

Doetinchem, effectenanalyse uitbreiding
supermarktaanbod winkelcentrum
De Bongerd (2019)

Becedo Vastgoed B.V.



Doetinchem, effectenanalyse uitbreiding supermarktaanbod winkelcentrum De Bongerd (2019)

Becedo Vastgoed B.V.

Rapportnummer:	P00509_1
Datum:	19 juli 2019
Opdrachtgever:	BJZ
Contactpersoon:	Niels Broekhuis
Projectteam BRO:	Daan Goos, Bas Zelen
Trefwoorden:	Doetinchem, supermarkten, dagelijkse artikelen
Bron foto kافت:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	Ruimtelijk-functioneel onderzoek en toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking van het planinitiatief. Te weten de versterking van het winkelcentrum De Bongerd door verplaatsing/uitbreiding van Albert Heijn binnen dit winkelcentrum en de komst van een solitaire Aldi naar het huidige AH-pand. Conclusie is dat er behoefte is aangetoond en dat de effecten aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. De toets aan de Ladder wordt met succes doorlopen.

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	2
1.1 Achtergrond	2
1.2 Voor duurzame verstedelijking toegepast	3
2. MARKTANALYSE (BEHOEFTE)	6
2.1 Trends en ontwikkelingen, beleid en plannen	6
2.2 Analyse winkelaanbod (dagelijkse artikelen)	9
3. EFFECTBENADERING	13
3.1 Uitgangspunten marktbenadering	13
3.2 Economisch functioneren	14
3.3 Effecten	16
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Beleidskaders	3
Bijlage 3: Profielschets supermarkten Doetinchem West	8

1. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

1.1 Achtergrond

Aanleiding

In Doetinchem speelt al langere tijd een planinitiatief voor de verplaatsing en modernisering van de Albert Heijn-supermarkt in winkelcentrum de Bongerd. Het planinitiatief dient te worden opgevat als een nieuwe stedelijke ontwikkeling en zodoende is een toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking wettelijk verplicht. Per 1 juli 2017 is de tekst van de ladder voor duurzame verstedelijking gewijzigd (zie volgend kader).

De 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' (art. 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening). Dit is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument dat doorlopen moet worden voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Het tweede lid van art. 3.1.6. luidt als volgt: "De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien."

Aangezien het in dit geval om een planlocatie binnen bestaand stedelijk gebied betreft, richt de onderbouwing zich primair op de noodzaak om aan te geven dat de voorgenomen nieuwe stedelijke ontwikkeling voorziet in een behoefte. En dat de eventuele leegstandseffecten aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Onderhavige rapportage voorziet hierin.

Planinitiatief

Het initiatief betreft de modernisering en uitbreiding van het hele gebied dat tot het winkelcentrum De Bongerd behoort. Dit winkelcentrum ligt aan de westzijde van de kern Doetinchem (zie volgende figuur).

Figuur 1.1: Planlocatie winkelcentrum De Bongerd



Het voornemen betreft het verplaatsen en moderniseren van de Albert Heijn. De supermarkt krijgt een omvang van 3.500 m² bvo (exclusief laad- en losvoorziening) en een winkeloppervlak van circa 2.500 m² vwo. De huidige Albert-Heijn locatie zal worden ingevuld door supermarkt Aldi. De Aldi is momenteel nog gevestigd aan het Schouwburgplein. De totale uitbreiding van Albert Heijn en Aldi tezamen bedraagt ca. 1.900 m² vwo¹. Naast de hiervoor genoemde ontwikkelingen is er op de locatie voldoende ruimte aanwezig voor de realisatie van de bijbehorende parkeervoorzieningen.

1.2 Voor duurzame verstedelijking toegepast

Navolgend worden de behoefte en effecten van het planinitiatief getoetst. Voor een verdere toelichting wordt verwezen naar de volgende hoofdstukken en bijlagen.

¹ Gelet op locatie-specifieke kenmerken (beperkte omvang, slechte bereikbaarheid en matige parkeervoorzieningen) wordt er niet van uitgegaan dat het door de discounter te verlaten pand heringevuld wordt met een winkel in de sector dagelijkse artikelen.

Behoeftte aangetoond

Het relevante ruimtelijke verzorgingsgebied voor de ontwikkeling, betreft de kern Doetinchem en meer specifiek stadsdeel Doetinchem West. Deze twee gebieden zijn leidend in de bepaling van de behoefte en de effecten.

Geconcludeerd wordt dat er sprake is van een kwalitatieve behoefte aan het planinitiatief in Doetinchem. Hiervoor zijn de volgende argumenten aan te dragen:

- In de huidige situatie is het winkelaanbod aan dagelijkse artikelen beperkt in stadsdeel Doetinchem West. De supermarkten in Doetinchem West functioneren dan ook met een gemiddeld hoge omzet per m² wvo van 10.925 tegenover 7.984 m² wvo landelijk. Voorts is er geen discounter gevestigd in het stadsdeel. Het voorgaande mag worden gezien als een behoefte aan voldoende supermarktaanbod.
- Het planinitiatief speelt in op de consumententrends. De consument kiest voor de moderne en ruim opgezette supermarktcentra, met meerdere complementaire supermarkten. Het planinitiatief voorziet hierin. De bestaande Albert Heijn supermarkt moderniseert en de achter te laten locatie wordt ingevuld door Aldi, die verplaatst vanaf het Schouwburgplein.
- Het planinitiatief om het wijkwinkelcentrum De Bongerd te versterken, is in lijn met de 'visie boodschappenstructuur 2017' waarin het planinitiatief is voorzien. "De Bongerd - Nieuwbouw AH en (nieuw)vestiging discounter: Het bestemmingsplan voor winkelcentrum de Bongerd is in voorbereiding. Het college heeft hierover een principebesluit genomen en de ontwikkeling zal er komen. Bij de uitvoering zal Albert Heijn haar intrek nemen in een nieuw pand van 2.500 m² wvo. Daarbij zal een discounter toetreden in het oude pand van Albert Heijn. Dit zou zowel nieuwvestiging van een discounter als verplaatsing van een reeds gevestigde winkel kunnen betreffen. Indien dit een verplaatsing van de Aldi vanuit het centrum betreft, is er sprake van een netto-uitbreiding van ca. 1.900 m² wvo. Deze ontwikkeling is ingezet om de functie van het wijkcentrum in het westen van Doetinchem te versterken²".
- Tevens past het planinitiatief in de hoofdlijnen van het provinciale beleid zoals verwoord in de Omgevingsvisie.
- Uit de leegstandsanalyse blijkt verder dat de behoefte niet in bestaande leegstand kan worden ondervangen, waarbij van belang is dat binnen het planinitiatief reeds sprake is van duurzaam ruimtegebruik. Het betreft een inbreidingslocatie binnen bestaand stedelijk gebied, waarbij een nu solitaire supermarkt wordt ingepast in wijkwinkelcentrum de Bongerd.
- Ook kan de relevante plancapaciteit (eventuele ruimte in andere planinitiatieven) niet in de aange- toonde behoefte voorzien.

Aanvaardbare effecten

Geconcludeerd wordt dat de eventuele leegstandseffecten van het planinitiatief om de volgende redenen aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat:

- In totaal beschikt de hele kern Doetinchem over relatief veel supermarkten. Hierdoor ligt de gemiddelde vloerproductiviteit ook op een laag niveau. Dit hoeft echter niet per definitie te betekenen dat de winkels economisch onrendabel functioneren. Hierbij zijn andere factoren zoals de huisvestingslasten eveneens van belang. Daarnaast is het supermarktaanbod in Doetinchem West beperkt en indien alleen naar discounters wordt gekeken, is hier geen enkele vestiging van in dit stadsdeel.

² Visie Boodschappenstructuur gemeente Doetinchem, december 2017, pp.17-18.

- Weliswaar zal in theorie de gemiddelde vloerproductiviteit in de kern Doetinchem verder dalen, als gevolg van het planinitiatief, maar dit effect is echter beperkt en zal zich spreiden over een ruim aantal aanbieders in de kern Doetinchem. Daar komt bij dat in de modelmatige effectbenadering wordt uitgegaan dat een uitbreiding van een supermarkt in winkelmeters, 'één op 'één' leidt tot een hogere omzet. In werkelijkheid is dit niet het geval aangezien de winkels vooral uitbreiden om het gemak en de belevingswaarde te verhogen.
- Bovendien zijn zowel (Albert Heijn als Aldi) bestaande winkels in Doetinchem, met een bestaande klantenkring. Het is hierdoor niet de verwachting dat als gevolg van de modernisering de concurrentieverhoudingen dusdanig wijzigen dat er andere supermarkten verdwijnen.
- De effecten op andere supermarkten zijn verhoudingsgewijs iets groter, wanneer deze nabij liggen. Ook in Doetinchem West zullen de effecten, vanuit een goede ruimtelijke ordening, echter aanvaardbaar zijn. De verwachting is niet dat de Coop-supermarkt of de Plus-supermarkt verdwijnen als gevolg van het planinitiatief.
- De Plus is recent met 400 m² uitgebreid. Hierdoor heeft deze supermarkt een betere uitgangspositie.
- De Coop kan door de specifieke formule kan dankzij haar concept, met een relatief klein metrage toch een relatief modern en economisch duurzaam supermarkconcept exploiteren. Mocht in een 'worst case scenario' er onverhoopt toch een bestaande supermarkt verdwijnen dan zal de consument in Doetinchem West nog steeds voldoende dagelijks winkelaanbod behouden op aanvaardbare afstand van de woonomgeving (5 minuten fietsen).

Planinitiatief van meerwaarde voor structuur

Uit het beleid en voorliggende rapportage blijkt dat Doetinchem beschikt over een ruim aantal supermarkten. Dit betekent echter niet dat er geen mogelijkheden zijn voor structuurversterkende initiatieven. Wel dient goed te worden afgewogen welke initiatieven van meerwaarde zijn voor de structuur. Dit wordt ook onderschreven in het gemeentelijk beleid. Het planinitiatief is van meerwaarde voor de structuur en zet in op de beleidsmatig gewenste versterking van winkelcentrum De Bongerd. Bovendien leidt het planinitiatief tot een meer duurzame en evenwichtigere boodschappenstructuur. De te kleine en solitaire Aldi-supermarkt, verplaatst naar winkelcentrum de Bongerd, waar de winkelbeleving wordt geoptimaliseerd. Ook bij deze ontwikkeling is voorzien in het gemeentelijke detailhandelsbeleid. Tevens van belang is dat alle discountsupermarkten van Doetinchem zich momenteel in de oostelijke zijde van de kern begeven. Daarbij verplaatst de zaak uit het oostelijke deel van het centrum van Doetinchem waar reeds veel supermarkten gevestigd zijn. Dit wordt nog versterkt door de komst van Lidl op de Saronix-locatie. Een aandachtspunt is de achter te laten locatie van Aldi. Deze locatie is niet langer geschikt voor een reguliere supermarkt, gelet op pand- en locatie-eigenschappen. Mogelijk is het pand nog wel aantrekkelijk voor een winkel (niet dagelijks), die doelgericht bezocht wordt, of dienstverlening. Ook een transformatie naar woningen behoort tot de opties.

2. MARKTANALYSE (BEHOEFTE)

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies van de marktmogelijkheden en effecten zoals behandeld in hoofdstuk 2.

2.1 Trends en ontwikkelingen, beleid en plannen

De detailhandel in dagelijkse artikelen is volop in beweging. In het navolgende worden de relevante trends geschetst betreffende de ontwikkelingen van deze winkelsector in Nederland.

Trends in consumentengedrag en demografische ontwikkelingen

- De hedendaagse consument is steeds beter geïnformeerd via internet en besteedt steeds minder tijd aan de boodschappen en aan het bereiden van een maaltijd³.
- De consument is kritisch en mobiel. Voor het doen van de boodschappen kiest deze steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare boodschappencentra met meerdere moderne supermarkten met een ruime keus en een goede parkeervoorziening. De consument koopt weliswaar steeds meer boodschappen online, maar toch wordt het overgrote deel van de boodschappen in de winkel aangeschaft (meer dan 96% in 2018)⁴.
- De omzet van de Nederlandse supermarkten bedroeg in 2018 38,7 miljard euro. Ten opzichte van 2017 is dit een stijging van 3,5%⁵.
- In Nederland bereikt de vergrijzing een hoogtepunt in 2040, wanneer het land naar verwachting 4,8 miljoen 65-plussers telt. Deze nieuwe senioren zullen waarschijnlijk andere koopgewoonten hebben dan de jongere generaties, maar zij blijven behoefte hebben aan dagelijkse artikelen. Zo is onderzocht dat vergrijzing niet leidt tot lagere bestedingen in de supermarkten⁶.

Dagelijkse sector en supermarkten

- Beleving en comfort worden in de supermarkten steeds belangrijker, want hierdoor kunnen zij zich onderscheiden van elkaar. Er is meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt, etc.
- Ook de (auto)bereikbaarheid en de parkeervoorziening blijven onveranderd relevant.
- Over de hele linie heeft de afgelopen jaren schaalvergroting plaatsgevonden. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe fullservicesupermarkten hebben veelal een omvang vanaf 1.200 m² vvo. Nieuwe discounters hebben veelal een omvang vanaf 1.000 m² vvo. Relevant te vermelden is dat Aldi zijn te kleine vestigingen in het land sluit.
- In het planinitiatief zal er een Aldi-supermarkt worden gevestigd in winkelcentrum de Bongerd. Hierdoor ontstaat een complementaire supermarktcombinatie (zie tabel 2.1). De beide supermarkten concurreren slechts in beperkte mate met elkaar aangezien zij een ander marktsegment bedienen. Daarbij heeft Aldi een relatief klein (vers)assortiment, waardoor ook de concurrentie met de speciaalzaken in de Bongerd beperkt is.

³ Rabobank cijfers en trends, Supermarkten geciteerd april 2016

⁴ Foodmagazine, Online boodschappen: de stand van zaken, juli 2018

⁵ Rabobank cijfers en trends, Supermarkten geciteerd juni 2019

⁶ ING Economisch Bureau, Supermarkten en senioren, november 2016

- Veel relevanter is dat Aldi zal zorgen voor een extra bezoekersstroom naar winkelcentrum de Bongerd waar ook het overig winkel- en voorzieningenaanbod van profiteert (zie volgend kader).

Tabel 2.1: Supermarktpositionering⁷

Profiel naar serviceniveau	Formules
Full service supermarkten:	Albert Heijn , Jumbo, Emté, Hoogvliet, Dekamarkt, Plus, Coop etc.
Lage prijs (service) supermarkten/merkendiscounters	Nettorama, Dirk, Boni
Soft-discount:	Lidl
Hard-discount:	Aldi
Profiel naar omvang	
Mega-supermarkten	AH-XL, Jumbo Foodmarkt, etc.
Dorps- en buurtsupermarkten	Spar, Attent, CoopCompact etc.

De rol van supermarkten in boodschappencentra

In de winkelcentra nemen de supermarkten een centrale rol in. Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. Een doorsnee-supermarkt trekt ca. 10.000 bezoekers per week. De andere food-speciaalzaken, winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht van de supermarkten. Mede omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod. Recent onderzoek⁸ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een hoog niveau ligt.

- *Gemiddeld loopt ca. 50% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.*
- *Voorwaarde is wel dat het voorzieningenaanbod, dichtbij moet liggen (max. 80 meter) en zichtbaar moet zijn vanaf de entree van de supermarkt.*
- *Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten hoger dan bij klanten van discountsupermarkten.*

Betekenis voor ondersteunende winkelcentra zoals De Bongerd

- Voor buurt- of wijkcentra wordt het dagelijks winkelaanbod van steeds groter belang, door uitbreidingen van de supermarkt(en) en een afname van de niet-dagelijkse detailhandel.
- Buurt- en wijkcentra met meerdere complementaire supermarkten functioneren over de hele linie beter en hiervan kan ook het overige winkelaanbod profiteren.
- Enerzijds neemt het ontwikkelperspectief voor ondersteunende winkelcentra met voldoende en moderne supermarkten toe. Anderzijds neemt het perspectief voor niet-onderscheidende buurttrips zonder eigentijdse supermarkt af.

⁷ Compilatie door BRO op basis van inzicht GfK, zomerrapport 2014.

⁸ DTNP, Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten onder 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra, november 2016

Relatie trends en ontwikkelingen en beoogde planinitiatief

Het planinitiatief speelt in op de voorgaand beschreven consumententrends. De consument kiest voor gemak en comfort en zodoende voor de grotere supermarktcentra met complementaire en moderne supermarkten en met ruime parkeervoorziening. In het planinitiatief zal de huidige supermarkt van Albert Heijn gemoderniseerd en verplaatst worden. Bovendien zal Aldi verplaatsen, moderniseren en zich in het huidige pand van Albert Heijn vestigen. Door beide ontwikkelingen zal winkelcentrum de Bongerd versterkt worden.

Beleidskaders

In het navolgende wordt enkel de conclusie van de vigerende beleidskaders gegeven, in relatie tot het planinitiatief. Voor een verdere uitwerking van de beleidskaders wordt verwezen naar bijlage 2. Het planinitiatief past op hoofdlijnen binnen de beschreven beleidskaders. Zowel het provinciaal als het gemeentelijk beleid zet in op vitale en leefbare kernen, waarbij de bestaande winkelcentra centraal staan. De provincie wil een evenwichtige ontwikkeling van de regionale detailhandelsstructuur die toekomstbestendig is. Hiervoor is op regionaal niveau evenwicht nodig tussen vraag en aanbod zodat overcapaciteit en leegstand voorkomen worden. Dit vraagt om heldere ruimtelijke keuzes gericht op het versterken van kansrijke locaties en het omvormen van kansarme locaties naar andere functies. Het beoogde planinitiatief voorziet in een regionaal evenwicht van de regionale detailhandelsstructuur die toekomstbestendig, zowel kwalitatief als kwantitatief.

In het gemeentelijk beleid wordt het planinitiatief beschouwd als een hard plan. Hierdoor is het plan in feite geen 'nieuwe ontwikkeling' en zodoende hoeft het plan niet te worden getoetst aan het beleidsmatige stroomschema. Overigens kan het plan met succes worden doorlopen in datzelfde stroomschema. Het enige aspect waarin het plan niet past, is de richtlijn voor het maximum metrage van de supermarkten. Deze wordt namelijk overschreden (>3.000 m² wvo). Het betreft hier echter een richtlijn en wordt niet als harde norm gehanteerd. Voorts van belang is dat de planlocatie onderdeel uitmaakt van de vastgestelde gemeentelijke detailhandelsstructuur. Daarnaast is het planinitiatief in september 2016 met de regio Achterhoek positief afgestemd. Ook passen de beoogde ontwikkelingen in lijn met de trends en ontwikkelingen op het gebied van schaalvergroting en speelt het in op de eisen en wensen van de consument van grote supermarkten met een ruim aanbod.

Plannen en initiatieven

Los van het planinitiatief voor De Bongerd, speelt er een aantal supermarktontwikkelingen in Doetinchem (zie volgende figuur). Voor onderhavig planinitiatief is met name het initiatief op de Saronix-locatie van belang, aangezien dit harde plancapaciteit is en het initiatief binnen het relevante verzorgingsgebied (kern Doetinchem) ligt⁹.

⁹ Het Saronix-initiatief betreft harde plancapaciteit en dit metrage wordt zodoende in de modelmatige effectbenadering opgenomen.

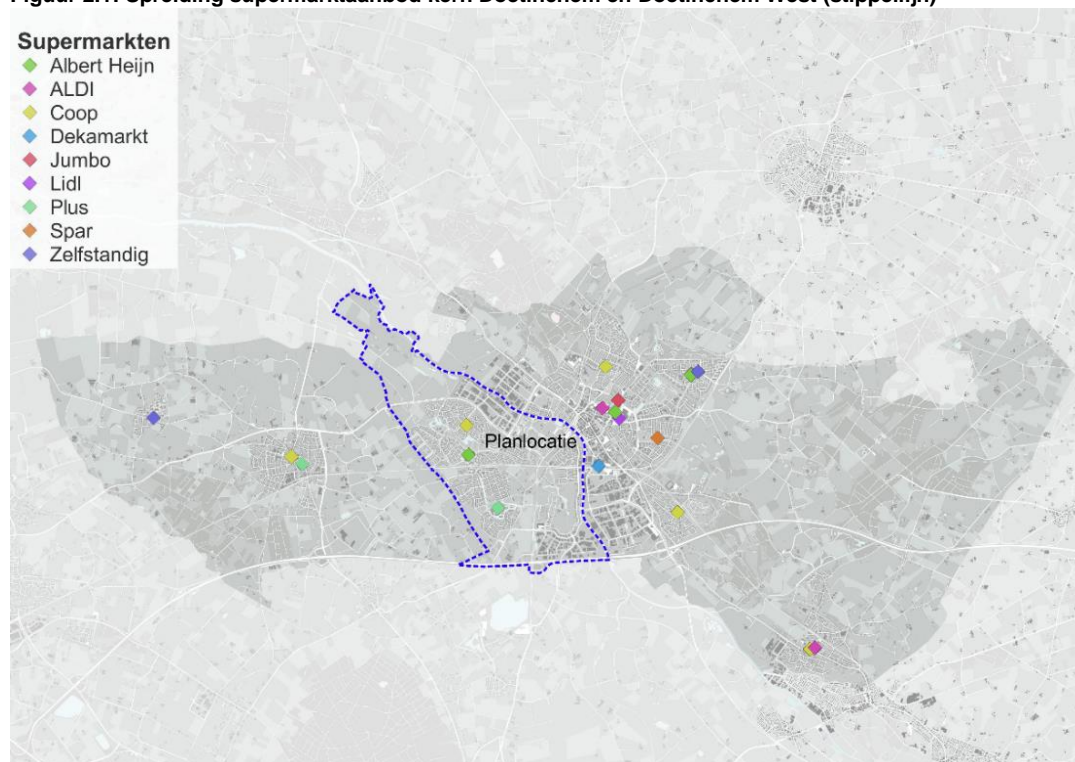
Tabel 2.2: Supermarktinitiatieven in gemeente Doetinchem¹⁰

INITIATIEF	WENS	HUIDIG M² WVO	TOEVOEGIN G M² WVO	STATUS
Saronix terrein*	Nieuwvestiging Lidl supermarkt	-	1.850	Hard, ontwikkeling in voorbereiding
De Bongerd*	Nieuwbouw Albert Heijn en toevoeging discounter (Uitgaande van relocatie Aldi Schouwborgplein)	1.833	1.900	Hard: Bestemmingsplan in voorbereiding
PLUS Wehl	Uitbreiding en verplaatsing kernwinkelgebied	860	390	Zacht
Coop Wehl	Uitbreiding	659	400	Zacht
Albert Heijn Overstegen	Uitbreiding	1.190	260	Zacht
PLUS Dichteren	Uitbreiding	850	Onbekend	Zacht
Coop Slotlaan	Uitbreiding	820	150	Zacht

2.2 Analyse winkelaanbod (dagelijkse artikelen)

Navolgend is het winkelaanbod in de kern Doetinchem geanalyseerd. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner¹¹. Ook is specifiek het winkelaanbod voor Doetinchem West¹² geanalyseerd, wat het relevante verzorgingsgebied is voor het planinitiatief (zie volgende figuur).

Figuur 2.1: Spreiding supermarktaanbod kern Doetinchem en Doetinchem West (stippellijn)



¹⁰ Visie boodschappenstructuur gemeente Doetinchem, december 2017, pp.18

¹¹ Locatus retailverkenner, peildatum/inventarisatie van Locatus oktober 2018

¹² De wijken ten westen van de Oude IJssel en telt ca. 18.000 inwoners.

Omvang en samenstelling dagelijkse sector kern Doetinchem

- In de kern Doetinchem zijn 75 zaken in de dagelijkse sector aanwezig met een gezamenlijke omvang van 19.638 m² wvo (zie de volgende tabel).
- In Doetinchem West is er ca. 3.710 m² wvo, verdeeld over 10 verkooppunten (zie volgende tabel). Dit aanbod bevindt zich grotendeels in winkelcentrum de Bongerd.
- De supermarkten zijn gemiddeld gezien aan de kleine kant in Doetinchem. Zo bedraagt de gemiddelde omvang per supermarkt 977 m² wvo, tegenover 1.098 m² wvo gemiddeld in referentiekernen¹³.
- In Doetinchem West is de gemiddelde omvang per supermarkt hoger, namelijk 1.053 m² wvo. Dit aantal ligt hoger dan in 2017, aangezien de Plus in de tussentijd met ca. 400 m² wvo is uitgebreid.

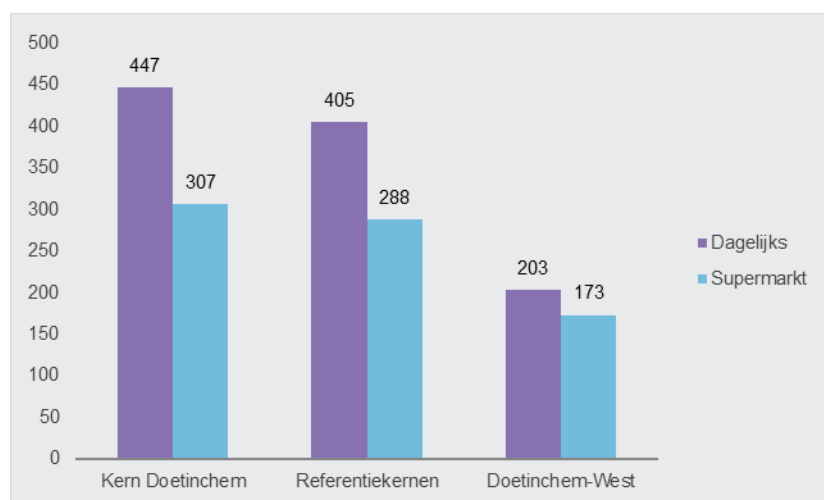
Tabel 2.3: Aanbod dagelijkse sector kern Doetinchem en Doetinchem West

	Kern Doetinchem			Waarvan in Doetinchem West		
	Aantal verkooppunten	Winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	m ² wvo per winkel	Aantal verkooppunten	Winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	60	16.442	274	9	3.429	381
w.v. Supermarkt	14	13.677	977	3	3.159	1.053
Persoonlijke verzorging	15	3.196	213	1	281	281
Dagelijkse artikelen totaal	75	19.638	262	10	3.710	371

Dagelijks winkelaanbod in perspectief

- In de volgende figuur is het winkelaanbod van de sector dagelijkse artikelen per 1.000 inwoners weergegeven en vergeleken met referentiekernen.
- In zijn totaliteit kent de kern Doetinchem een relatief ruim winkelaanbod in de sector dagelijkse artikelen (zie volgende figuur). Dit duidt op de regionaal verzorgende functie van kern Doetinchem als boodschappencentrum.
- Doetinchem West kent echter een aanzienlijke ondervertegenwoordiging. Er is met andere woorden relatief weinig aanbod.
- Voorgaande mag worden opgevat als een kwalitatieve behoefte aan voldoende supermarktaanbod in Doetinchem West.

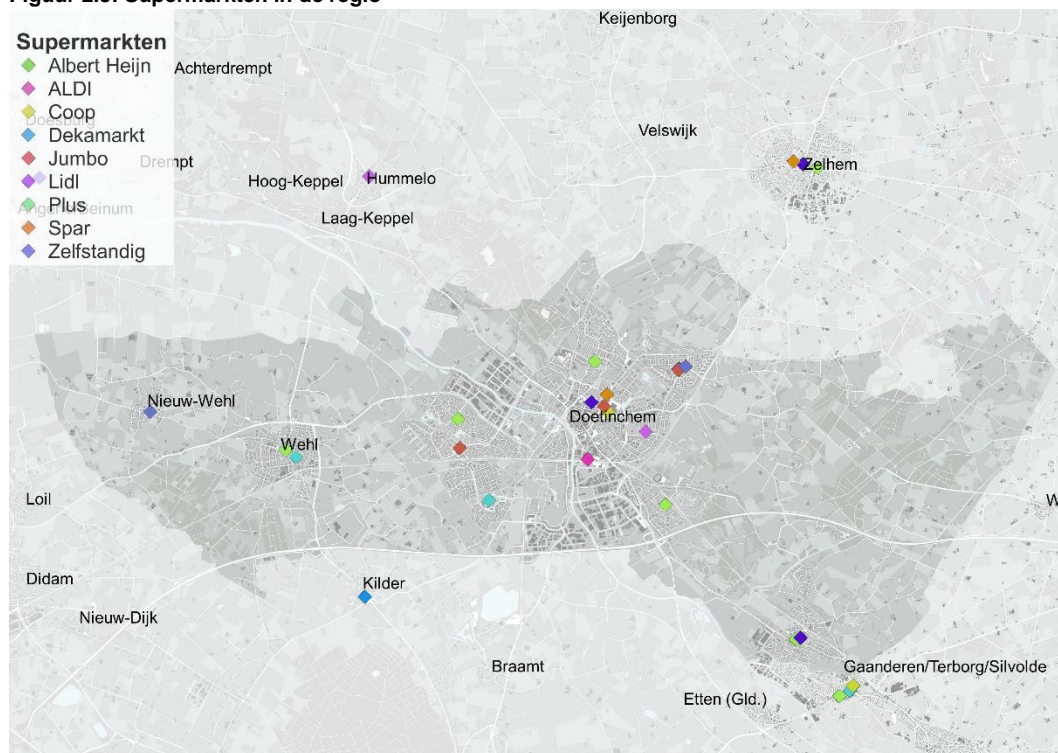
Figuur 2.2: Winkelaanbod per 1.000 inwoners, dagelijkse art. en supermarkten



Supermarktaanbod in de regio

De volgende figuur toont het regionale supermarktaanbod. Hieruit blijkt dat de kleinere kernen rondom Doetinchem veelal over geen of enkel kleinschalig supermarktaanbod beschikken. De toevloeiing naar Doetinchem zal afkomstig zijn uit deze kernen of uit de grotere kernen waar de consument een bepaalde supermarktformule mist. Een voorbeeld hiervan is de Dekamarkt World of Food. Naast de dagelijkse boodschappen zijn er ook elementen van een foodmarkt aanwezig. In Nederland zijn er zes World of Food-supermarkten van Dekamarkt. De relatief grootschalige supermarktaanbod en de aanwezigheid van bepaalde supermarktformules zorgen voor enige koopkrachttoevloeiing naar de kern Doetinchem en relatief weinig afvloeiing.

Figuur 2.3: Supermarkten in de regio



Leegstand

De procentuele leegstand in de kern Doetinchem ligt in aantal verkooppunten globaal rond hetgeen verwacht mag worden in referentiekernen. Wel ligt de leegstand in vwo, wat hoger dan gemiddeld, hetgeen voornamelijk verklaard wordt door een groot leegstaand pand op het perifere winkelcluster Havenstraat Doetinchem. In het kader van de laddertoets moet geanalyseerd worden of de behoefte niet in bestaand leegstaand winkelvastgoed kan worden ondervangen. In dit geval is dit echter minder van belang. Het planinitiatief betreft een beleidsmatig voorziene transformatie van een bestaand winkelcentrum. Desalniettemin blijkt uit de leegstandsanalyse dat geen van de leegstaande panden qua aard, ligging en omvang geschikt is om het supermarktinitiatief eventueel te ondervangen (zie tabel 2.4).

Tabel 2.4: Leegstaande winkelpanden > 1.000 m² wvo¹⁴

Straat	Nr.	Winkelgebied	Duur	WVO
Havenstraat	142	Havenstraat Doetinchem	Structureel	4.700
Wijnbergseweg	51	Bedrijfsterrein	Structureel	2.544
Raadhuisstraat	69 B	Centrum Doetinchem	Langdurig	2.000
Transportweg	13	Buiten bebouwde kom	Aanvang/frictie	1.590
Doetinchemseweg	83	Woonboulevard Doetinchem	Structureel	1.125
Raadhuisstraat	34	Centrum Doetinchem	Structureel	1.100

¹⁴ Locatus Retailverkenner, 2019.

3. EFFECTBENADERING

In dit hoofdstuk worden de kwantitatieve effectbenaderingen opgesteld en worden de effecten van het planinitiatief op het woon-, leef- en ondernemersklimaat beschreven.

3.1 Uitgangspunten marktbenadering

In tabel 3.1 zijn de uitgangspunten van de analyse weergegeven.

Tabel 3.1 Uitgangspunten marktanalyse sector dagelijkse artikelen

Variabele	Waarde	Bron
Inwonertal	<ul style="list-style-type: none"> Kern Doetinchem: 44.895 inwoners in 2018/2030 Doetinchem West: 18.250 inwoners in 2018 /2030 We gaan uit van een stabilisatie van het inwonertal in de kern Doetinchem. Volgens de prognoses zal het inwonertal in de gemeente iets krimpen, maar aangezien er nog enige woningbouw gepland is in de kern Doetinchem, lijkt stabilisatie reëel. 	Huidige situatie: CBS, 2018 (meest actueel); Primos Online prognose, ABF Research, 2018
Bestedingen per hoofd (€)	<ul style="list-style-type: none"> Landelijk gemiddelde besteding aan dagelijkse art. is € 2.641,- per persoon per jaar. Het besteedbaar inkomen in de kern Doetinchem ligt -7% lager dan het landelijke gemiddelde. Er wordt zodoende een correctie op de besteding toegepast. De gecorrigeerde besteding aan boodschappen bedraagt 2.565,-¹⁵. 	Notitie omzetkenngetallen (2017) Gemiddeld inkomen per inwoner, CBS, 2015 (meest actueel)
Koopkrachtbinding	<ul style="list-style-type: none"> Kern Doetinchem: 95% Doetinchem West: 70% <p>Op het niveau van de gemeente Doetinchem zijn geen recente koopstroomgegevens bekend. Op kernniveau zal de toevloeiing licht toenemen, in Doetinchem West groeit de toevloeiing harder, als gevolg van het planinitiatief.</p>	
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	<ul style="list-style-type: none"> Kern Doetinchem: 19% Doetinchem West: 20% <p>In de eerder door BRO uitgevoerde analyse naar de detailhandelsstructuur op buurt- en wijkniveau voor Doetinchem in 2009, is de koopkrachttoevloeiing voor de kern Doetinchem ingeschat op 16%. Echter, mede door de komst van de unieke Dekamarkt World zal de toevloeiing inmiddels ca. 17,5% bedragen. Voor Doetinchem West geldt dat bij een versterking van het supermarktaanbod door het planinitiatief een verdere toename van de bovengemeentelijke koopkrachttoevloeiing voor Doetinchem West waarschijnlijk. Een toename in de koopkrachttoevloeiing is mogelijk. Hierbij is er rekening mee gehouden dat het inwonertal van de regio krimpt.</p>	

¹⁵ Het gewogen inkomen per inwoner in het primaire verzorgingsgebied bedraagt € 28.200 per jaar en ligt 7% lager dan landelijk gemiddeld. Aangezien er voor boodschappen een prijselasticiteit geldt van kwart procent, bedraagt de gemiddelde besteding $€ 2.641 \cdot (1 + (-7\% \cdot 0,4)) = € 2.565,-$

Variabele	Waarde	Bron
Landelijk ongewogen gemiddelde.	• € 7.984,- per m ² wvo per jaar.	Notitie omzetkengetallen 2017

3.2 Economisch functioneren

In het navolgende worden de modelmatige effectberekeningen opgesteld, voor de kern Doetinchem en meer specifiek Doetinchem West.

Kern Doetinchem

In de volgende tabel is een modelmatige berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijkse winkelaanbod in Doetinchem. Dit is gedaan voor zowel de huidige als de toekomstige situatie (2030). Dit geeft een indicatie van de te verwachten effecten voor de overige winkels. Relevant voor de volgende rekentabel is dat er een vertaalslag wordt gemaakt tussen de totale besteding en omzet in euro's enerzijds en het aanbod in m² wvo anderzijds. De link tussen beide cijfers wordt gelegd door het begrip vloerproductiviteit (€ per m² wvo).

Tabel 3.2: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector kern Doetinchem

	2019	2030
Aantal inwoners	44.895	44.895
Bestedingen per hoofd (€)	2.565	2.565
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	115,2	115,2
Koopkrachtbinding	95%	95%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	109,4	109,4
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	19%	20%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	25,7	27,3
Totale besteding (€ mln.)	135,1	136,7
Huidig wvo (m ²)	19.638	19.638
Omzet per m² wvo (€)	6.775	6.975
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	7.984	7.984

Tabel 3.2 geeft aan dat de detailhandel in dagelijkse artikelen in de kern Doetinchem theoretisch beneden het landelijk gemiddelde functioneert. Dit hoeft overigens niet per definitie te beteken dat het winkelaanbod onrendabel functioneert. Hierop zijn ook diverse andere factoren van invloed, waaronder de huurlasten en de kostenbalans. Bovendien geldt dat de relatief lage vloerproductiviteit mede wordt verklaard door de grootschalige en extensieve Dekaworld of Food. In de volgende paragraaf wordt verder op de effecten ingegaan.

Doetinchem West

In navolgende tabel is een soortgelijke modelmatige effectbenadering gemaakt specifiek voor Doetinchem West. Uit de tabel blijkt dat de sector dagelijkse artikelen met een hoge gemiddelde vloerproductiviteit functioneert, hetgeen verklaard wordt door het beperkte aanbod in het gebied. Indien het planinitiatief wordt gerealiseerd zal de gemiddelde vloerproductiviteit in Doetinchem West iets onder het landelijke gemiddelde van € 7.984,- per m² wvo komen te liggen. In de praktijk leidt dit niet tot onaanvaardbare effecten in de dagelijkse detailhandelsstructuur. In de volgende paragraaf wordt verder ingegaan op de effecten.

Tabel 3.3: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector Doetinchem West

	2019	2030
Aantal inwoners	18.250	18.250
Bestedingen per hoofd (€)	2.565	2.565
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	46,8	46,8
Koopkrachtbinding	65%	70%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	30,4	32,8
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	15%	20%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	5,4	8,2
Totale besteding (€ mln.)	35,8	41,0
Huidig wvo (m ²)	3.710	3.710
Omzet per m² wvo (€)	9.650	11.050
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	7.984	7.984
Distributieve uitbreidingsruimte (m ² wvo)	774	1.420

Kwaliteit boven kwantiteit

De voorgaande effectbenaderingen zijn gebaseerd 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 effectbenaderingen. 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 gezien 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 de meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer verkoopruimte realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte, hoeft dus niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

3.3 Effecten

Voor de toets aan de ladder, zijn economische effecten op andere winkels op zich niet relevant, **tenzij** dit leidt tot onaanvaardbare leegstand, i.r.t. het woon-, leef- en ondernemersklimaat. In de paragraaf wordt de aanvaardbaarheid van de effecten getoetst.

Winkelcentrum De Bongerd

Door het verplaatsen en moderniseren van zowel Albert Heijn als Aldi, krijgt de consument de beschikking over twee complementaire moderne supermarkten met betere parkeervoorzieningen. Hierdoor neemt de aantrekkingskracht van dit winkelcentrum binnen het stadsdeel aanzienlijk toe. Daar zullen ook de andere winkels in winkelcentrum De Bongerd van profiteren. De beoogde versterking zal het perspectief van De Bongerd als wijkwinkelcentrum verbeteren, aangezien door clustering en modernisering wordt ingespeeld op de consumententrends. Hiermee wordt de basis gelegd voor het behoud van een gevarieerd winkel- en voorzieningenaanbod.

Omzeteffecten Doetinchem West

Uit de voorgaande paragraaf blijkt dat er sprake is van een omzeteffect in Doetinchem West (in de vorm van een dalende gemiddelde vloerproductiviteit) als gevolg van het planinitiatief. In werkelijkheid zal het effect van de ontwikkeling om een aantal redenen iets minder groot zijn, dan is weergegeven in de modelmatige benadering uit de voorgaande paragraaf. Hierbij zijn de volgende effecten van belang:

- De modernisering van Albert Heijn en Aldi is vooral nodig om het winkelcomfort te verbeteren (bredere gangpaden en dergelijke). Een grotere omvang in meters leidt zodoende niet 'één op één' tot een hogere omzet voor de supermarkten. De modelmatige benadering uit de voorgaande paragraaf gaat hier echter wel van uit.
- Verder zullen met name Albert Heijn en Aldi zelf met een lagere omzet per m² wvo gaan functioneren. Een deel van het omzeteffect in de vorm van een dalende vloerproductiviteit komt met andere woorden bij deze supermarkten zelf terecht.
- Indien ook het Saronix-initiatief (een Lidl met een maximale omvang van 1.850 m² wvo) in de effectbenadering wordt meegerekend, betekent dit dat in 2030 voor de kern Doetinchem de gemiddelde vloerproductiviteit 7% lager ligt dan zonder het Saronix-initiatief. Dit planinitiatief ligt echter in het oostelijke deel van de stad en heeft geen wezenlijke effecten op het beoogde planinitiatief in winkelcentrum de Bongerd.
- Daarbij van belang is dat beide supermarkten bestaande supermarkten in Doetinchem zijn, met een bestaande klantenkring. Bovendien is Aldi deels complementair aan het gevestigde winkel-aanbod. Hierdoor is de concurrentie met de gevestigde supermarkten beperkt. Deze formule haalt zijn omzet uit heel Doetinchem.

Ondanks het voorgaande zijn er toch omzeteffecten te verwachten op de twee kleinschalige supermarkten (Plus en Coop). Immers wordt De Bongerd aantrekkelijker als winkelcentrum. Gelet op de geografische nabijheid, zal het effect het grootst zijn bij de Coop-supermarkt aan de Slotlaan. Toch zal het effect waarschijnlijk niet zo groot zijn dat deze supermarkt verdwijnt, aangezien de winkel op 1,25 kilometer van de Bongerd af ligt. Dit betekent dat voor een groot deel van de wijk de Huet, de

Coop-supermarkt de dichtstbijzijnde supermarkt blijft¹⁶. Bovendien wil deze supermarkt zelf ook moderniseren, waardoor de uitgangspositie wordt verbeterd. Voorts is van belang dat specifiek de formule Coop, met een relatief klein oppervlak toch een rendabele en relatief moderne supermarkt kan exploiteren¹⁷. Mocht onverhoopt de Coop-supermarkt toch verdwijnen, dan is het effect op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat aanvaardbaar, aangezien winkelcentrum De Bongerd in de dagelijkse behoeften voorziet. Het effect op de Plus-supermarkt zal minder groot zijn, aangezien deze supermarkt op relatief grote afstand van De Bongerd ligt.

Overig Doetinchem

Het omzeteffect op de rest van Doetinchem is naar verwachting beperkt en aanvaardbaar. Weliswaar is er sprake van enig omzeteffect, in de vorm van een dalende voerproductiviteit, maar dit effect is beperkt. Van belang in deze conclusie is dat het in dit geval om verplaatsingen en modernisering van bestaande supermarkten gaat. Weliswaar zullen de ruimere Albert Heijn en Aldi wat nieuwe klanten trekken, maar deze effecten zijn niet zo groot dat de concurrentieverhoudingen drastisch wijzigen. Wel zorgt de verplaatsing van Aldi voor een meer evenwichtige supermarktstructuur in Doetinchem. Zo blijkt uit figuur 3.1 dat er veel supermarkten geclusterd zijn aan de oostzijde van het Doetinchemse centrum. Hierdoor komt de consumentenverzorging ook niet in gevaar. Er blijven na de verplaatsing van Aldi voldoende alternatieven over voor het doen van de boodschappen. Bovendien komt Aldi door de verplaatsing verder van de concurrentie (Lidl) en de andere Aldi-vestiging in winkelcentrum Overstegen af te liggen. Ook zal het effect van het planinitiatief op de supermarkten van de kern Wehl beperkt en aanvaardbaar zijn. Weliswaar zal er enige extra koopkracht vanuit deze kern wegvloeien naar de Bongerd, maar het consumentendraagvlak in de kern Wehl (6.960 inwoners) biedt in beginsel voldoende perspectief voor een service-supermarkt.

Achter te laten locatie Aldi

De achter te laten locatie van Aldi is niet langer geschikt om een moderne supermarkt uit te baten. Hierdoor wordt dit pand in onderhavig onderzoek niet beschouwd als relevante plancapaciteit. Een transformatie tot woningen en/of dienstverlening wordt (ook beleidsmatig) voorzien. Gelet op landelijke trends wordt wonen in of aan de rand van het centrum weer steeds populairder en is er in beginsel veelal voldoende behoefte. Structurele leegstand wordt niet verwacht en er is geen sprake van onaanvaardbare leegstand.

¹⁶ Op basis van CBS 100x100 raster (2017) blijft de Coop voor ca. 3.200 inwoners de belangrijkste supermarkt.

¹⁷ Distrifood, vraagstukken rond overname Emté, maart 2018.

BIJLAGEN

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: De voor winkelend publiek toegankelijke verkoopruimte van een detailhandelsbedrijf. Onder winkelvloeroppervlak wordt in ieder geval niet begrepen etalages, (verkeer)ruimtes achter de toonbank(en) en de kassa's, loopbanden (tapis roulants), trappen en/of liften, winkelwagenvoorzieningen, de entreezone van en naar het detailhandelsbedrijf en aan het detailhandelsbedrijf ondersteunende ruimtes, zoals magazijnruimtes, koel- of diepvriescel(len), kantoorruimtes en kantines. Kolommen en leidingschachten groter dan 0,5 m² zijn in het winkelvloeroppervlak niet inbegrepen.

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.

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: Beleidskaders

Provinciaal: Omgevingsvisie Gaaf Gelderland (2014, geconsolideerde versie januari 2018)

De provinciale ambitie is het versterken van de economische kracht en uitstraling van de steden. Daarnaast wil de provincie de vitaliteit van kleinere kernen en dorpen waar mogelijk behouden en versterken. Dit vergt een evenwichtige benadering van stedelijke functies. De ambitie is te zorgen voor een optimale kwaliteit en bereikbaarheid van voorzieningen, niet om alle voorzieningen te behouden.

Evenwichtige regionale detailhandelsstructuur: versterken van kansrijke locaties

De provincie wil een evenwichtige ontwikkeling van de regionale detailhandelsstructuur die toekomstbestendig is. Hiervoor is op regionaal niveau evenwicht nodig tussen vraag en aanbod zodat overcapaciteit en leegstand voorkomen worden. Dit vraagt om heldere ruimtelijke keuzes gericht op het versterken van kansrijke locaties en het omvormen van kansarme locaties naar andere functies.

Transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden

De provincie zet in op transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden. Winkelgebieden met weinig toekomstwaarde, zoals een verouderde meubelboulevard, kleine buurtcentra of een aanloopstraat met veel leegstand, moeten worden omgevormd naar andere functies. Ook veel winkelcentra in dorpen en steden moeten worden vernieuwd en worden verkleind tot compacte winkelgebieden. Het gaat om een mix van vernieuwen, herstructureren, transformeren en sloop van bestaande winkelgebieden. De provincie stelt de bestaande voorraad voor detailhandel centraal.

Regionaal: Structuurvisie nieuwe stijl Regio Achterhoek (2012)

In het algemeen lijkt er behoefte aan regionaal en lokaal maatwerk en vooral de blik richten op de kansen die de transitie biedt. Het ruimtelijk beleid zorgt voor de juiste kaders op de juiste plek. Er zal echter verdunning optreden. Het ruimtelijk beleid zal vervolgens opnieuw antwoord moeten geven op het aloude ruimtelijke dilemma van spreiding of concentratie. Het doel van het ruimtelijk beleid is om de noodzakelijk economische dynamiek te faciliteren zonder de rust en ruimtelijke kwaliteiten aan te tasten. Die combinatie zorgt voor een prettig leefbare regio.

Er zal een visie worden gevormd op regionale spreiding van de voorzieningen en de onderlinge samenhang van dorpen. Dit start met het opstellen van een regionale demografische effectenrapportage. In samenwerking met de provincie wordt bekeken welke effecten de geprognosticeerde bevolkingsontwikkeling heeft op het aantal voorzieningen in de regio. Het doel is om naast de afstemming qua aantallen woningen en bedrijventerreinen ook afstemming te bereiken over het aantal voorzieningen op het gebied van cultuur, sport, zorg en onderwijs maar ook detailhandel. Vervolgens zullen locatiecriteria worden geformuleerd voor de voorzieningen. Op deze wijze willen we in overleg met de markt komen tot een regionaal afwegingskader voor investeringen in voorzieningen. Mogelijk in de vorm van een prioriteitsladder.

Retaildeal

Recent hebben de regiogemeenten een Retaildeal ondertekend. Doetinchem had dit al eerder gedaan. Hiermee sluiten de Achterhoekse gemeenten aan bij de Retailagenda van het Ministerie van EZ. Doel is het toekomstbestendig maken van retailbedrijven en daarmee stads- en dorpscentra.

Regionaal: Afsprakenkader detailhandel regio Achterhoek

Van belang is dat het planinitiatief in september 2016 met de regio positief is afgestemd. Op regionaal niveau is door de gemeenten Aalten, Berkelland, Bronckhorst, Doetinchem, Montferland, Oost Gelre, Oude IJsselstreek en Winterswijk een aantal basisbeleidsafspraken vastgelegd in dit afsprakenkader. Doel is behoud van een zo aantrekkelijk mogelijke winkelstructuur voor inwoners van en bezoekers aan de Achterhoek. De focus ligt hierbij op behoud van vitale centra, groot en klein. Centra zijn het visitekaartje van een kern en zijn hierdoor zeer belangrijk voor het woon- en leefklimaat. De regionale afspraken vormen de basis voor lokaal beleid en (toetsing van) lokale ontwikkelingen.

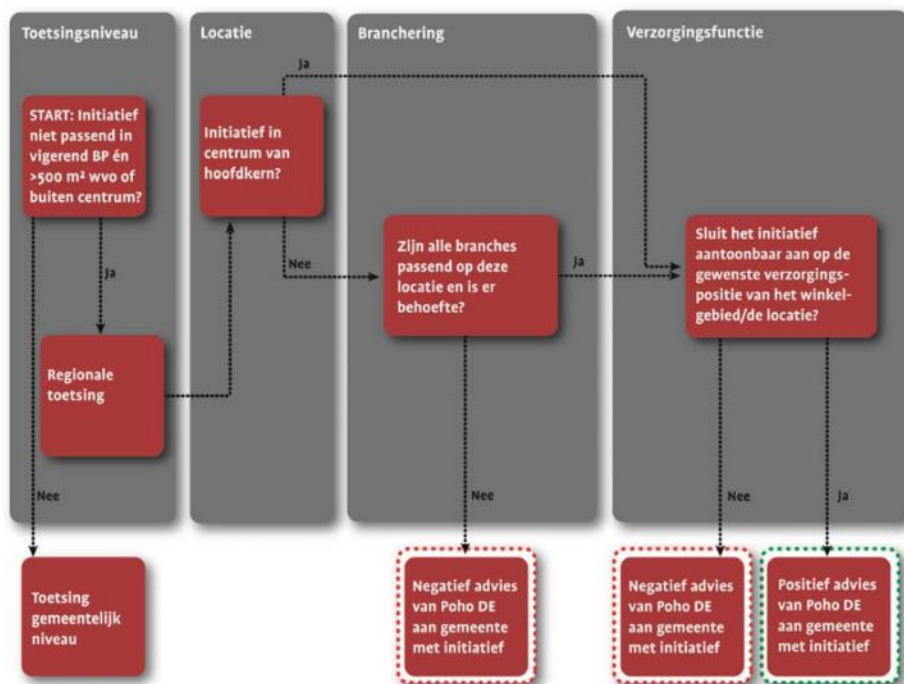
De toekomstig haalbare gewenste winkelstructuur is als volgt:

- Regionaal centrum: Doetinchem en Winterswijk
- Lokaal centrum (kern en omliggende kleine kernen): Aalten, Borculo, Didam, Dinxperlo, Eibergen, Gaanderen, Gendringen, Groenlo, 's-Heerenberg, Hengelo, Lichtenvoorde, Neede, Ruurlo, Steenderen, Terborg, Uift, Varsseveld, Vorden, Wehl en Zelhem.
- Het centrum van Silvolde heeft in de regionale detailhandelsstructuur eenzelfde positie als niet-hoofdkernen in de regio.

Bovengenoemde verzorgingspositie van de centra van de hoofdkernen en de bestaande PDV-clusters wordt vastgesteld als de na te streven gewenste winkelstructuur. Met het oog op nieuwe initiatieven gelden de volgende afspraken:

- Initiatieven ter behoud van basiswinkelvoorzieningen met dagelijks aanbod voor het lokale verzorgingsniveau in de overige kernen worden beleidsmatig ondersteund.
- Nieuwe winkelontwikkelingen binnen de centra van de hoofdkernen worden toegestaan, mits de verzorgingspositie van het centrum na realisatie nog overeenkomt met de gewenste positie én de ontwikkeling past binnen de strategie het winkelgebied in het centrum compact te maken.
- De Achterhoekse gemeenten verplichten zichzelf om op (de op termijn) niet (meer) ingevulde winkellocaties buiten de gewenste winkelstructuur de detailhandelsmogelijkheden waar mogelijk uit de bestemmingsplannen te schrappen.
- Voor (op termijn) voormalige winkellocaties wordt gezocht naar alternatieve invullingen (transformatieproces). In toekomstige structuur- en centrumvisies wordt de geschetste ontwikkeling voor de detailhandel meegenomen als uitgangspunt en wordt gezocht naar programma en perspectief voor deze locaties.
- Alle winkelplannen waarvoor een wijziging in het bestemmingsplan nodig is, worden kenbaar gemaakt aan de secretaris van de Ambtelijke Werkgroep Duurzame Economie (informatieplicht). Hiertoehoren ook bestemmingsplannen die (op termijn) toename van de detailhandelsfunctie mogelijk maken.
- Plannen binnen centrumgebieden groter dan 500 m² winkelvloeroppervlak en alle winkelplannen buiten centrumgebieden worden regionaal afgestemd. De Ambtelijke Werkgroep Duurzame Eco-

nomie (acht gemeenten en provincie) toetst het initiatief aan het afsprakenkader en bereidt het advies voor, voor de behandeling in het Portefeuillehoudersoverleg Duurzame Economie. Het Poho DE geeft advies aan de gemeente met het initiatief. Provincie Gelderland ontvangt een afschrift van het advies.



Gemeentelijk: Structuurvisie Doetinchem 2035 (2013)

Ook bij de detailhandel speelt het probleem van de toenemende leegstand. Simpelweg doordat er minder vraag is naar vierkante winkelmeters. Dit zal vooral gaan spelen in aanloopstraten of centrumgebieden die net buiten het kernwinkelgebied liggen. Daarbij is het toevoegen van fysieke meters verleden tijd, tenzij het een heel uniek concept betreft. Uitgangspunt voor de komende jaren is 'inbreiding' en het versterken van de stedelijke structuur. Het combineren van functies en flexibel kunnen inspelen op de marktfragen is van essentieel belang. De vergrijzing van de middenstand zal de komende jaren een rol spelen. Vinden de oudere ondernemers een opvolger? En zo niet, wat gebeurt er met hun leegkomende panden? Daarnaast zullen ook niet alle wijken buurtwinkelcentra een even sterke positie behouden. Zij bestaan bij de gratie van hun verzorgingsgebied. Als dat krimpt, dan krimpt ook het aanbod van dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen in de diverse wijk- en buurtwinkelcentra.

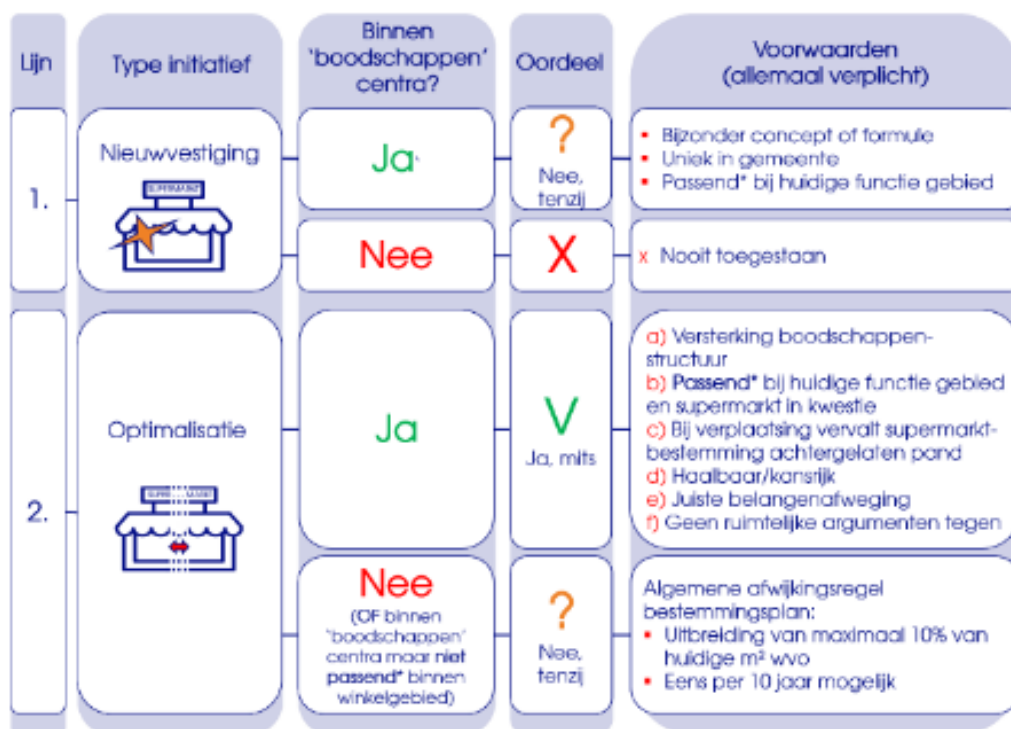
Gemeentelijk: Visie boodschappenstructuur (2017)

De gemeente Doetinchem is ruim bedeed met supermarkten: in aantal, omvang, diversiteit en geografische spreiding. Toch is uitbreiding en modernisering soms nodig om de winkels toekomstbestendig te maken en de consumentenverzorging op peil te houden. Wel vraagt het voorgaande om een zorgvuldige afweging bij de toetsing van nieuwe supermarktinitiatieven.

Om deze reden wordt in de visie een aanbeveling gedaan op een aantal aspecten met betrekking tot supermarktiniciatieven:

- terughoudendheid bij initiatieven; enkel optimalisering bestaand;
- functiesprong uitgesloten;
- alleen honoreren perspectiefvolle supermarkten, ofwel binnen winkelstructuur;
- versterking bestaande (boodschappen)structuur;
- plek in winkelhiërarchie; aangewezen 'boodschappen' centra;
- ongewenste supermarktbestemming wegbestemmen.

Het voorgaande heeft geresulteerd in het volgende stroomdiagram.



* Passendheid is navolgend aangegeven

Toetsing passendheid verplaatsing en uitbreiding Albert Heijn

In het gemeentelijk beleid wordt het planinitiatief beschouwd als een zacht plan. Hierdoor is het plan een 'nieuwe ontwikkeling' en zodoende moet het plan getoetst worden in het stroomschema. De uitbreiding en verplaatsing van Albert Heijn betreft een optimalisatie van het bestaande aanbod. Dit houdt in dat er aan 6 voorwaarden voldaan moet worden:

- versterking boodschappenstructuur;
- passend bij huidige functie gebied en supermarkt in kwestie;
- bij verplaatsing vervalt supermarktbestemming achtergelaten pand;
- haalbaar/kansrijk;
- juiste belangenafweging;
- geen ruimtelijke argumenten tegen.

Versterking boodschappenstructuur

Met de ontwikkeling kan de beoogde supermarkt beter inspelen op de actuele consumententrends. De hedendaagse consument kiest immers voor ruimer opgezette supermarkten met voldoende parkeervoorzieningen. Dit betekent dat wanneer de supermarkt in de Bongerd niet kan uitbreiden, meer en meer inwoners voor hun boodschappen (op termijn) gaan uitwijken naar elders.

Passend bij huidige functie gebied en supermarkt in kwestie

Supermarktuuitbreidingen dienen passend te zijn bij huidige functie van het boodschappen-gebied en supermarkt in kwestie, dat wil zeggen dorp-, wijk- of stadsverzorgend. Dit betekent dat er een richtlijn is voor de maximale maatvoering van het totaal aantal supermarktmeters in een winkelgebied. De Bongerd wordt aangemerkt als wijkverzorgend winkelgebied en zodoende is er een richtlijn aangegeven van de maximale m² wvo van de supermarkten per winkelgebied 3.000 m² wvo en een richtlijn van de maximale maatvoering per supermarkt van 1.500 m² wvo. De gemoderniseerde Albert Heijn zal een omvang hebben van maximaal 2.500 m² wvo. Tezamen met de modernisering en verplaatsing van Aldi zal het totale metrage aan supermarktmeters ca. 3.700 m² wvo bedragen. Dit betekent een overschrijding van de richtlijn wvo supermarkten per winkelgebied. Aangezien het hier om richtlijnen gaat, betekent een overschrijding niet dat het beoogde plan niet door kan gaan. Uit voorgaande hoofdstukken is gebleken dat de supermarkten zullen voorzien in een behoefte en dat van onaanvaardbare effecten geen sprake is.

TYPERING WINKELGEBIED	AANGeweZEN (BOODSCHAPPEN) CENTRA	RICHTLIJN MAXIMALE M ² WVO SUPERMARKTEN PER WINKELGEBIED	RICHTLIJN MAXIMALE MAATVOERING PER SUPERMARKT
Hoofwinkelgebied (stadverzorgend)	Centrum Doetinchem	8.000 m ² wvo*	2.000 m ² wvo
Dorpverzorgend	Centrum Wehl en Centrum Gaanderen	2.200 m ² wvo	1.200 m ² wvo
Wijkverzorgend	De Bongerd en Overstegen	3.000 m ² wvo	1.500 m ² wvo

TABEL 9 WINKELHIERARCHIE EN MAXIMALE MAATVOERING WINKELGEBIEDEN EN SUPERMARKTEN
* DEZE MAATVOERING IS EXCLUSIEF UITZONDERING ONDER AD 1: NIEUWVESTIGING VAN BIJZONDER CONCEPT: ENKEL BINNEN KERNWINKELGEBIED VAN CENTRUM DOETINCHEM MOGELIJK

Bijlage 3: profielschets supermarkten Doetinchem West

Kenschets supermarkten

- Albert Heijn, De Bongerd 63: de Albert Heijn supermarkt is van moderne omvang, gevestigd in winkelcentrum De Bongerd en bedient het westelijke deel van Doetinchem. Parkeren is mogelijk aan de voorzijde en aan de zijkant van het winkelcentrum. Naast de Albert Heijn zijn er een Gall & Gall en een slagerij gevestigd. In het winkelcentrum zit tevens nog een aantal kappers, een bakker, een DA drogisterij een bloemenzaak, een Zeeman, een reisbureau en een apotheek.

Afbeelding 3.1: Locatie Albert Heijn, De Bongerd



- Coop, Slotlaan 137: de Coop richt zich op het midden/service-segment. Voorheen was op deze locatie supermarkt Super De Boer gevestigd. De uitstraling van de vestiging is verzorgd. Echter zijn er geringe parkeermogelijkheden. Het winkelaanbod in de omgeving is verder beperkt.

Afbeelding 3.2: Locatie Coop, Slotlaan 137 (voorheen Super de Boer)



- PLUS, Willy Brandtplein 26: deze supermarkt vormt evenals de Coop een buurtsteunpunt. Bij de supermarkt is voldoende parkeergelegenheid aanwezig. Parkeren is mogelijk aan de voorzijde van het pand. Plus richt zich ook op het midden/service-segment. De vestiging is oorspronkelijk als een buurtsupermarkt ontwikkeld mede met het oog op het naastgelegen verzorgingstehuis.

Afbeelding 3.3: Locatie Plus, Willy Brandtplein



