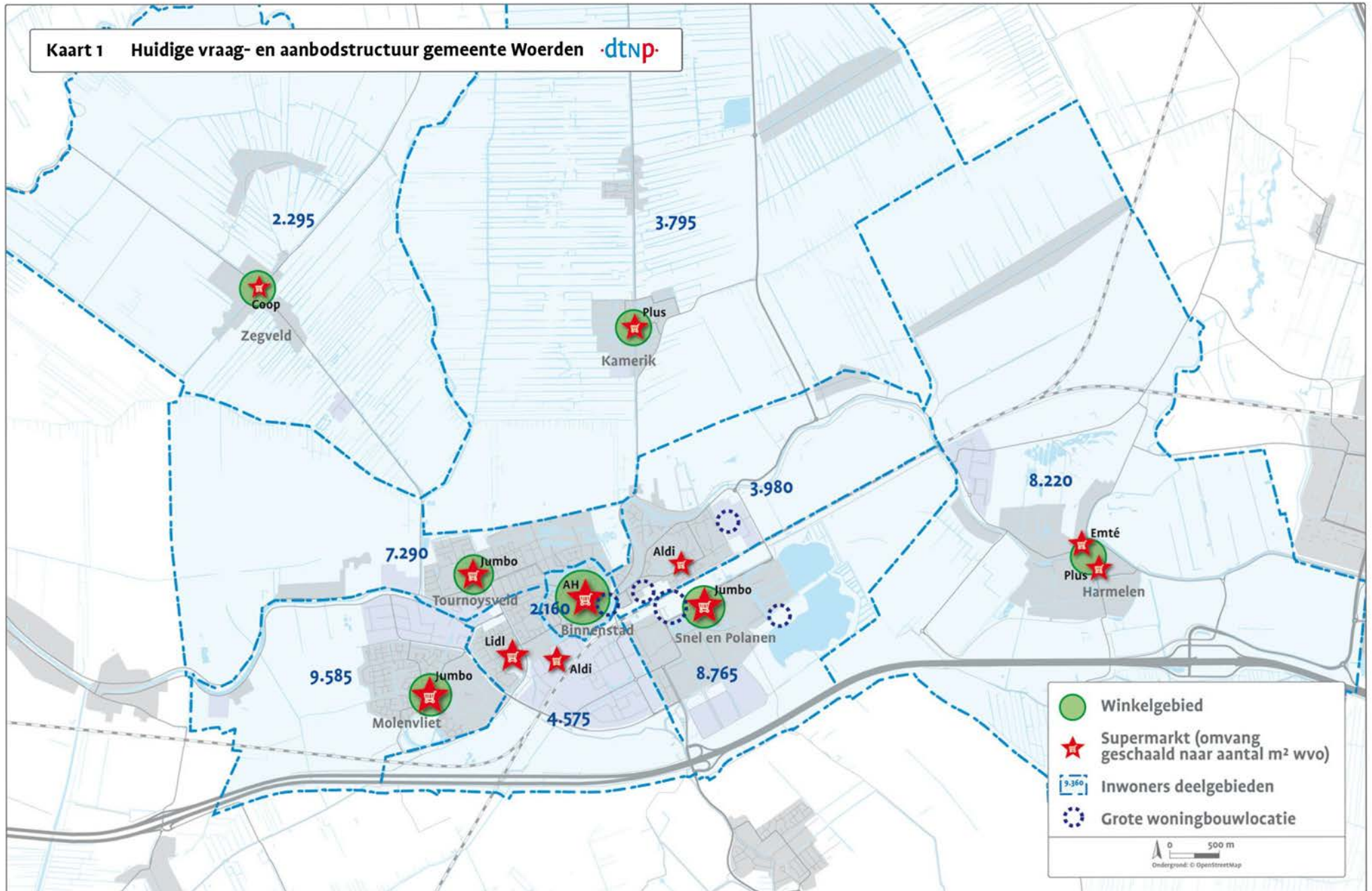
De huidige aanbodstructuur in Woerden bestaat uit de volgende winkelcentra en supermarktlocaties (kaart 1):

- **Binnenstad:** De binnenstad is met circa 23.000 m² wvo het hoofdcentrum van Woerden. Het aanbod bestaat voor het grootste deel uit niet-dagelijks winkelaanbod. Er is één supermarkt aanwezig: Albert Heijn aan de Wagenstraat

* Bron: CBS Statline (2016)



Kaart 1 Huidige vraag- en aanbodstructuur gemeente Woerden ·dtnp·



(circa 985 m² vvo). De omvang van deze supermarkt is naar huidige maatstaven beperkt. Deze supermarkt is de enige in het hoofdcentrum van Woerden. In veel andere, vergelijkbare hoofdcentra zijn vaak twee of meer supermarkten gevestigd. De aanwezige supermarkt is zowel gericht op de bezoekers van de binnenstad (uit Woerden en omliggende plaatsen), als op bewoners van de binnenstad en directe omgeving (ruim 2.000 inwoners). Na de ontwikkeling van 225 woningen op het Defensie-eiland zal het inwonertal hier nog gaan toenemen.

- **Winkelcentrum Tournoyveld:** In Tournoyveld is supermarkt Jumbo (1.060 m² vvo) de belangrijkste winkel. Dit centrum heeft een verzorgende functie voor de buurten Schilderskwartier, Vogelkwartier en Rietveld (samen ruim 7.000 inwoners). Het centrum heeft te maken met leegstand en maakt een wat verouderde indruk. Wel bestaat er een concreet plan voor toevoeging van Action aan het winkelcentrum.
- **Winkelcentrum Molenvliet:** De wijk Molenvliet in het westen van Woerden (± 9.500 inwoners) heeft ook een winkelcentrum met supermarkt Jumbo. Met een omvang van

circa 1.500 m² vvo is dit de grootste supermarkt van Woerden. Daarnaast is een compleet aanvullend pakket aan boodschappenwinkels aanwezig met een functie voor de eigen wijk en directe omgeving (ruim 9.000 inwoners). Het winkelcentrum maakt over het algemeen een verzorgde indruk.

- **Winkelcentrum Snel en Polanen:** In winkelcentrum Snel en Polanen is de derde vestiging van Jumbo (circa 1.420 m² vvo) aanwezig. Ook hier is dit de enige supermarkt in het centrum, dat verder bestaat uit een compleet aanbod boodschappenwinkels. Op dit moment telt het verzorgingsgebied, bestaande uit de buurten Snel en Polanen, Waterrijk en Cattenbroek circa 8.700 inwoners. Met de verdere ontwikkeling van Waterrijk (200 woningen) en Snellerpoort (300 woningen tot 2020, daarna nog 400) zal het aantal inwoners hier nog flink toenemen.
- **Supermarkt Staatsliedenkwartier:** De bijna 4.000 inwoners van het Staatsliedenkwartier, Breeveld en Geestdorp hebben niet de beschikking over een winkelcentrum, wel is er een kleine discountsupermarkt (Aldi, circa 700 m² vvo). Mogelijk neemt het

draagvlak iets toe met de ontwikkeling van het Campinaterrein (230 woningen) en Den Oudstenterrein (100 woningen).

- **Supermarkten Bloemen- en bomenkwartier/ Honthorst:** Ten westen van de binnenstad liggen op korte afstand van elkaar twee solitaire (discount)supermarkten: Lidl (circa 1.165 m² vvo) en Aldi (circa 800 m² vvo). Mede door de ligging aan een doorgaande route en het onderscheidende segment hebben deze supermarkten een verzorgingsfunctie voor de hele gemeente.
- **Centrum Harmelen:** De tweede kern in de gemeente is Harmelen met ruim 8.000 inwoners. In het centrum zijn twee relatief kleine supermarkten gevestigd: Emté (circa 800 m² vvo) en Plus (circa 750 m² vvo). Deze supermarkten hebben een verzorgingsfunctie voor inwoners uit Harmelen (en omliggend buitengebied).
- **Centrum Kamerik:** Ten noorden van Woerden ligt de kern Kamerik (circa 3.800 inwoners). Hier is supermarkt Plus (circa 785 m² vvo) de belangrijkste aanbieder. Het verzorgingsgebied bestaat uit Kamerik en het omliggende buitengebied.



Dorpssupermarkt in Kamerik



Wijkcentrum snel & Polanen

- **Centrum Zegveld:** De kleinste kern in de gemeente is Zegveld. Hier is een kleinschalige supermarkt CoopCompact (circa 570 m² vvo). gevestigd. Het verzorgingsgebied (kern Zegveld en buitengebied) telt in totaal circa 2.300 inwoners.

De supermarktstructuur in Woerden is sinds 2009 nauwelijks gewijzigd. Wel zijn enkele vestigingen gewijzigd van formule, soms in combinatie met een beperkte uitbreiding: de C1000-winkels zijn omgebouwd tot Jumbo, Super de Boer in Staatsliedenkwartier is vervangen door Aldi en Emté in Harmelen was voorheen Golf.

2.3 Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat er in Woerden over het algemeen sprake is van een evenwichtige en fijnmazige spreiding van supermarkten over de gemeente. Wel valt op dat een aantal supermarkten een kleine omvang hebben in vergelijking met moderne maatstaven. Daarnaast heeft de binnenstad een relatief beperkt supermarktaanbod. Veel middelgrote centra met een omvang vergelijkbaar met Woerden, hebben vaak een belangrijke verzorgingsfunctie voor de aankoop

van frequent benodigde artikelen* en supermarkten spelen daarbij een belangrijke publieksaantrekkende rol waar andere winkels van kunnen profiteren. In de binnenstad van Woerden is slechts één supermarkt van beperkte omvang aanwezig (<1.000 m² vvo).

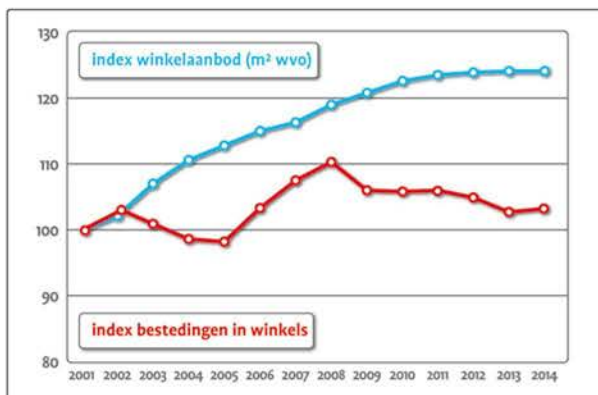
Op wijkniveau is sprake van een heldere structuur. Woerden heeft drie wijkcentra die elk beschikken over een eigen boodschappen-centrum met een supermarkt als belangrijkste trekker (Tournovsveld, Snel en Polanen, Molenvliet). Wel zijn er relatief veel (3) solitaire supermarkten aanwezig die geen trekkende rol vervullen voor andere winkels. De supermarkt in Staatsliedenkwartier is relatief klein en heeft met nog geen 4.000 inwoners een beperkt verzorgingsgebied. De solitaire (discount) supermarkten ten westen van de binnenstad hebben geen duidelijk eigen verzorgingsgebied en trekken klanten uit de hele gemeente.

De kleine kernen in de gemeente hebben elk de beschikking over (beperkt) supermarktaanbod. Door het beperkte draagvlak (aantal inwoners) zijn deze supermarkten wel kwetsbaar.

* Bezoekers in middelgrote centra komen gemiddeld 2x per week (Bron: DTNP (2015), Onderzoek bezoekersgedrag middelgrote centra)



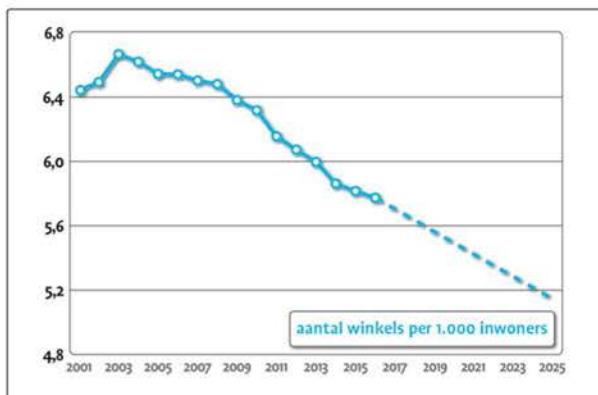
3 Trends en ontwikkelingen



Winkelmarkt structureel onder druk



Faillissementsgolf in niet-dagelijkse sector



Verwachting: verdere afname van het aantal winkels

3.1 Relevante landelijke trends

Voordat ingegaan wordt op de mogelijkheden voor supermarkten in Woerden is het van belang inzicht te hebben in een aantal actuele trends en ontwikkelingen in de detailhandel en consumentengedrag.

Winkelmarkt onder grote druk

De laatste jaren staat de winkelmarkt onder toenemende druk. Er is sprake van een aantal structurele trends die ingrijpend zijn en elkaar onderling versterken. Aan de ene kant is het winkeloppevlak in Nederland het afgelopen decennium enorm gegroeid (+25%). Aan de andere kant nemen bezoekers aan centrumgebieden en bestedingen in winkels structureel af.

Consumenten besteden minder als gevolg van de nasleep van de economische recessie. Ook vergrijzing en ontgroening hebben een nadelig effect op de omzet: ouderen besteden gemiddeld minder in winkels dan de leeftijdsgroepen tussen de 20 en 65 jaar (gezinsvorming, carrière, groter wonen, etc.). Dit heeft vooral gevolgen voor bestedingen in de niet-dagelijkse sector. Daarnaast vindt een verschuiving plaats van bestedingen naar webwinkels. Het marktaandeel van internet-

aankopen in de totale detailhandelsbestedingen groeide van minder dan 1% in 2002 naar ruim 6%. In de niet-dagelijkse sector heeft internet inmiddels een marktaandeel van 11%. Vooral in de niet-dagelijkse sector wordt de komende jaren een verdere groei van het internet verwacht (20 à 30% marktaandeel in 2020).

De opeenstapeling van deze trends heeft vooral impact op niet-dagelijks winkelaanbod. De afgelopen jaren is er sprake van een grote faillissementsgolf van landelijke winkelketens (o.a. V&D, Perry Sport, Halfords, Mexx).

Minder winkels

Gevolg van bovengenoemde trends is dat het aantal winkels per inwoner al jaren afneemt. Deze trend zet naar verwachting de komende jaren door. Dit gaat gepaard met een (dreigende) toename van de leegstand, een minder compleet voorzieningsniveau en minder aantrekkelijke centra.

Ontwikkelingen in de foodbranche

In de dagelijkse sector (o.a. supermarkten) is nog wel sprake van enige omzetgroei en is het aandeel van internetbestedingen nog beperkt. Wel zijn er steeds meer initiatieven die inspelen op het online boodschappen doen. Supermarktorganisaties zijn bezig met het ontwikkelen van

pick up points, gekoppeld aan bestaande winkels of op perifere locaties. Daarnaast leveren diverse organisaties boodschappenboxen aan huis (o.a. HelloFresh, Streekbox, Allerhandebox, MarleySpoon).

Vooralsnog is het aandeel online bestedingen in de food nog beperkt. Wel is de verwachting dat de consument in de toekomst veel vaker online boodschappen gaat doen. Momenteel bedraagt het internetaandeel van de omzet van supermarkten circa 1,6%. Dit zal naar verwachting fors gaan groeien (tot 9% in 2025*). Wat de gevolgen zijn voor de winkel- en supermarktenstructuur is nog onzeker. Wel zal de omzet per m² gaan afnemen.

Daarnaast is een trend van schaalvergroting bij supermarkten zichtbaar als strategie om te overleven in de huidige markt. Om aan de toenemende wensen van consumenten te voldoen (assortiment, gemak, comfort) hebben supermarkten een steeds groter oppervlak nodig. Naast de schaalvergroting staat ook de opkomst van biologische supermarkten (o.a. Ekoplaza, Marqt, Estafette) die over het algemeen een wat kleinere omvang hebben (tot 1.000 m² wvo).

* ABN Amro (2016), Branche-update supermarkten

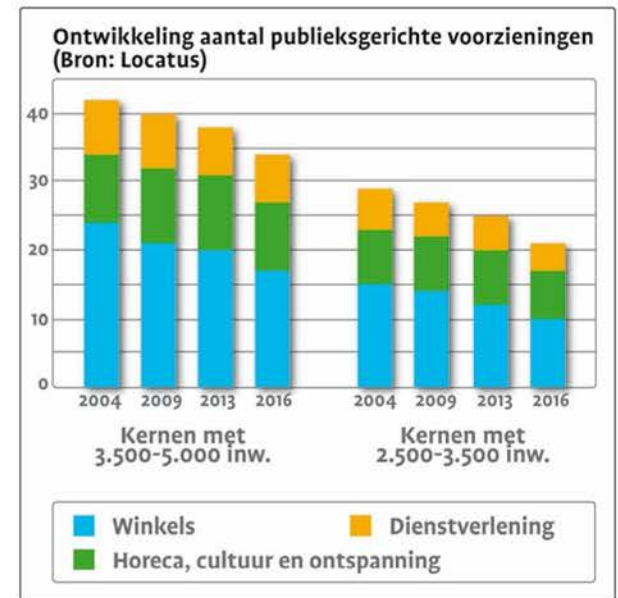
Positie middelgrote centra

De gewijzigde winkelmarkt heeft grote gevolgen voor alle typen winkellocaties. Wel is onderscheid te maken in kansrijke en kwetsbare centra. Centra met een onderscheidende sfeer en beleving (zoals grote binnensteden) blijven kansrijk. Met de opkomst van internetwinkelen wordt het bezoek aan een centrum meer een dagje uit, dan een vooraf bedacht koopdoel. Niet meer 'the place to buy' maar 'the place to be'. Ook grote dorps- en wijkcentra hebben nog goede kansen. Consumenten willen gemakkelijk en efficiënt de dagelijkse boodschappen kunnen doen. Centra met voldoende keuze (aanbod), een goede bereikbaarheid en voldoende parkeren zijn kansrijk voor het doen van boodschappen.

Middelgrote stadscentra (20.000 á 60.000 m² wvo) hebben een kwetsbare positie, omdat ze vaak onvoldoende onderscheidend vermogen hebben (tussen tafellaken en servet). Ze zijn te groot voor efficiënt boodschappen doen en te klein voor een dagje winkelen. Het grote aandeel winkels in het middensegment is kwetsbaar in het huidige internettijdperk. Ondanks dat de leegstand (nog) beperkt is, heeft ook de binnenstad van Woerden als middelgroot centrum een kwetsbare positie. In de toekomstige positionering van middelgrote



Opkomst afhaalpunten voor boodschappen



Structurele afname voorzieningen in kleine kernen

centra wordt de frequente aankoopfunctie (verhoudingsgewijs) steeds belangrijker.

Voorzieningenniveau in kleine kernen

Ook kleine dorps- en buurtcentra zijn kwetsbaar omdat ze vaak een beperkt aanbod hebben. Consumenten zijn steeds kritischer en mobieler en kiezen al snel voor centra met een groter en completer aanbod, ook al liggen deze op grotere afstand. De laatste jaren neemt het winkelaanbod in kleine kernen dan ook structureel af. Kleine dorpswinkels verdwijnen langzaam, zeker als ook nog sprake is van bevolkingskrimp in het verzorgingsgebied. Als (supermarkt)ondernemers het pand in eigendom hebben, kan ondanks het beperkte draagvlak een gezonde exploitatie mogelijk blijven.

3.2 Lokale ontwikkelingen

Toename bevolkingsomvang

Naar verwachting zal het aantal inwoners in de gemeente Woerden de komende jaren nog verder gaan toenemen, mede als gevolg van diverse woningbouwlocaties (Snellerpoort, Waterrijk, Defensie-eiland, Campinaterrein, Den Oudstenterrein). In de woonvisie van de gemeente wordt uitgegaan van circa 53.810

inwoners in 2025*. Dat is een toename van ruim 3.000 inwoners (+6%).

De woningbouw vindt vooral plaats in het oostelijke deel van de kern Woerden. Dat biedt extra omzetpotenties voor supermarkten in dit deel van Woerden (zie kaart 1).

Naar verwachting zal het aantal inwoners in de kleine kernen stabiliseren of zelfs licht gaan afnemen (krimp kleine kernen). Hierdoor komt het draagvlak voor de supermarkten in de kleine kernen verder onder druk te staan.

Supermarktplannen

Net als in veel andere plaatsen is de supermarktbranche in Woerden behoorlijk in beweging. Er zijn diverse plannen en ontwikkelingen in de supermarktbranche:

- Lidl heeft een uitbreidingsplan op de huidige locatie aan de Iepenlaan.
- Albert Heijn in de binnenstad heeft behoefte aan uitbreiding. In de binnenstad lijken de ruimtelijke mogelijkheden op de huidige locatie daarvoor echter beperkt.

- Er bestaan ideeën voor de ontwikkeling van 'De Hallen' op een bedrijventerrein aan de zuidkant van de historische vesting. Het initiatief bestaat uit drie pijlers: een markthal, innovatiehal en een grootschalige supermarkt (circa 2.000 m² wvo) met 150 parkeerplaatsen op eigen terrein.
- Er zijn diverse aanvragen voor nieuwe concepten zoals afhaalpunten en pick up points (o.a. bij tankstations).

Om de wenselijkheid en haalbaarheid van deze initiatieven te kunnen beoordelen, is een duidelijk en actueel beleidskader nodig. Deze visie op de supermarktenstructuur dient hiervoor de kaders te bieden. In het volgende hoofdstuk wordt hierop ingegaan.

* Gemeente Woerden (2015), Woerden Woont, Woonvisie 2015-2020 (bron inwonerprognoses: Provincie Utrecht (2012), Planmonitor)



4 Toekomstvisie



Sterk supermarktaanbod gewenst in binnenstad



Dorpssuper Zegveld: belangrijk voor leefbaarheid

4.1 Beleiduitgangspunten

Coalitie-akkoord

In het coalitie-akkoord uit 2014 zet het college van B&W voor de komende jaren onder meer in op een goed ondernemersklimaat om de (toekomstige) leefbaarheid van en werkgelegenheid in Woerden en de kernen te garanderen*.

Kloppende Binnenstad

Daarnaast wordt actief gewerkt aan versterking van de binnenstad. In de notitie 'De kloppende binnenstad' wordt onder andere ingezet op versterking van het dagelijkse aanbod door schaalvergroting van de bestaande supermarkt en eventueel een tweede supermarkt. De trekkracht van supermarkten wordt voor de binnenstad van groot belang geacht**. DTNP onderschijft dit belang, zeker gelet op de kwetsbare positie van het niet-dagelijkse aanbod in de binnenstad van Woerden en de positie als middelgroot centrum. Zowel de positie als sociaal en cultureel hart als de dagelijkse aankoopfunctie voor boodschappen zijn van groot belang om de binnenstad op lange termijn vitaal te houden. Supermarkten zorgen gedurende de hele week voor een

continue stroom van consumenten. Het overige winkelaanbod kan van deze bezoekersstromen profiteren. Uit onderzoek blijkt dat circa 75% van supermarktbezoekers ook andere winkels bezoekt. Daarvoor is dan wel een goede ruimtelijke verbinding nodig bestaande uit korte onderlinge loopafstanden zonder barrières en een goede zichtrelatie (zie kader blz. 14).

Detailhandelsstructuurvisie

In de detailhandelsstructuurvisie uit 2009 *** is ingezet op de volgende uitgangspunten:

- Versterking van de binnenstad als hoofdcentrum van de gemeente
- Een fijnmazige en levensvatbare winkelstructuur op buurt- en wijkniveau
- Behoud van (basis)voorzieningen in kleine kernen in verband met de leefbaarheid.

Om deze doelstellingen te halen, voert de gemeente een restrictief beleid. De bestemming 'detailhandel' blijft voorbehouden aan de bestaande centra. In andere gebieden (o.a. bedrijventerreinen) wordt ingezet op het afbouwen van de bestemming detailhandel (zie ook notitie 'Kloppende binnenstad').

* Gemeente Woerden (2014), Coalitie-akkoord "Samen werken aan het Woerden van morgen"

** Gemeente Woerden (2014), De Kloppende Binnenstad

*** DTNP (2009), Detailhandelsstructuurvisie Woerden

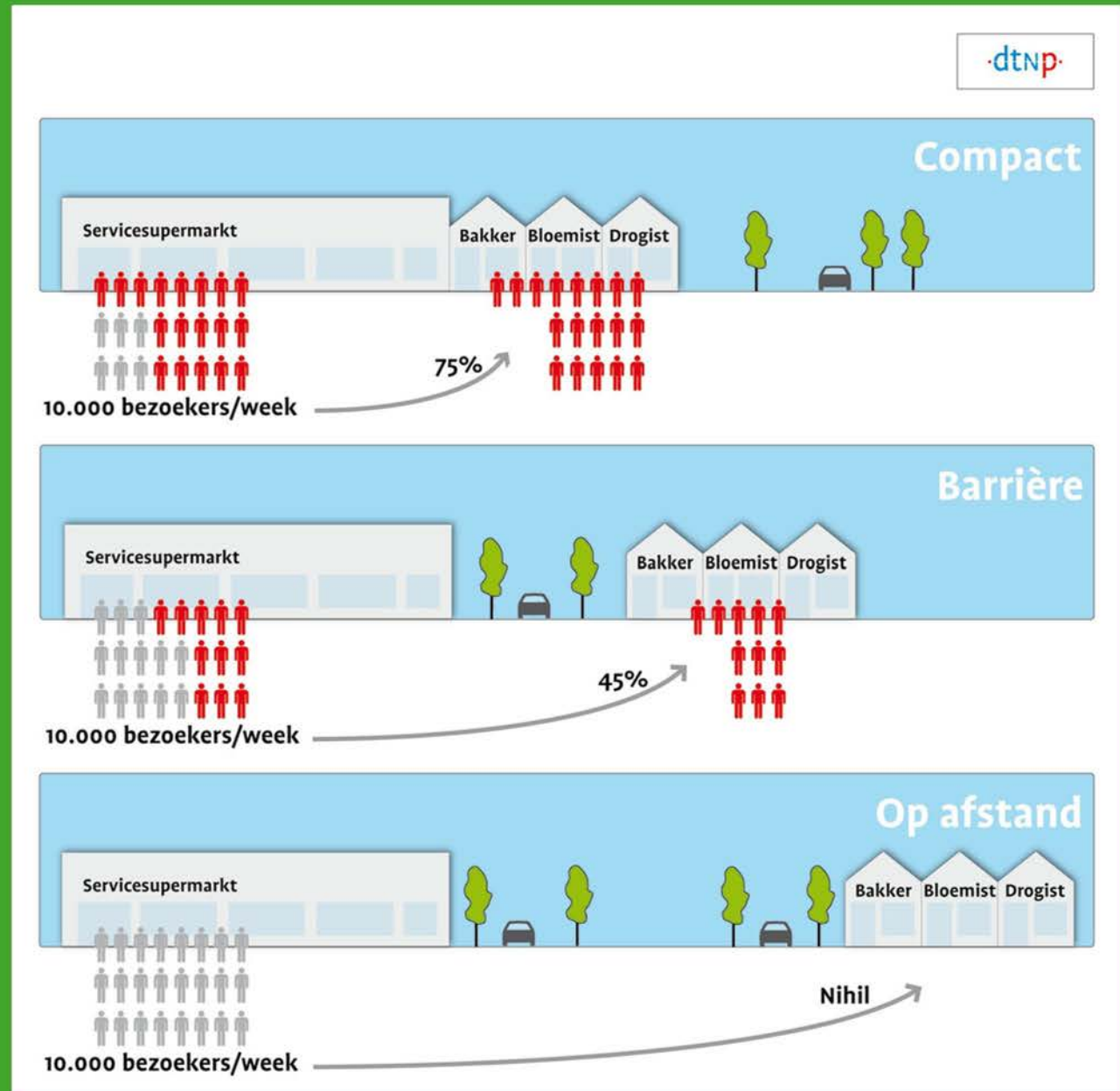
Combinatiebezoek supermarkten en overige winkels

Het combinatiebezoek tussen supermarkten en overige winkels is groot. Uit grootschalig onderzoek* onder 4.750 supermarktbezoekers in 30 winkelcentra in Nederland blijkt dat gemiddeld 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnenloopt tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.

In centra waar de supermarkt op zeer korte afstand (tot 50 meter) van het overige winkelaanbod ligt (met de entree in het zicht) is het combinatiebezoek aanzienlijk hoger (75%) dan in situaties waar de ruimtelijke relatie minder goed is. Het combinatiebezoek neemt dan heel snel af.

Uit het onderzoek blijkt tevens dat de omvang van de supermarkt geen invloed heeft op het aandeel (%) supermarktklanten dat het bezoek combineert met andere winkels.

* DTNP (2010), Combinatiebezoek supermarkten en dagelijkse speciaalzaken



De benoemde uitgangspunten zijn nog steeds actueel voor deze visie op de supermarktenstructuur. Ontwikkelingen in de supermarktbranche dienen daar zoveel mogelijk aan bij te dragen. Juist supermarkten zijn structuurbepalend voor de gehele winkelstructuur op de lange termijn.

4.2 Marktmogelijkheden

Distributie-planologisch onderzoek

Om te bepalen in hoeverre sprake is van marktmogelijkheden in de supermarktbranche in Woerden maken we, aan de hand van kengetallen en bestaand onderzoek, een distributieve analyse voor het supermarktaanbod in de hele gemeente. In bijlage 1 is een uitgebreide toelichting opgenomen. We gaan hier in op de belangrijkste conclusies.

Uitgaande van de huidige inwoneraantallen en gemeten koopstromencijfers, komt uit de berekening een behoorlijke uitbreidingsruimte naar voren van circa 2.800 m² wvo. Als voor de toekomst uitgegaan wordt van een toename van de bevolkingsomvang tot ruim 53.000 inwoners, neemt de marktruimte verder toe (tot 3.700 m² wvo in 2025).

Dit zijn, zeker in een overwegend verzadigde markt in Nederland, behoorlijke uitbreidingspotenties. Wel kunnen bij de berekeningen enkele kanttekeningen worden geplaatst:

- Het is gebruikelijk in dergelijke distributieve berekeningen uit te gaan van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Daarin wordt echter ook slecht functionerend aanbod meegenomen. Voor een aanbodstructuur die bestaat uit moderne, prijsvriendelijke servicesupermarkten is een hogere vloerproductiviteit dan het landelijk gemiddelde nodig. Als uitgegaan wordt van een marktconforme vloerproductiviteit, neemt de uitbreidingspotentie ook af.
- Naar verwachting zal het onlinekanaal voor het doen van boodschappen de komende jaren een behoorlijke vlucht gaan nemen (o.a. bezorgboxen, afhaalpunten). Dit zal gaan leiden tot een afname van bestedingen in fysieke winkels en een drukkend effect hebben op het haalbare supermarktaanbod in heel Nederland.
- De uiteindelijke potenties zijn voor een deel afhankelijk van hoe de woningbouw zich zal gaan ontwikkelen. Daarnaast zal woningbouw vooral voor een aantal deelgebieden in Woerden (vooral oostelijke

delen) gaan leiden tot toenemende marktpotenties.

Desondanks is, net als in de detailhandelsstructuurvisie uit 2009, een behoorlijke uitbreidingspotentie te berekenen. Dit sluit aan bij de eerdere constatering dat het aantal m² wvo supermarktaanbod per 1.000 in Woerden lager ligt dan het landelijk gemiddelde (zie paragraaf 2.1).

Marktpotenties inzetten voor behalen ambities

Het is verstandig om de aanwezige marktpotenties zoveel mogelijk te benutten voor het behalen van de beleidsdoelstellingen en de winkelstructuur als geheel zoveel mogelijk te versterken, zeker ook gelet op de krimpende markt en toenemende leegstand in winkelcentra. Dit betekent medewerking verlenen aan nieuwe marktontwikkelingen op locaties waar de economische en maatschappelijke meerwaarde het grootst is en terughoudend beleid op locaties waar de winkelstructuur ondermijnd wordt.

4.3 Gewenste structuur

De gemeente zet in haar beleid in op een vitale binnenstad, een evenwichtige wijkstructuur (fijnmazig én levensvatbaar) en zoveel mogelijk behoud van voorzieningen in de kleinere kernen. Om deze doelstellingen te behalen zullen de marktpotenties ook zoveel mogelijk op deze locaties ingezet moeten worden. Rekening houdend met de positie van de verschillende centra, ontwikkelingen in de markt en het (toekomstige) aantal inwoners in elk verzorgingsgebied, is het voor de toekomstige (supermarkt)structuur gewenst een hiërarchie van winkelcentra te hanteren waarbij de fijnmazige structuur blijft behouden (kaart 2).

Binnenstad Woerden

Het beleid van de gemeente Woerden is al jaren gericht op het versterken van het supermarktaanbod in de binnenstad (detailhandelsstructuurvisie, rapport kloppende binnenstad). Het huidige supermarktaanbod met maar één, niet al te grote aanbieder is beperkt. Onderzoek toont echter steeds weer aan dat supermarkten in centra van deze omvang belangrijke publiekstrekkingen zijn. Juist deze middelgrote centra zijn kwetsbaar: te klein voor een recreatieve winkelfunctie ('een dagje naar de stad') en te groot voor een goede

efficiënte boodschappenfunctie. Door faillissementen of gewijzigde vestigingsstrategieën van winkelformules neemt het niet-dagelijks aanbod in dit type centra snel af, vaak met leegstand als gevolg. De frequente aankoopfunctie wordt steeds belangrijker. Dit geldt ook voor de binnenstad van Woerden. Meer dan ooit is het daarom van belang in te (blijven) zetten op versterking van het supermarktaanbod: schaalvergroting van de bestaande supermarkt, en (bij voorkeur) toevoegen van een tweede supermarkt (in een aanvullend marktsegment). De deels historische omgeving maakt het in de binnenstad echter niet eenvoudig. Desondanks is het van groot belang alle mogelijkheden te onderzoeken om dit (op termijn) toch mogelijk te maken.

Het primaire verzorgingsgebied voor supermarkten in de binnenstad (inwoneraantal binnen de vesting) is beperkt. De supermarkten in het centrum dienen daarom in omvang en/of formule onderscheidend te zijn, zodat voldoende consumenten uit heel Woerden (en omgeving) aangetrokken kunnen worden. Om voldoende onderscheidend te kunnen zijn, is het gewenst dat de centrumsupermarkten in omvang de grootste van de gemeente zijn (indicatie 1.500 tot 2.000 m² wvo). De berekende marktpotenties worden daarom bij

voorkeur grotendeels ingezet voor versterking van het supermarktaanbod in de binnenstad. Ook een nu nog ontbrekend segment (bijvoorbeeld biologisch) kan interessant zijn voor de binnenstad. In dit geval kan uitgegaan worden van een wat kleinere omvang.

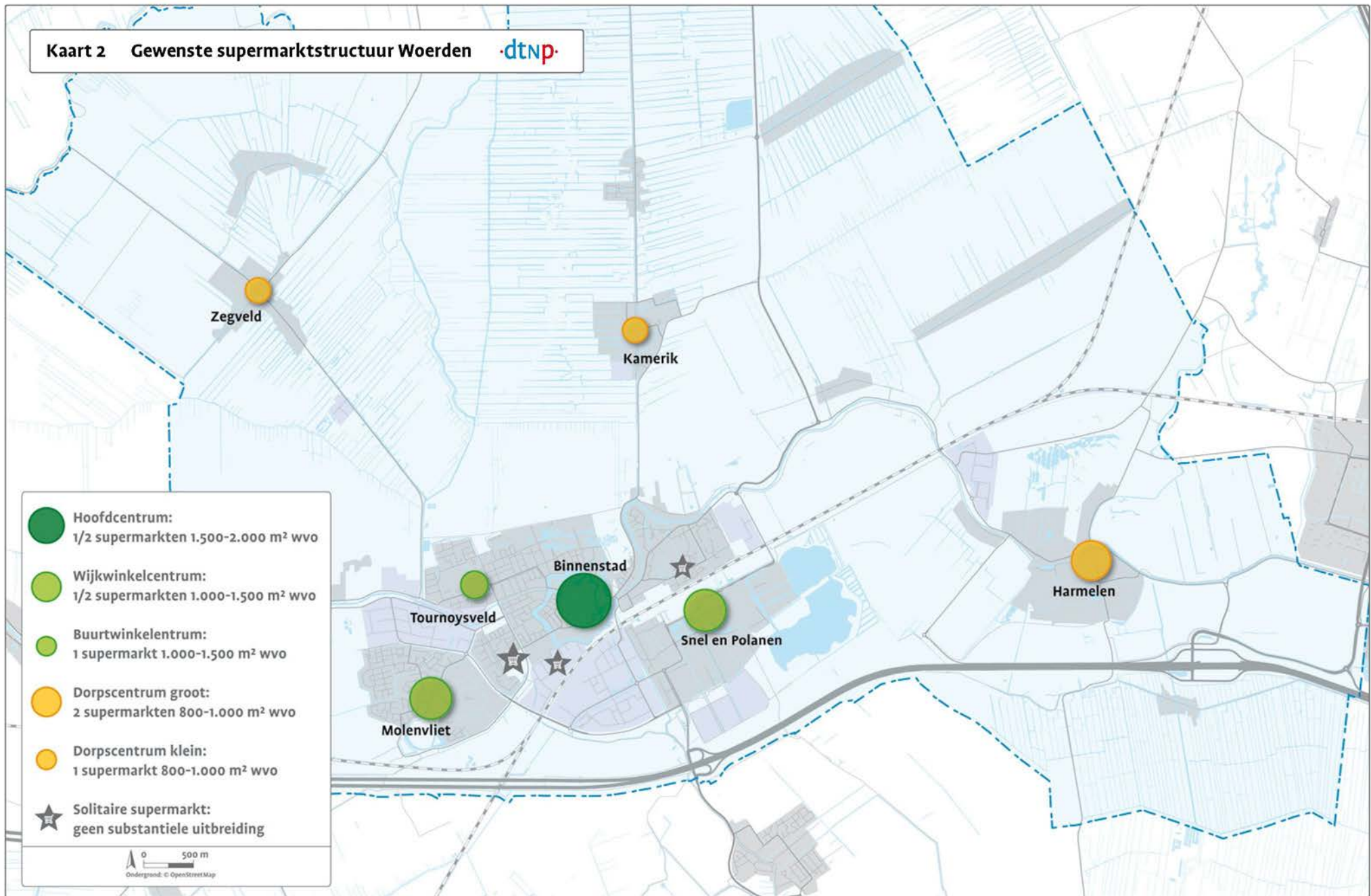
Geconcludeerd kan worden dat het beleid voor wat betreft het supermarktaanbod in de binnenstad (verwoord in de detailhandelsstructuurvisie en notitie 'Kloppende binnenstad') nog steeds actueel is.

Wijkcentra Molenvliet en Snel en Polanen

In de wijken is het de uitdaging een goed evenwicht te behouden tussen een fijnmazige winkelstructuur (met winkels op korte afstand van de consument) en een gezonde duurzame structuur (met voldoende draagvlak voor moderne supermarkten). De huidige spreiding van de wijkwinkelcentra biedt een goed uitgangspunt voor de toekomstige structuur.

De winkelcentra Molenvliet en Snel en Polanen hebben beiden een (toekomstig) verzorgingsgebied van circa 10.000 inwoners. Dit is ruim voldoende voor een compleet en divers dagelijks aanbod. Beide centra beschikken nu over één supermarkt als publiekstrekker, met een eigentijdse omvang (circa 1.500 m² wvo).

Kaart 2 Gewenste supermarktstructuur Woerden ·dtnp·



Omwille van de positie van de binnenstad van Woerden (en de rol van de supermarkten daarbinnen) en de huidige reeds eigentijdse omvang, is er geen aanleiding deze supermarkten te vergroten.

Wel kan het supermarktaanbod in deze centra nog versterkt worden door toevoeging van een tweede supermarkt, bij voorkeur in een aanvullend marktsegment. Twee supermarkten (en een positie als compleet wijkwinkelcentrum) bieden nog meer basis voor een sterk en gevarieerd overig aanbod voor de dagelijkse boodschappen op de lange termijn. Als een supermarkt wordt toegevoegd, dan gaat het bij voorkeur om verplaatsing van een van de huidige solitaire supermarkten (Lidl, Aldi).

Buurtcentrum Tournoyveld

Winkelcentrum Tournoyveld heeft met circa 7.000 inwoners een beperkter draagvlak dan de twee andere wijkcentra. Het primaire verzorgingsgebied blijft groot genoeg voor één volwaardige supermarkt als belangrijkste publiekstrekker en een positie als buurtwinkelcentrum. Dit biedt voldoende basis om hier een divers overig (dagelijks) aanbod te behouden. Enige schaalvergroting van de bestaande supermarkt naar een eigentijdse omvang (maximaal 1.500 m² vvo) is hier

mogelijk en gewenst. Uitbreiding van de supermarkt hier kan ook (financiële) mogelijkheden bieden voor een algehele kwaliteitsverbetering van dit verouderde winkelcentrum.

Dorpscentrum Harmelen

De ambitie voor het centrum van Harmelen is om de twee huidige supermarkten in het dorp ook op langere termijn in het centrumgebied te behouden. Met twee supermarkten is er diversiteit en dus keuze in het aanbod. Dit biedt een goed basis om zoveel mogelijk inwoners en koopkracht aan het eigen centrum te blijven binden. Een sterk supermarktaanbod is ook hier de basis voor overige voorzieningen en van cruciaal belang voor het centrum. Alleen als de supermarkten op korte afstand van de overige winkels zijn gelegen, kan synergie en combinatiebezoek ontstaan.

Gelet op het beperkte draagvlak is het gewenst dat de supermarkten niet te groot worden (indicatie 800 à 1.000 m² vvo), dat er evenwicht blijft bestaan in de omvang ten opzichte van elkaar.

Dorpscentra Zegveld en Kamerik

In de kleine kernen Kamerik en Zegveld is het draagvlak voor behoud van een volwaardige

supermarkt beperkt. Ambitie is desondanks om de huidige voorzieningen in beide kernen zoveel mogelijk te behouden. Daarom wordt (desgewenst) meegewerkt aan een beperkte uitbreiding van de supermarkt. Dit kan nodig zijn om een voldoende gevarieerd assortiment te kunnen blijven bieden, of om voldoende ruimte te hebben voor uitstalling van producten, loopruimte etc. In deze kernen wordt uitgegaan van één supermarkt met een maximale omvang van 800 à 1.000 m² vvo.

Solitaire supermarkten

De solitaire supermarkten in Woerden leveren door hun solitaire ligging (geen kansen voor combinatiebezoek met andere winkels) geen bijdrage aan de winkelstructuur als geheel. Juist in winkelgebieden fungeren supermarkten als publiekstrekker. In deze visie op de gewenste aanbodstructuur worden marktpotenties dan ook ingezet voor versterking van het supermarktaanbod in winkelcentra.

Aan de solitaire supermarkten wordt bij voorkeur geen medewerking verleend voor uitbreiding. Verplaatsing naar één van de winkelgebieden, waar conform dit beleid wel ruimte is voor een extra supermarkt (zoals binnenstad, wijkcentra Snel en Polanen en Molenvliet) behoort wel tot de mogelijkheden.



Opwaardering winkelcentrum Tournoyveld gewenst



Doelstelling: behoud aanbod kleine kernen

Daar kunnen ze een bijdrage leveren aan versterking van de winkelstructuur. Een verplaatsing kan ook gepaard gaan met schaalvergroting tot een moderne omvang die past het winkelcentrum.

4.4 Beleidskader

Het beleid van de gemeente Woerden voor supermarkten is bij voorkeur primair gericht op het bereiken van de gewenste aanbodstructuur (kaart 2). Bestaande (en toekomstige) marktinitiatieven kunnen worden beoordeeld en getoetst op de bijdrage ze het daaraan leveren.

Toetsing op bijdrage aan doelstellingen

Om voor de lange termijn een vitale winkelstructuur te behouden wordt bij voorkeur medewerking verleend aan schaalvergroting van bestaande supermarkten (tot een omvang passend bij het verzorgingsgebied) in de binnenstad, Tournoyveld en de dorpscentra. In Molenvliet en Snel en Polanen is ruimte voor een tweede supermarkt, bij voorkeur een verplaatsing van een solitair gelegen supermarkt zodat het verspreide aanbod afneemt. Omdat versterking van het supermarktaanbod van groot belang wordt geacht voor het toekomstig functioneren van de

binnenstad als geheel, is hier een tweede, nieuwe supermarkt mogelijk. De marktruimte hiervoor is ruimschoots aanwezig.

Samenvattend is de volgende supermarktenstructuur is gewenst:

- Binnenstad: één of twee supermarkten met een omvang van 1.500 tot 2.000 m² wvo
- Wijkcentra Molenvliet, Snel en Polanen: één of twee supermarkten van 1.000 tot 1.500 m² wvo (toevoeging supermarkt bij voorkeur door verplaatsing solitaire vestiging).
- Buurtcentrum Tournoyveld: schaalvergroting van de supermarkt tot 1.500 m² wvo.
- Dorpscentrum Harmelen: twee supermarkten van 800 á 1.000 m² wvo.
- Dorpscentra Zegveld en Kamerik: één supermarkt van 800 á 1.000 m² wvo.

Ruimtelijke inpassing

Bij nieuwe supermarktontwikkelingen in een van de winkelcentra, is het van belang in te zetten op een goede ruimtelijke inpassing van de supermarkten. Belangrijke aspecten zijn de ligging in de structuur van een centrum, afstand tot andere winkels, een goede zichtrelatie en parkeren. Dit zijn belangrijke voorwaarden om de synergie-effecten voor andere winkels optimaal te kunnen benutten. Bij voorkeur wordt

alleen meegewerkt aan uitbreidingen als de functioneel-ruimtelijke relatie met de overige winkels goed kan worden gelegd.

Initiatieven buiten de gewenste winkelstructuur

Om de beleidsdoelstellingen te behalen, zijn nieuwe supermarktontwikkelingen buiten de gewenste bestaande structuur ongewenst (uitbreidingen of nieuwe supermarktlocaties). Dit sluit aan bij het reeds restrictieve beleid van de gemeente voor detailhandel op verspreide en perifere locaties (o.a. bedrijventerreinen).

Nieuwe supermarktontwikkelingen worden bij voorkeur zoveel mogelijk ingezet voor versterking van de centra en kunnen dienen als belangrijke (financiële) drager voor de noodzakelijke investeringen in winkelgebieden. Solitaire en perifere ontwikkelingen kunnen de positie van de winkelcentra op de langere termijn verzwakken en gaan ondermijnen.

Effecten supermarkt Markthal-concept

Onlangs is een idee ingediend voor de ontwikkeling van een Markthal-concept op een solitaire bedrijvenlocatie aan de Singel. Onderdeel daarvan is een grootschalige supermarkt (circa 2.000 m² wvo). Als aanvulling op het voorgaande heeft de gemeente Woerden behoefte aan een globale inschatting van de

mogelijke effecten die dit kan hebben voor de (beoogde) aanbodstructuur.

De benodigde omzetclaim van een dergelijke supermarkt kan worden ingeschat op € 16 mln per jaar (2.000 m² wvo x de landelijk gemiddelde omzet/m² voor supermarkten van € 8.000). Verwacht mag worden dat een groot deel van deze omzet afkomstig zal zijn uit de directe omgeving. Nabijheid speelt voor consumenten (in combinatie met de omvang van het assortiment) een grote rol bij de keuze voor een locatie om voedingsmiddelen en dergelijke aan te schaffen.

Gelet op de beoogde locatie van het plan aan de Singel (op een bedrijventerrein zonder eigen primair verzorgingsgebied) en de bestaande ruimtelijke (verkeers)structuur, zal een groot deel van de benodigde omzet naar verwachting afkomstig zijn uit de direct omliggende wijken Bloemen- en Bomenkwartier, Binnenstad, Molenvliet en Schilderskwartier (westelijk deel Woerden). Als uitgegaan wordt van 50%, dan gaat het om een bedrag van circa € 8 mln dat ten koste gaat van de bestaande supermarkten in dit gebied. Deze supermarkten (Albert Heijn binnenstad, Jumbo's in Tournoysveld en Molenvliet, Lidl en Aldi) hebben gezamenlijk een omzetclaim van circa € 44 mln per jaar

(5.500 m² wvo x € 8.000). Na de komst van een grootschalige supermarkt aan de Singel, zal de totale omzet voor deze supermarkten gezamenlijk met circa 18% kunnen gaan dalen.

Met name voor de supermarkten in de binnenstad en winkelcentrum Tournoysveld kan dit behoorlijk nadelige effecten gaan hebben. Door de kleinschalige omvang en het relatief beperkte primaire verzorgingsgebied zijn dit de supermarkten met een relatief zwakke positie. Juiste deze supermarkten (met name in de binnenstad) zijn van cruciaal belang voor het functioneren van het hele winkelgebied waar ze onderdeel van uitmaken. De komst van een grote solitaire supermarkt aan de Singel kan daarnaast de basis wegnemen die nodig is om te komen tot de gewenste versterking van deze aanbieders en de centra als geheel.

De bijdrage die het initiatief zal gaan hebben voor het kernwinkelgebied in de vesting van Woerden door combinatiebezoek zal naar verwachting ook zeer beperkt blijven. Ten eerste zal het concept een beperkte regionale aantrekkingskracht gaan hebben. Nabijheid speelt bij de aanschaf van voedingsmiddelen immers een grote rol. Daarnaast is de afstand tot het kernwinkelgebied te groot. Er wordt wel een verbinding gelegd met de vesting door een



Supermarkten dragen bij aan een vitale binnenstad

fiets- en wandelbrug die uitkomt op de Julianastraat, maar vanaf de Singel tot de Voorstraat (hoofdwinkelstraat) is het dan nog circa 10 minuten lopen. Een supermarkt kan alleen een bijdrage leveren aan het functioneren van een winkelgebied als sprake is van een korte loopafstand (maximaal 50m) en een directe zichtrelatie zonder barrières (zie kader blz. 14). Dit is hier niet het geval.

Geconcludeerd kan worden dat de ontwikkeling van een grote supermarkt aan de Singel (als onderdeel van De Hallen) niet bijdraagt aan de (beoogde) winkelstructuur en niet past binnen deze visie.

Pick-up points/afhaalpunten

In de gemeente Woerden bestaan initiatieven voor de ontwikkeling van afhaalpunten. Bij voorkeur worden dergelijke initiatieven zoveel mogelijk in bestaande winkelgebieden gefaciliteerd. De meeste supermarktorganisaties zetten hier zelf ook op in.

Indien een consument in een pand artikelen kan bekijken, betalen of afhalen is sprake van een ruimtelijke detailhandelsactiviteit, die planologisch ook als zodanig beoordeeld dient te worden. Dit betekent dat afhaalpunten (maar ook internetwinkels of showrooms), die ingericht

zijn voor het bezoek van consumenten, alleen zijn toegestaan in panden met een detailhandelsbestemming of brede centrumbestemming waarbinnen detailhandel is toegestaan. Er is geen aanleiding om voor dit type detailhandelsactiviteit een uitzondering in het beleid te maken.

Afhaalpunten kunnen juist in winkelcentra een goede invulling zijn voor leegstaande panden. Daarnaast kan het synergie-effecten opleveren met nabijgelegen winkels (combinatiebezoek). In de praktijk vinden dergelijke ontwikkelingen ook al plaats. Diverse supermarkten in woerden hebben een afhaalpunt ontwikkeld die direct aan de fysieke winkel is gekoppeld.

Voorwaarde voor deze functie is wel dat de autobereikbaarheid goed is en dat er parkeergelegenheid voor de deur is. De randen van de binnenstad, de wijkwinkelcentra, en de dorpscentra zijn goede vestigingslocaties voor afhaalpunten.



Afhaalpunt gekoppeld aan de winkel in Tournoyveld

Bijlage 1 Indicatie marktmogelijkheden

Distributie-planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. De voorspellende waarde van een distributieve berekening op basis van beschikbare kengetallen uit het recente verleden is in de sterk wijzigende winkelmarkt echter zeer beperkt. Bovendien moeten door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van winkelgebieden. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van de aanwezige marktruimte.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetcapotentieel uit dit verzorgingsgebied terecht komt in winkels in Woerden (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² vwo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

Het primaire verzorgingsgebied voor supermarkten in de gemeente Woerden wordt gevormd door inwoners uit de eigen gemeente. Het huidige inwonertal van de gemeente is 50.575. Op basis van beschikbare prognoses* gaan we uit van een groei van het aantal inwoners naar circa 53.810 in 2025.

* Gemeente Woerden (2015), Woerden Woont, Woonvisie 2015-2020, Provincie Utrecht (2012), Planmonitor

Omzet per hoofd

In distributieve berekeningen als deze wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar. Bij deze gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking zijn niet alleen bestedingen van consumenten meegenomen, maar ook bestedingen van bedrijven in winkels. In Nederland is de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking in supermarkten per jaar € 2.017**.

Het is gangbaar dit landelijk gemiddelde omzetcijfer aan te passen indien het gemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in Woerden 11% boven het landelijk gemiddelde ligt***, gaan we uit van een hoger omzetcijfer per inwoner. Voor supermarkten is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd te corrigeren met ¼ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. In dit geval gaan we dus uit van € 2.071 (€ 2.017 + (¼ x 11% x € 2.017)).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners in de gemeente Woerden dat terecht komt in de eigen winkels noemen we koopkrachtbinding. Het aandeel binnen de totale omzet dat besteed wordt door consumenten van buiten het primaire verzorgingsgebied noemen we de koopkrachttoevloeiing. Voor de gemeente Woerden zijn in 2011 de koopstromen in beeld gebracht****. In dit koopstromenonderzoek is voor de gemeente Woerden voor de dagelijkse sector een koopkrachtbinding gemeten van 90%. Dit is een normaal percentage voor plaatsen van deze omvang. Supermarkten zijn sterk bepalend binnen de dagelijkse sector. Rekening houdend met

** Detailhandel.info (peildatum april 2016), bewerking DTNP

*** CBS (2016), StatLine databank

**** I&O Research (2011), Koopstromenonderzoek Randstad 2011

landelijke trends (o.a. toenemende afvloeiing van bestedingen richting het onlinekanaal in de levensmiddelenbranche), kan de in 2011 gemeten koopkrachtbinding van 90% als maximum worden beschouwd.

In het koopstromenonderzoek is daarnaast gemeten dat 13% van de omzet in de dagelijkse sector van buiten de gemeente Woerden afkomstig is (toevloeiing). Ook voor het aandeel vreemde koopkracht (toevloeiing) gaan we voor de toekomst uit van een gelijkblijvend percentage.

Vloerproductiviteit

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in supermarkten € 8.040,- (excl. BTW) (Detailhandel.info, bewerking DTNP). De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is de resultante van vraag (omzet) en aanbod (m²). Omzetten staan landelijk gemiddeld onder druk (overaanbod). Ook in Woerden dient deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit daarom als ondergrens voor winkels te worden beschouwd om consumenten een kwalitatief goed aanbod en serviceniveau te kunnen bieden.

Indicatie distributieve mogelijkheden supermarkten gemeente Woerden

Op basis van bovenstaande uitgangspunten kan anno 2016 een potentieel supermarktaanbod in de gemeente Woerden worden berekend van circa 13.500 m² wvo (zie tabel 1). Dit is circa 2.800 m² wvo meer dan het aanwezige aanbod. Als daarnaast uitgegaan wordt van een toename van het aantal inwoners tot 2025, neemt de marktruimte verder toe (tot 3.700 m² wvo).

Tabel 1 Indicatie marktruimte supermarkten gemeente Woerden

	2016	2025
Inwoners primair verzorgingsgebied	50.575	53.810
Omzet per inwoner (excl. BTW)	€ 2.071	€ 2.071
Koopkrachtbinding	90%	90%
Gebonden omzet Woerden	€ 94,3 mln	€ 100,3 mln
Koopkrachttoevloeiing	13%	13%
Totale potentiële omzet Woerden (excl. BTW)	€ 108,4 mln	€ 115,3 mln
Gem. omzet per m ² NL (excl. BTW)	€ 8.040	€ 8.040
Potentieel supermarktaanbod Woerden (wvo)	13.480 m ²	14.340 m ²
Aanwezig supermarktaanbod Woerden (wvo)	10.670 m ²	10.670 m ²
Marktruimte supermarkten Woerden (wvo)	2.810 m ²	3.670 m ²