

Seinpost

ADVIESBUREAU BV

f

Distributieve verkenning Industrierondweg Urk

*Economisch-ruimtelijke effectstudie
voor Boni Supermarkten*

Waalwijk, augustus 2015

Distributieve verkenning Industrierondweg Urk

*Economisch-ruimtelijke effectstudie
voor Boni Supermarkten*

Uitgebracht aan:
Gemeente Urk

Seinpost Adviesbureau BV
Rien Romijn
Mathieu Vaessen

Projectnummer: 35018

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Waalwijk, augustus 2015

Inhoudsopgave

Advies	2
1 Inleiding	1
2 De Ladder voor duurzame verstedelijking	3
2.1 Trede 1 Actuele regionale behoefte	3
2.2 Trede 2 Inpasbaarheid stedelijk gebied	4
2.3 Trede 3 Alternatieve (multimodaal ontsloten) locatie	6
2.4 Nadere overwegingen en flankerend beleid	6
Bijlage 1: Profiel Boni Supermarkten	9
Bijlage 2: Marktgebied, benchmark en DPO	11
Bijlage 3: Trends en ontwikkelingen in de detailhandel	17
Bijlage 4: Het beleid	23
Bijlage 5: Locatie-matrix gemeente Urk	25

Advies

Boni Supermarkten wenst in Urk te verplaatsen van de locatie 't Klif naar het gemengde woon-werkgebied Lemsterhoek. Boni ervaart een groot aantal problemen op de huidige locatie waarbij verplaatsing de enige mogelijkheid is om een nieuwe supermarkt te realiseren die voldoet aan de huidige eisen.

Bij de beoordeling van dit initiatief sluiten wij aan bij de Ladder voor duurzame verstedelijking. De Rijksoverheid heeft detailhandel aan de ladder toegevoegd en een verplicht onderdeel gemaakt voor bestemmingsplannen die een nieuwe detailhandelsontwikkeling mogelijk maken. Doel van de ladder is het streven naar een duurzame winkelstructuur met sterke winkellocaties, het tegengaan van winkelleegstand en zuinig omgaan met de schaarse ruimte.

De treden van de duurzaamheidsladder luiden als volgt:

1. Is er een actuele regionale behoefte aan een nieuwe winkelontwikkeling?
2. Kan hiervoor bestaand stedelijk gebied of bestaande bebouwing worden hergebruikt?
3. Als nieuwbouw buiten het stedelijk gebied echt nodig is, moet worden gezorgd voor een optimale inpassing en bereikbaarheid.

Trede 1

Bij trede 1 is het van belang om te onderzoeken of sprake is van een actuele regionale behoefte aan het planinitiatief, in kwantitatieve en kwalitatieve zin. Als het initiatief van Boni Supermarkten aan de hand van de ladder wordt beoordeeld, dan blijkt dat er in Urk voldoende ruimte is om het dagelijks aanbod en daarbinnen de supermarktbranche uit te breiden. Dat komt met name omdat het aantal inwoners (nog steeds) blijft doorgroeien en het dagelijks aanbod daarbij in de afgelopen 5 tot 10 jaar is achtergebleven. Via verschillende methodieken is dat onderzocht door een benchmark-analyse uit te voeren met het aanbod per hoofd, te vergelijken met soortgelijke kernen en de andere gemeenten in de provincie. Uit de distributieve verkenning blijkt op dit moment een uitbreidingsruimte van 490 m² wvo, oplopend naar 1.400 m² wvo medio 2025. In de berekeningen is rekening gehouden met de sterke positie van de foodspeciaalzaken op Urk.

In kwalitatieve zin voegt een nieuwe Boni bovendien iets toe als service-supermarkt met een scherpe prijsstelling. De formule scoort goed in de klantenwaardering ten opzichte van andere supermarkten. De formule vindt betrokkenheid bij de lokale gemeenschap een belangrijk aandachtspunt. Boni is een goede aanvulling op de andere supermarkten op Urk die variëren van full-service tot discount en stimuleert daarmee het ondernemerschap. Uit de trends blijkt dat de supermarktbranche een dynamische sector is, mede door de groei van de omzetten, veranderingen in de assortimenten, lange openingstijden e.d..

Bij de actuele regionale behoefte verdienen ook de leegstand en de mogelijke effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat de aandacht. Op Urk is de leegstand beperkt, die ligt duidelijk onder het landelijk gemiddelde. De effecten zullen daardoor gering zijn. Het betreft bovendien niet een nieuwe toetreders, het gaat om een te verplaatsen supermarkt met een thans erg hoge vloerproductiviteit. De bewoners van het westelijke deel van Urk krijgen de beschikking over een supermarkt op korte afstand die voldoet aan de huidige eisen. Dit zorgt voor een goede spreiding van de voorzieningen voor de dagelijkse aankopen over het dorp.

Trede 2

Uit de tweede trede van de ladder blijkt dat Boni wil investeren in bestaand stedelijk gebied door leegstaand vastgoed te transformeren. Een eigentijdse servicesupermarkt is fysiek niet inpasbaar in het Oude Dorp. Voor de verschillende alternatieve locaties is een locatie-onderzoek uitgevoerd waarbij de Van Slooten-locatie aan de Industrierondweg als beste naar voren komt. De locatie past

in het vigerende beleid van de gemeente.

Trede 3

Trede 3 is niet meer aan de orde omdat Boni voor het planinitiatief niet uitwijkt naar een locatie buiten het stedelijk gebied. Ten aanzien van de multimodale ontsluiting wil Boni een optimale inpassing en bereikbaarheid realiseren.

Met de verplaatsing van Boni wordt een op Urk gevestigde winkel gefaciliteerd om de gewenste vestigingscondities te realiseren. Dit is op de bestaande locatie en de directe omgeving van het huidige pand niet mogelijk. Er is met dit rapport duidelijkheid geschapen over de markteffecten en de bijdrage aan het voorzieningenniveau.

Ook al is er voldoende marktruimte geconstateerd, is het toch aan te bevelen om flankerende maatregelen te nemen en de positie van de winkels in het Oude Dorp te versterken. Er wordt gestreefd naar de concentratie van winkels en het vervlechten van toerisme en detailhandel in het centrum, en het nemen van verkeers- en parkeermaatregelen in het centrum.

1 Inleiding

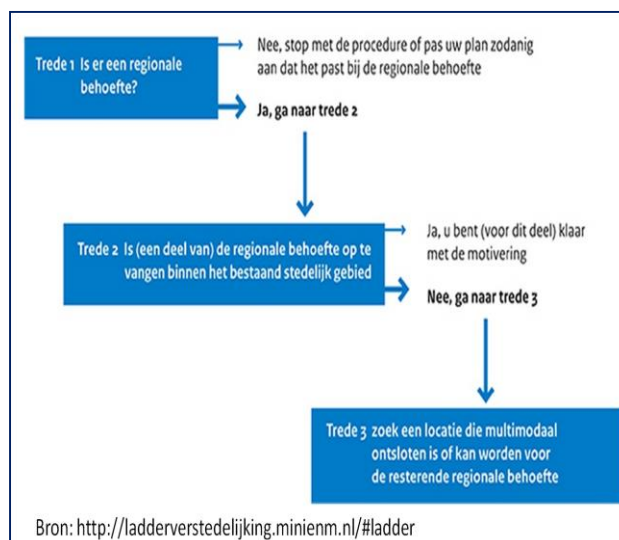
Aanleiding

Boni Markten B.V. wenst haar vestiging in Urk te vergroten en verplaatsen van 't Klif 3 naar de 'Van Slooten-locatie' (Industrierondweg) in het gemengde woon-werkgebied Lemsterhoek. Zij heeft hierover gesproken met de gemeente Urk omdat zij op de huidige locatie aan 't Klif een aantal problemen ervaart:

- De winkel is veel te klein ten opzichte van de normen voor een eigentijdse supermarkt
- de bouwkundige staat laat te wensen over;
- er is weinig parkeergelegenheid;
- en de bereikbaarheid en de expeditie voldoen niet meer.

Dit alles genereert overlast voor de omwonenden en verkeersonveilige situaties in dit deel van het centrum. Boni heeft Koraal Vastgoed opdracht gegeven om de Boni-supermarkt te verplaatsen. De gemeente heeft hiertoe een principe-besluit genomen. Er dient een planologische procedure te worden gevoerd om e.e.a. mogelijk te maken. Daarom heeft de gemeente Urk Seinpost Adviesbureau gevraagd voor het advies dat op de marktonderbouwing ingaat. Het verzoek maakt onderdeel uit van de totale ruimtelijke onderbouwing van het planinitiatief, evenals het locatie-onderzoek waarin de alternatieve locaties zijn onderzocht.

Het verzoek van Boni komt erop neer dat we in onze aanpak de Ladder voor duurzame verstedelijking volgen. Door initiatieven aan de hand van deze methodiek te onderzoeken en, indien haalbaar, ruimtelijk te accommoderen wordt door een gemeente een zorgvuldige ruimtelijke ordening uitgevoerd. Dit komt dan neer op een optimale benutting van de ruimte in het stedelijk gebied. We hebben hierbij de eerste twee stappen onderzocht om aan te tonen dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte op te lossen binnen het bestaande stedelijke gebied.



De actuele regionale behoefte kan op verschillende manieren worden bepaald. Naast het onderzoek naar de actuele behoefte zoals wij dat uitvoeren moet sprake zijn van een concreet initiatief, in dit geval een supermarktorganisatie die een verplaatsing van een bestaande supermarkt wil realiseren. Ook de behoefte van de consument aan een divers supermarktaanbod in de eigen woonplaats speelt in de afweging mee. Hiermee zullen wij rekening houden.

De gemeente Urk heeft opdracht gegeven om de detailhandelsnota 'Detailhandelsplan Urk' af te ronden, als actualisatie van de versie die door Seinpost Adviesbureau in de periode 2013-2014 is opgesteld. Deze nota biedt een aantal aanknopingspunten. De gemeente heeft intussen een interne afweging gemaakt waarbij voor vijf mogelijke vestigingslocaties – aan de hand van een locatiematrix – wordt ingegaan op de mogelijkheden om Boni te vergroten én te verplaatsen.

Plan van aanpak

We bouwen het onderzoek als volgt op:

- Profiel van de Boni-formule;
- De verkenning van het marktgebied (ligging, draagvlak, aanbod);
- Trends in de detailhandel en de supermarktsector
- Het beleid;
- Het bepalen van de actuele regionale behoefte en de mogelijke markteffecten;
- De inpassing in bestaand stedelijk gebied en de vijf alternatieve vestigingslocaties;
- Eindadvies.

In onze onderzoekstappen zijn de hierboven benoemde aandachtsgebieden leidend. Als uitgangspunt nemen wij het bestaand gemeentelijk beleid; Structuurvisie Urk 2035+, de Gemeentelijke Vestigings Visie (GVV) en de Nota Toerisme en Recreatie Urk. Wij betrekken ook het concept-Detailhandelsplan Urk in het onderzoek.

We gaan in op de bijzonderheden van het marktgebied, de ligging en de bereikbaarheid. We benoemen het draagvlak kwantitatief en kwalitatief, de bevolkingsprognoses en de beschikbare koopstromen (meest recente gegevens). Verder gebruiken wij de analyse uit het Detailhandelsplan Urk van de detailhandelsstructuur op Urk en het bestaande supermarktaanbod. Wij letten hierbij op de segmentering van de huidige supermarkten vanuit het Kerstrapport 2014. We gaan in op de mogelijke winkelplannen (ook de gemeente Noordoostpolder). Tevens komen aan bod de landelijke trends in de supermarktsector, de ontwikkeling van de bestedingen, het aanbod en de omzetten per m² wvo. Het detailhandelsbeleid zal op lokaal en provinciaal niveau worden beschreven.

Om de actuele regionale behoefte te bepalen hanteren wij drie methoden naast elkaar:

- Een distributie planologische berekening (Seinpost draagvlak rekenmodel);
- M² wvo dagelijks winkelaanbod per hoofd: een benchmark in de regio en met vergelijkbare woonplaatsen;
- We bekijken of er soortgelijke woonplaatsen zijn en vergelijken het aantal en de soorten supermarkten.

Leeswijzer

In volgend hoofdstuk 2 treft u ons advies aan waarbij de stappen worden gevolgd van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Voor dit hoofdstuk is input gebruikt uit een aantal bijlagen die als achtergrondinformatie zijn opgenomen. De inhoud van de bijlagen wordt als bekend verondersteld bij het lezen van hoofdstuk twee:

- Bijlage 1: Profiel Boni-supermarkten;
- Bijlage 2: Marktgebied, de benchmark en het DPO;
- Bijlage 3: De trends en ontwikkelingen in de detailhandel
- Bijlage 4: Het beleid
- Bijlage 5: Locatie-matrix gemeente Urk

2 De Ladder voor duurzame verstedelijking

Bij het hanteren van de Ladder voor duurzame verstedelijking is het van belang dat de vraag en het aanbod optimaal op elkaar worden afgestemd. Dan is sprake van een zorgvuldige ruimtelijke ordening van het gebied. Het aanbod moet door het initiatief beter aansluiten bij de wensen en eisen van de gebruikers. De wetgever hecht aan een tijdige afweging van het programma waarin het ruimtelijke besluit voorziet. Dan wordt de ladder ook in een vroeg stadium betrokken bij de planvorming.

2.1 Trede 1 Actuele regionale behoefte

Bij trede één dient aangetoond te worden of sprake is van een actuele regionale behoefte aan het planinitiatief, in kwantitatieve en kwalitatieve zin. Er wordt een tijdshorizon gehanteerd van 10 jaar omdat dit de looptijd is van een bestemmingsplan. Dan kan ook een reële inschatting gemaakt worden van de ontwikkeling van vraag en aanbod.

Kwantitatief

Om een zorgvuldige afbakening te garanderen van het onderzoeksgebied hebben wij de gemeente Urk gehanteerd als verzorgingsgebied. Gezien de ligging van Urk in de Noordoostpolder en de afstanden tot Emmeloord en het nabij gelegen Flevoland is dat de meest logische indeling. Het betreft een initiatief in de dagelijkse sector met een beperkte reikwijdte. De begrenzing valt dan samen met de specifieke vraag-aanbod-relaties.

Uit de analyse in bijlage twee blijkt dat het dagelijks aanbod in Urk achterblijft en uitgebreid kan worden. Dat blijkt uit de benchmark-analyse vergeleken met Nederland, met kernen van een gelijke omvang, en vergeleken met de andere gemeenten in de provincie Flevoland. Ook uit de distributieve berekeningen blijkt dat het supermarktaanbod uitgebreid kan worden: van nu 490 m² tot 1.400 m² vvo medio 2025.

Omdat er ook sprake is van een concreet initiatief met een plan voor de verplaatsing van de Boni wordt voldaan aan deze voorwaarde wat betreft de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Conclusies kwantitatief

De trends in bijlage vier geven aan dat de supermarktbranche heel dynamisch is en de laatste jaren snel is gegroeid. De marktscan toont op basis van de bestaande bestedingsniveaus aan dat er marktruimte is om het dagelijks aanbod uit te breiden in Urk. Hiermee is sprake van een actuele regionale behoefte. Als gevolg van het plan hoeft niet te worden gevreesd voor een ontwrichting van de detailhandelstructuur, ofwel het effect dat de inwoners van een bepaald gebied niet langer op een aanvaardbare afstand van hun woning in hun eerste levensbehoeften kunnen voorzien. De verplaatste Boni zorgt ervoor dat binnen de distributieve structuur er sprake blijft van een goede spreiding van de supermarkten over de woonkern, op een korte afstand van het woonadres van de bewoners van het westelijke deel van Urk. De verplaatsing leidt niet tot een onaanvaardbare leegstand dat daarmee het woon- en leefklimaat onder druk komt te staan. De leegstand ligt nu bovendien op een bescheiden niveau.

Kwalitatief

De verplaatsing van Boni zal een kwalitatieve impuls geven aan het supermarktaanbod omdat de huidige supermarkt veel te klein is. Een moderne supermarkt in het goedkope service-segment zoals Boni zich positioneert, ontbreekt op dit moment op Urk. Het voorzieningenniveau wordt met zo'n supermarkt verhoogd en verbreed. De consument heeft behoefte aan een divers supermarktaanbod dat door de huidige kleine Boni niet geboden kan worden.

2.2 Trede 2 Inpasbaarheid stedelijk gebied

Nu aangetoond is dat sprake is van een actuele regionale behoefte aan het planinitiatief van Boni kan trede twee van de Ladder voor duurzame verstedelijking onderzocht worden. Hierbij dient afgewogen te worden of de actuele regionale behoefte is op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied.

Alternatieve locaties

Bij trede twee dient de locatie-analyse van de gemeente betrokken te worden. Boni ligt op dit moment in het centrumgebied. Dat gaat straks mogelijk veranderen omdat uitbreiding op de huidige locatie (fysiek) onmogelijk is. Er zal dan voldaan moeten worden aan de vereiste bereikbaarheid, parkeergelegenheid en de expeditie-mogelijkheden. Er is nu sprake van overlast voor omwonenden en verkeersonveilige situaties.

Er is gekeken naar alternatieve locaties, in beginsel binnen het gebied Oud Urk, waar Boni zich kan vestigen en waar voornoemde problematiek niet dan wel in veel mindere mate speelt.

Er is een selectie gemaakt van locaties binnen het verzorgingsgebied van Oud Urk in dit westelijke deel van Urk en die potentieel geschikt zouden kunnen zijn voor de vestiging inclusief uitbreiding van de Boni:

1. Huidige locatie in combinatie met (aangrenzend)voormalig ING kantoor
2. Combinatie locaties van de SNS-bank en de Rabobank
3. Garage Bakker
4. Haventerrein
5. Locatie Van Slooten

Figuur 2.1: locatie-alternatieven Boni-supermarkten



De genoemde locaties zijn beoordeeld op basis van de volgende criteria:

- a. Beschikbare ruimte voor een supermarkt van circa 1.375 m² bvo
- b. Stedenbouwkundige inpassing met parkeren, bouwmassa en functiegebruik
- c. Bereikbaarheid en toegankelijkheid
- d. Verkeersveiligheid
- e. Verkeersdruk
- f. Parkeren
- g. Laad- en losmogelijkheden
- h. Verstevigen winkelstructuur
- i. Beleid
- j. Beschikbaarheid

In bijlage vijf is de tabel opgenomen van de gemeente met de afwegingen per locatie en de criteria.

De eerste en huidige locatie valt af omdat het probleem van het parkeren dan niet wordt opgelost. Op de SNS-locatie blijft het probleem van de toegankelijkheid, overlast van expeditie, de omvang, het parkeren en de beschikbaarheid. Seinpost heeft in 2014 in het Detailhandelsplan Urk uitgebreid stilgestaan bij deze locatie en aangrenzende percelen als de voorkeurslocatie voor de te verplaatsen supermarkt. Maar die locatie is te klein om het programma inclusief parkeren kwijt te kunnen, en vereist een gefaseerde aanpak van de belendende percelen. Het pand van Rabobank blijft voorlopig in gebruik. De uitbreiding van het perceel zoals Seinpost dat geadviseerd heeft in 2014 blijkt niet realiseerbaar waardoor ook deze locatie afvalt.

Garage Bakker voldoet niet aan de gewenste ruimtelijke kwaliteit, met intensief verkeersgebruik aan de entree van oud Urk. Ook is de locatie te klein omdat er onvoldoende voorzien wordt in parkeren op eigen terrein. De locatie is niet beschikbaar met consequenties voor de financiële haalbaarheid. Een solitaire supermarkt past niet op het Haventerrein vanwege de combinatie met de huidige bedrijfsmatige activiteiten en de planning. De planvorming met het gebied komt pas aan de orde nadat de buitendijkse haven is gerealiseerd. De locatie Van Slooten in het gemengde woon-werkgebied Lemsterhoek scoort overall het best op de relevante punten vanwege de beschikbaarheid, de overloopfunctie voor overlastgevendende activiteiten in het Oude Dorp, de verkeersafhandeling en de mogelijkheid om het parkeren op eigen terrein en de direct tegenover liggende groenstrook te realiseren. Ook de provincie heeft ten aanzien van deze locatie voor de realisatie van een supermarkt een positief advies gegeven.

Leegstand

De leegstand op Urk ligt op een laag niveau, zie de betreffende alinea in bijlage twee. De vraag dient beantwoord te worden of het initiatief redelijkerwijs ook in een van de bestaande lege winkelpanden gehuisvest kan worden. Dat is bij een supermarkt van 1.375 m² bvo waarvan circa 1.300 m² bvo op een begane grond niet het geval, zeker niet als ook rekening gehouden wordt met het noodzakelijke parkeren e.d.

Er dient ook nagedacht te zijn over de effecten op het achter te laten vastgoed. De ruimte is niet zo heel groot (560 m² wvo) en niet meer geschikt voor een supermarkt. Het ligt gunstig t.o.v. andere winkels. Wellicht dat een van de centrum-ondernemers wil opschalen en hierheen wil verplaatsen, of dat het pand verkaveld kan worden. De drogist (Kruidvat) is bijvoorbeeld erg kleinschalig gehuisvest. Enkele speciaalzaken overwegen hier een gezamenlijk een vers-concept te realiseren, dit is verwoord door de ondernemers in hun visie op Oud Urk 2012-2020. Omdat de leegstand gering is, is de kans op herinvulling van het Boni-pand reëel.

Uiteindelijk gaat het om de afweging of er geen onaanvaardbare effecten optreden op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen en de invloed van (structurele) leegstand in het bijzonder, met gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Wij verwachten niet dat

dat rondom het huidige pand van Boni het geval zal zijn als Boni verplaatst.

Precedentwerking

Over de precedentwerking van het toestaan van Boni op Lemsterhoek is duidelijkheid gewenst. Wij stellen wij dat van precedentwerking in de situatie dat de gemeente medewerking verleent aan een verplaatsing van Boni binnen het grondgebied van de gemeente Urk geen sprake is vanwege de volgende argumenten:

- Het betreft een verplaatsing van een supermarkt, waarbij de regionale behoefte is aangetoond;
- De bestaande locatie aan 't Klif is aantoonbaar niet geschikt als supermarktlocatie en kan dat ook niet meer worden;
- Voor de consument in Urk blijft voldoende keuze over. Boni staat bekend om haar basis-serviceniveau, en heeft een veel minder ruim assortiment dan de bekende service-supermarkten zoals Albert Heijn en Jumbo. Hiervoor zullen de klanten eerder geneigd zijn de speciaalzaken in het centrum en op de andere locaties op Urk te blijven bezoeken. De gemeente opteert er duidelijk niet voor om op de nieuwe Boni-locatie een vijfde winkelcentrum te laten ontstaan: de ontwikkeling blijft beperkt tot een solitaire supermarkt.
- De nieuwe Boni zal goed bereikbaar zijn per auto. Dat moet echter ook gelden voor langzaam verkeer zoals fietsers en de klanten te voet die verkeersveilig de supermarkt moeten kunnen bereiken. Die klanten kunnen het bezoek aan Boni combineren met een bezoek aan het centrum en haar overige winkels en voorzieningen.
- Op Urk is er geen aanleiding om één van de drie supermarkten in Urkerhard te verplaatsen naar een van de bedrijventerreinen. In dit winkelgebied wordt immers aan alle randvoorwaarden voor een goed functioneren voldaan, Jumbo wil op de bestaande locatie gaan uitbreiden. Voor winkelcentrum De Hofstee ligt nog wel de opgave voor hoe met dit winkelcentrum in de nabije toekomst moet worden omgegaan. Ook hier is de supermarkt aan de kleine kant met de vraag of die nog uitgebreid zou kunnen worden. Het ligt echter in een specifiek marktgebied, met een grote eigen doelgroep.
- Het ligt niet in de lijn der verwachting dat één van de bestaande formules zich naar Lemsterhoek zal willen verplaatsen (vanwege een te kleinschalig pand en het ontbreken van mogelijkheden dit in het eigen winkelgebied op te lossen) waarbij de situatie van Boni een precedent zou vormen.

2.3 Trede 3 Alternatieve (multimodaal ontsloten) locatie

Trede 3 is niet meer aan de orde omdat Boni voor het planinitiatief niet uitwijkt naar een locatie buiten het stedelijk gebied. Ten aanzien van de multimodale ontsluiting streeft Boni naar een optimale bereikbaarheid. De winkel wordt bij voorkeur aan de Industrierondweg aangesloten op een bushalte. De winkel ligt nabij de entreeroutes naar het centrum op korte afstand van woonwijken zodat voor het langzaam vervoer voldoende aandacht nodig is door middel van goede verbindingen, voet- en fietspaden e.d.

2.4 Nadere overwegingen en flankerend beleid

Boni is een op Urk gevestigde winkel. Zij wil haar concurrentiepositie verbeteren omdat haar huidige winkel niet meer van deze tijd is. Boni wil en moet investeren, maar kan de gewenste vestigingscondities niet op de huidige locatie realiseren. Naar aard en omvang is een Boni conform de eisen van deze tijd niet inpasbaar op de locatie 't Klif. Er doet zich nu een vestigingsmogelijkheid voor in het gemengde woon-werkgebied Lemsterhoek (op korte afstand van het centrumgebied: ca. 300 m) waarbij dit rapport duidelijkheid schept over de markteffecten en de bijdrage aan het voorzieningenniveau.

Flankerende maatregelen die leiden tot een versterking van het centrumgebied zijn altijd aan te bevelen, ook al is er voldoende marktruimte geconstateerd voor de vergroting en verplaatsing van de Boni. Om de positie van het centrumgebied te waarborgen en in te spelen op de actuele retailtrends is het goed als er gestreefd wordt naar de concentratie van winkels en het vervlechten van toerisme en detailhandel in het centrumgebied van Urk. De winkels liggen nu sterk verspreid in het Oude Dorp en zijn veelal te klein. De potentiële nadelige effecten van de verplaatsing van Boni op de bestaande winkelconcentratie in Oud Urk zullen zo goed als mogelijk moeten worden opgevangen, waarbij de gemeente denkt aan aanpassingen in de infrastructuur en verkeersmaatregelen richting de bestaande winkelconcentratie in het Oude Dorp (promenade / boulevard). De Visie van de ondernemersvereniging Oud Urk op het winkelgebied Oud Urk 2012-2020, waarin de verplaatsing van Boni al genoemd is, biedt goede aanknopingspunten voor een aantal te nemen maatregelen.

Bijlage 1: Profiel Boni Supermarkten

De formule Boni

Boni supermarkten heeft in Nederland 40 vestigingen. Die zijn geconcentreerd in Midden-Nederland en daarnaast enkele filialen in Drenthe. Boni maakt onderdeel uit van Superunie, samen met 13 andere supermarktketens. Deze inkooporganisatie is goed voor een marktaandeel van bijna 30% in het supermarktkanaal.

Boni onderscheidt zich van andere supermarktformules door zich te profileren als service-supermarkt met een scherpe prijsstelling. Zij is in het kerstrapport 2014 als derde geëindigd na Jumbo en Lidl (zie figuur kerstrapport 2014, GfK / Distrifood). Ze ligt in het kwadrant rechtsboven met een gunstige score op prestatie en waardering naar de mening van de consument. In de segmentering ten opzichte van de andere service-supermarktformules positioneert Boni zich met een wat lagere servicegraad tegen een scherpe prijsstelling. Zij profileert zich ook wel als kwaliteitsdiscounter.

Figuur 2.1 Spreiding Boni-supermarkten, en prestatie-waarderingsniveau supermarkten



Bron: Site Boni, GfK panelservices en Foodmagazine

De kernwaarden van Boni zijn: 'betrouwbaar, betrokken, klantgericht en kostenbewust, en plezier om een supermarktbezoek zo prettig mogelijk te maken'. Het assortiment is met 10.000 artikelen kleiner dan bij andere service-supermarkten, maar voldoende compleet door het totale supermarktassortiment aan te bieden.

Boni werkt zeer efficiënt om de kosten zo laag mogelijk te houden. De formule vindt betrokkenheid bij de lokale gemeenschap een belangrijk aandachtspunt, met name via het personeel en de bedrijfsleider die zijn of haar klanten kent. Het lokale verenigingsleven wordt ondersteund met sponsoracties zoals bij sport- en muziekverenigingen, dat gebeurt ook op Urk. Ook via de sociale media Facebook toont Boni betrokkenheid. Er is een webshop met afhaal en bezorgfaciliteiten.

De rol van verschillende soorten supermarkten in winkelgebieden

In tegenstelling tot discounters functioneren ruime servicesupermarkten als katalysator voor andere winkels in een winkelgebied. Dat wordt bevestigd in het consumentenonderzoek van Deloitte (2014). Consumenten bezoeken ruim twee keer per week een supermarkt. Men bezoekt gemiddeld twee keer per week de primaire supermarkt en één keer of minder per week een secundaire of tertiaire supermarkt. Voor 85% van de huishoudens is de primaire supermarkt er één in het midden- of hogere segment. In de primaire supermarkt wordt € 63,- per week uitgegeven, bij de secundaire supermarkt € 24,- en bij de tertiaire € 13,-. Meest bezochte supermarkt is Albert

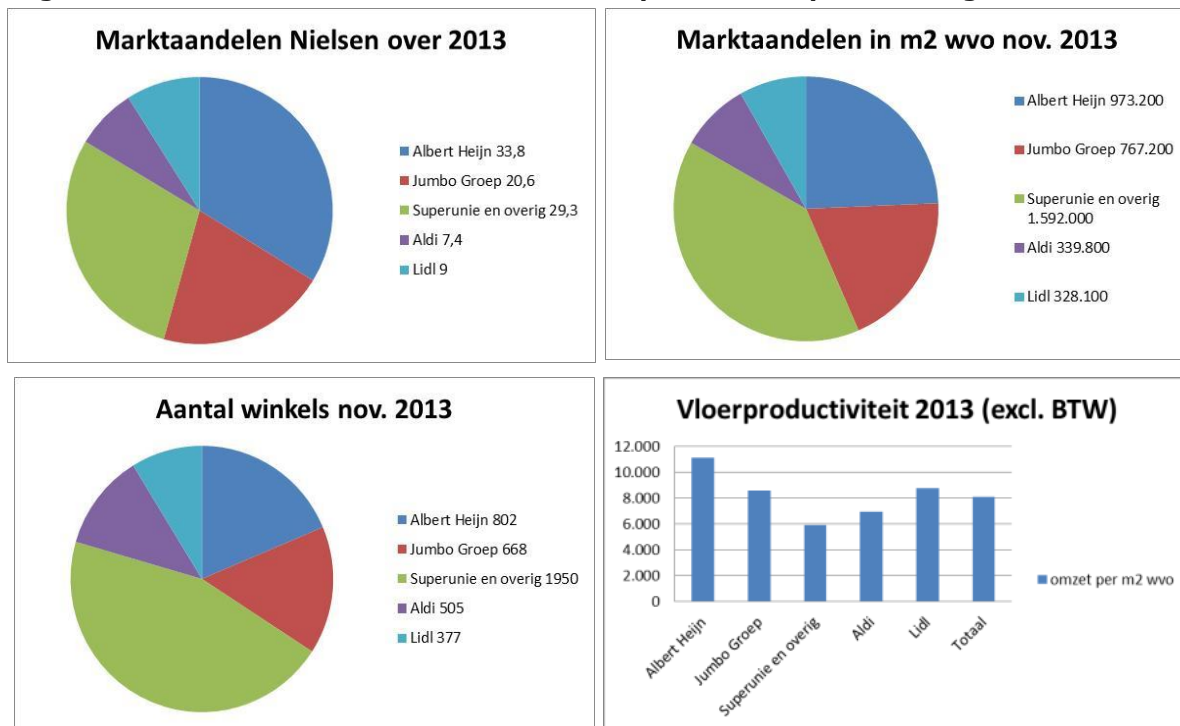
Heijn (68%), gevolgd door Lidl (44%), Jumbo (34%), Aldi (26%) en C1000 (16%).

Marktaandeelen Boni en Superunie

Boni is voor circa 0,8% van de Nederlandse supermarktklanten de primaire supermarkt, en voor 0,5% de secundaire en tertiaire supermarkt (bron: Deloitte 2014). Bij discounters als Aldi en Lidl is een omgekeerd beeld zichtbaar. Dat betekent dat Boni voor haar klanten met name de primaire supermarktfunctie vervult. Door haar beperktere assortiment vervult Boni een goede aanvullende functie ten opzichte van de food-speciaalzaken. Het landelijke marktaandeel ligt indicatief op 0,7%.

De marktaandeelen in de totale supermarktsector luiden als volgt. Nielsen berekent de omzetaandelen, Locatus houdt de m² wvo en het aantal vestigingen bij.

Figuren 2.2 tot en met 2.5: marktaandeelen en presteren supermarktorganisaties



Superunie (waartoe Boni behoort) scoort een landelijke omzetaandeel van ongeveer 29% in 2013, in supermarktmontage is dat circa 40%. Uit de voorlopige cijfers over 2014 blijkt het marktaandeel van Superunie in de omzet gelijk is gebleven, Lidl heeft een ontwikkeling doorgemaakt naar 9,7% (Nielssen, januari 2015), bij een groei naar circa 400 winkels.

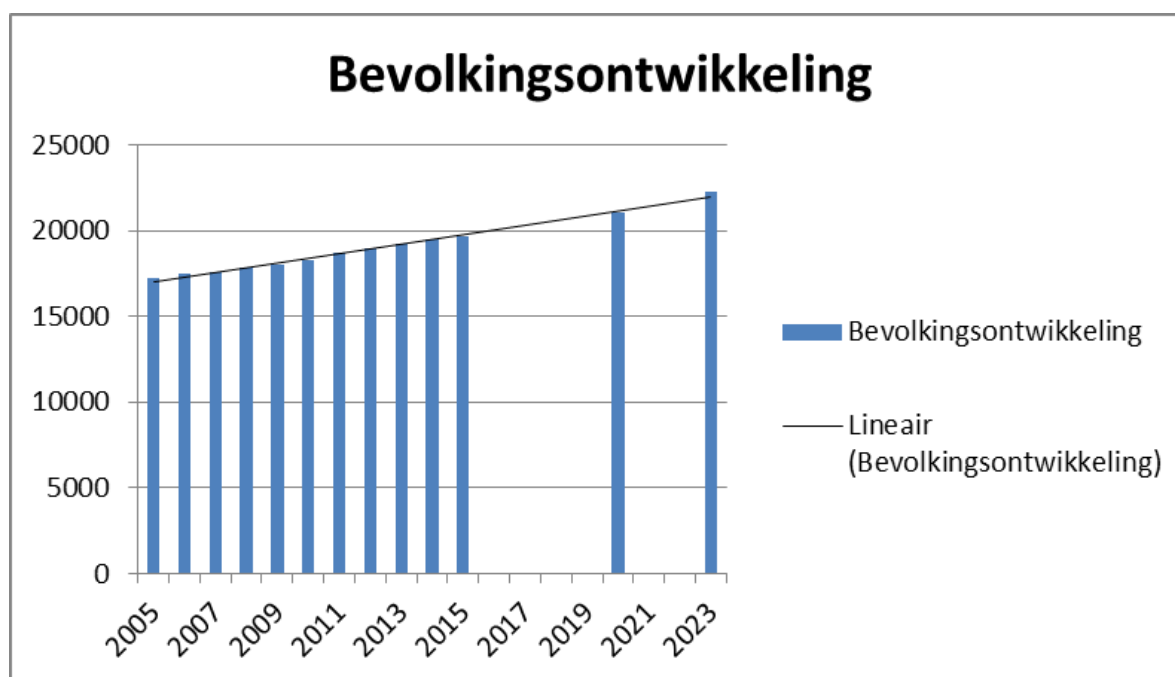
Bijlage 2: Marktgebied, benchmark en DPO

In deze bijlage gaan we in op het lokale draagvlak op Urk voor de dagelijkse winkelvoorzieningen, het aanbod en de plannen. We voeren een benchmark uit met vergelijkbare woonplaatsen waarna de distributieve analyse aan bod komt. De analyse vormt een actualisatie van het concept-detailhandelsplan 2014 van Seinpost.

Verzorgingsgebied en bevolkingsprognose

Urk kent per juni 2015 19.850 inwoners. De bevolking groeit met ongeveer 1.000 tot 1.400 inwoners per vijf jaar. Dat is met name te danken aan een jaarlijks geboorteoverschot en ondanks een klein jaarlijks vertrekoverschot. De meest actuele provinciale bevolkingsprognose gaat uit van 21.050 inwoners in 2020, oplopend naar 22.850 in 2025 (bron: <http://www.flevoland.nl>). Deze bevolkingsgroei ligt in het verlengde van de trend in de afgelopen vijf tot tien jaar. Voor de lange termijn gaat de gemeente uit van 27.000 inwoners in 2040, ook dat is in lijn met de huidige ontwikkeling (bron: ABF Research, 2013)

Figuur 2.1: Bevolkingsontwikkeling en -prognose gemeente Urk (bron: Provincie Flevoland)



Woningbouw

Nu de wijk Zeewijk grotendeels is afgerond, is gestart met de Oranjewijk. Hier zijn uiteindelijk 600 woningen voorzien. Urk moet blijven voorzien in de eigen woningbehoefte om in te spelen op de bevolkingsgroei en de doorstroming op de woningmarkt.

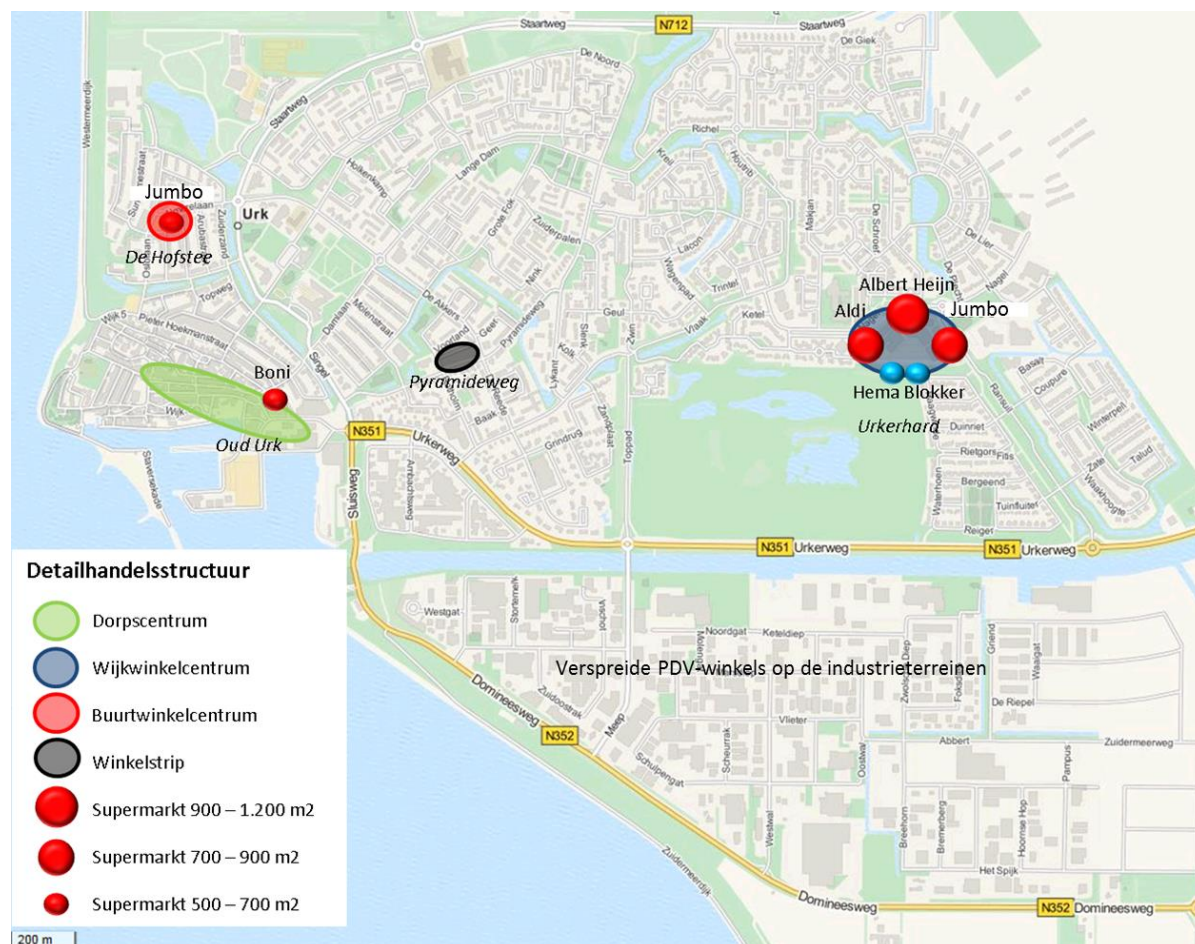
Overige doelgroepen

Naast het draagvlak dankzij de inwoners van de gemeente Urk, profiteren de winkelvoorzieningen van andere doelgroepen. Dat zijn de (water)recreanten en toeristen, de in Urk werkzame personen en enige koopkrachttoevloeiing vanuit de regio. De toeristensector is niet heel groot in Urk, dat blijkt uit de Toerismenota 2012-2020. De ambitie is er wel om dat te verhogen.

Aanbod

De detailhandelstructuur op Urk is weergegeven op bijgaande kaart en uitgebreid omschreven in het concept-detailhandelsplan 2014.

Kaart 2.2: Verzorgingsgebied dagelijks aanbod van Urk, en de verplaatsing van Boni



Bron: Opentot.nl, bewerking Seinpost Adviesbureau

Tabel 2.1: Supermarkten Urk (bron: Locatus, supermarktgids)		M ² WVO
Urk-centrum: Boni		560
Hofstee : Jumbo		585
Urkerhard		
<i>Albert Heijn</i>		1.160
<i>Jumbo</i>		890
<i>Aldi</i>		680
Totaal supermarktaanbod		3.870 (62%)
Overige dagelijks (29 verkooppunten)		2.380 (38%)
Totaal dagelijks		6.250 (100%)

Urk beschikt per maart 2015 over 6.250 m² wvo dagelijks aanbod, dat zijn 34 verkooppunten (bron: Locatus Retail Verkenner). Urk heeft vijf supermarkten, één in het dorpscentrum, één in winkelcentrum Hofstee en drie in winkelcentrum Urkerhard. Eigenlijk kent alleen de Albert Heijn in Urkerhard een moderne maat voor een supermarkt, de overige supermarkten zijn aan de kleine kant, met name Boni is zeer klein.

Uit de tabel is op te maken dat de supermarkten 62% innemen van het dagelijkse winkelmetrage. Dat is een relatief klein aandeel. Landelijk ligt dat cijfer op 71-72% van het dagelijkse winkelmetrage (Bron: Retail Facts, en www.detailhandel.info). Naast de vijf supermarkten bestaan de overige dagelijkse winkels uit de food-speciaalzaken (24 verkooppunten) en de persoonlijke verzorging (5 verkooppunten). Bekend is dat op Urk de food-speciaalzaken een sterke positie hebben. Hiermee dient expliciet rekening gehouden te worden als in het kader van de mogelijke verplaatsing van Boni het toekomstperspectief voor het supermarktaanbod wordt bepaald.

Segmentering

Qua segmentering van de supermarkten zijn Albert Heijn en Jumbo de full-service supermarkten en Aldi is de enige discount-supermarkt van Urk. Boni zit in het prijsvriendelijke service-segment. Het supermarktaanbod is hiermee verdeeld over de drie segmenten, Jumbo heeft een wat hogere positionering dan de C1000-formule waardoor er enige ruimte is ontstaan in het lagere segment. Zie ook bijlage 1 over de Boni-formule.

Concurrentie in de regio

Het dagelijks aanbod op Urk concurreert voornamelijk met het dagelijks aanbod in Emmeloord, in mindere mate met Lelystad of Dronten. In die centrumgebieden is sprake van een ruimer modisch-recreatief aanbod dan op Urk. Die binden klanten vanuit Urk om aldaar te winkelen. Dat kan gecombineerd worden met het boodschappen doen. Supermarktformules in Emmeloord die in Urk ontbreken zoals Lidl, Jumbo (binnenkort niet meer), Poiesz en COOP zullen klanten trekken uit Urk.

In Emmeloord zal een nieuw centrumplan worden ontwikkeld, het grootschalige uitbreidingsplan op De Deel is niet meer haalbaar. Niet uitgesloten is dat in een kleiner centrumplan een nieuwe supermarkt wordt ingepast, dat is echter nog een aannames en planologisch nog niet hard. Wellicht dat een of meerdere bestaande supermarkten worden uitgebreid maar dat is van weinig importantie voor de bewoners van Urk.

Dagelijks aanbod per 1.000 inwoners

Urk beschikt op 19.705 inwoners (1-1-2015) over 317 m² wvo dagelijks aanbod per 1.000 inwoners. Landelijk bedraagt dat cijfer 351 m² wvo (bron: Retail Facts 2015). Kernen met 15.000 tot 20.000 inwoners kennen gemiddeld 6.610 m² wvo dagelijks aanbod: dat is 382 m² wvo per 1.000 inwoners (bron: Benchmarkverkenner Locatus 2015). In bijgaande tabel is Urk vergeleken met de andere gemeenten in de provincie Flevoland.

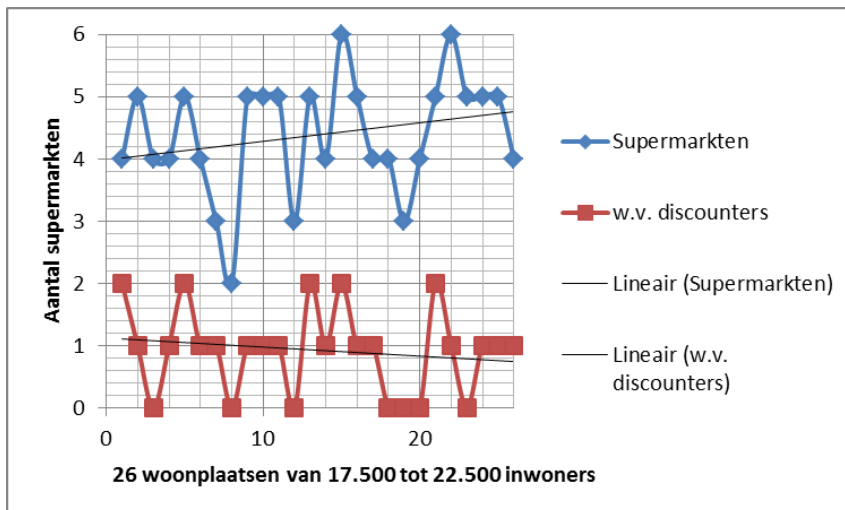
Tabel 2.2: Urk vergeleken met gemeenten in de provincie Flevoland: Dagelijkse sector			
<i>Gemeente</i>	WVO per 1000 inw	11.010-Levensmiddelen	11.020-Persoonlijke Verzorging
<i>Almere</i>	294	253	40
<i>Dronten</i>	348	296	52
<i>Lelystad</i>	333	296	37
<i>Noordoostpolder</i>	337	294	43
<i>Urk</i>	325	282	43
<i>Zeewolde</i>	343	284	58

Uit de benchmark met Nederland, kernen van soortgelijke omvang en de gemeenten in de provincie blijkt dat Urk een relatief beperkt metrage dagelijks aanbod kent. Dat is mogelijk te verklaren door de relatief snelle bevolkingsgroei in Urk terwijl het dagelijkse winkelaanbod niet veel is veranderd in de laatste 5 tot 10 jaar. Urk heeft echter een beperkte regiofunctie vanwege haar geïsoleerde ligging en de centrale verzorgingsfunctie die door Emmeloord wordt vervuld op de Noordoostpolder.

Aantal supermarkten in vergelijkbare woonplaatsen

Omdat Urk relatief snel groeit vergelijken we het aantal en de soorten supermarkten met woonplaatsen van 17.500 tot 22.500 inwoners. Tenslotte had Urk in 2005 nog 17.250 inwoners en zal dat rond 2025 naar verwachting op 22.850 inwoners liggen.

Figuur 2.3: Supermarkten en discounters in benchmark-plaatsen



Bron: Supermarktgid 2013

Uit de benchmark blijkt dat dit soort woonplaatsen over gemiddeld vier tot vijf supermarkten beschikt, met uitschieters naar boven en beneden, waarvan gemiddeld één discounter. Urk past goed in het gemiddelde beeld met totaal vijf supermarkten waarvan één discounter.

Supermarktplannen

In Urk is alleen de verplaatsing van Boni een concreet supermarktinitiatief. De supermarkt wordt uitgebreid van 560 m² wvo (volgens Locatus) naar ongeveer 1.100 m² wvo, dat is per saldo een toevoeging van 540 m² wvo. Aldi heeft de wens om uit te breiden in winkelcentrum Urkerhard maar er is nog geen sprake van een concreet plan. Jumbo Urkerhard heeft een plan ingediend om uit te breiden van 1.100 naar 1.600 m² bvo. Dat komt neer op een uitbreiding van 900 m² wvo naar circa 1.300 m² wvo. Samen met het plan van Boni bedragen de supermarktitbreidingen circa 950 m² wvo.

Ook de Jumbo in winkelcentrum De Hofstee heeft een onvoldoende maat voor een moderne supermarkt. Hier zijn nog geen concrete plannen mee (fysiek erg lastig in te passen), maar wellicht dat in de nabije toekomst toch planvorming van de grond komt. Dit winkelgebied heeft een relatief sterke betekenis vanwege het eigen MKB.

Leegstand in Urk

Urk kent naar metrage 4,3% leegstand op basis van de landelijke leegstandsdefinitie van Locatus. In aantal panden is dat 4%, namelijk 10 panden op een totaal van 240 verkooppunten (detailhandel, horeca, diensten e.d.). De leegstand ligt per saldo op een laag peil. Dat wordt ook

nog bevestigd door de Ontwerp RO visie werklocaties provincie Flevoland van februari 2015 die door de gemeente Urk is begeleid.

De distributieve mogelijkheden in Urk

Bij de verkenning van de distributieve mogelijkheden in de dagelijkse sector houden we rekening met de bijzondere situatie op Urk wat betreft draagvlak en aanbod: de opbouw van supermarkten en speciaalzaken. De bedragen zijn exclusief BTW, in tegenstelling tot het detailhandelsplan waarbij gerekend is inclusief BTW. Verder zijn alle inputcijfers geactualiseerd zoals de bestedingen, gecorrigeerd voor het lagere inkomen, en de landelijke normen voor de omzet per m² wvo. De koopstroomgegevens en het huidige en toekomstige marktaandeel van de supermarkten ten opzichte de speciaalzaken zijn gelijk gehouden aan het detailhandelsplan, die zijn nog steeds valide met de actuele cijfers. De verhouding in de omzetaandelen ligt op 75-25%, waarbij rekening is gehouden met de hogere omzet per m² wvo in het supermarktkanaal (naar metrage was de verhouding 62%-38%).

Tabel 2.3 Marktruimte dagelijkse sector 2015 en 2025				
Urk	2015		2025	
	Totaal dagelijkse sector		Totaal dagelijkse sector	
Omzet per hoofd landelijk	€ 2.385		€ 2.385	
Omzet per hoofd op Urk	€ 2.230		€ 2.230	
Inwoners marktgebied (1-6-2015)	19.850		22.850	
Koopkrachtbinding	90 à 91%		90 à 91%	
Omzet verzorgingsgebied	€ 40,1 mln.		€ 46,1 mln.	
Toevloeiing koopkracht (%)	15%		15%	
Omzet toevloeiing	€ 7,1 mln		€ 8,1 mln	
Totale omzet	€ 47,1 mln		€ 54,3 mln	
Splitsing naar deelsector	supermarkten	speciaalzaken	supermarkten	speciaalzaken
Marktaandeel	75%	25%	79%	21%
Omzet per sector	€ 35,3 mln	€ 11,8 mln	€ 42,9 mln	€ 11,4 mln
Vloerproductiviteit	€ 8.100	€ 5.100	€ 8.100	€ 5.100
Haalbaar aanbod	4.360	2.310	5.300	2.240
Aanwezig winkelaanbod	3.870	2.380	3.870	2.380
Aanwezige marktruimte	490	Geen	1.400	Geen

De sterke positie die de speciaalzaken innemen met 25% marktaandeel zal iets teruglopen naar circa 21% (maar nog steeds relatief hoog blijven). Bij dat marktaandeel weten de speciaalzaken hun marktpositie goed te handhaven. Het supermarktaandeel in de dagelijkse omzet dat op dit moment sterk achterblijft, zal iets verhoogd worden naar 79%. Landelijk bedraagt dat aandeel op dit moment 81% en stijgt geleidelijk.

De uitkomsten geven een goede indicatie van de ontwikkelingsmogelijkheden. Het geeft aan dat er kansen zijn om de dagelijkse sector uit te breiden. Dat kan door de supermarktbranche te versterken met op dit moment 490 m² wvo en in de toekomst 1.400 m² wvo. De positie van de

speciaalzaken blijft dan grotendeels gehandhaafd.

Het plan van Boni met 540 m² wvo uitbreiding blijft duidelijk binnen deze marge en ligt dicht bij de ondergrens dan de bovengrens. Stel dat Jumbo Urkerhard ook uitbreidt dan kom je uit rond het gemiddelde van de berekende marge.

Als de supermarkten de marktruimte niet volledig invullen, dan zal er marktruimte resteren en is de kans legitiem dat de supermarkten het begrote marktaandeel van 79% niet halen. Dan is er wel marktruimte voor de uitbreiding van de speciaalzaken.

Bijlage 3: Trends en ontwikkelingen in de detailhandel

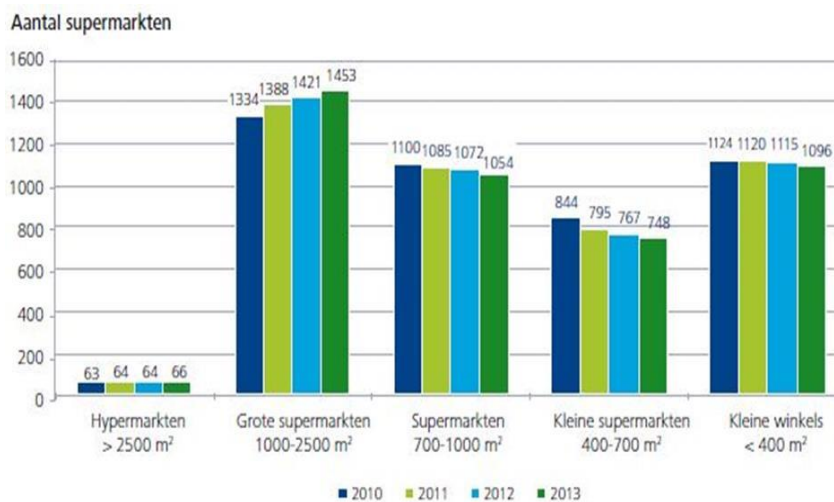
Algemene detailhandelsontwikkelingen (februari 2015)

- Prijsbewuste consument: de consument wordt steeds prijsbewuster door de recessie en doordat er meer informatie is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet zoals bij webshops, reviews of via de sociale media, of gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijzen te vergelijken. Het gevolg hiervan is prijsdruk. Hierdoor worden de winstmarges lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken.
- Er is geen sprake van een tijdelijke crisis
Er is sprake van een nieuwe werkelijkheid
- Einde aan stagnatie in detailhandel: de consumptie van huishoudens is in 2011 en 2012 met -2,5% gedaald ten opzichte van 2010, in 2013 met -1,5% en in 2014 blijft die ongeveer gelijk. De Nederlandse detailhandel is tot en met 2013 gekrompen. Na een daling van 2,5 procent in 2012 ten opzichte van 2011 is de omzet in 2013 met 2,1 procent achteruit gegaan. In 2014 is de omzet met 0,5% gegroeid (bron: CBS, 16 februari 2015). De omzet is volgens het CBS, na jaren van daling, in 2014 met 0,5 procent toegenomen. Vooral het vierde kwartaal, met in december een omzetsijging van bijna 3 procent, draagt hieraan bij. De verwachting is dat die omzet in 2015 blijft (voorzichtig) groeien. Vooral winkels in consumentenelektronica, doe-het-zelfzaken en drogisterijen laten volgens het CBS weer groei zien.
- Economische situatie: belangrijkste verklaring voor detailhandelsontwikkeling is de terughoudendheid bij consumenten vanwege de economische situatie. De economie trekt nu weer aan, maar de koopkracht blijft nog onder druk staan en de werkloosheid loopt nog niet terug. Hoewel met name de non-foodbranche dat merkt, is ook de volumegroei in supermarkten beperkt.
- Vergrijzing: vrijwel zonder uitzondering zijn de regio's met een hoge leegstand ook de regio's die al sterk zijn vergrijsd en waar het inwonertal terugloopt. Uit onderzoek van het NIBUD blijken 65-plussers per maand circa 30% minder uit te geven aan onder andere kleding, voeding, persoonlijke verzorging dan personen jonger dan 65 jaar. Vergrijzing zorgt dus daadwerkelijk voor teruglopende detailhandelsbestedingen in een regio.
- Winkeltrouw: een ander aspect van de houding van de consument is dat de winkeltrouw afneemt. De consument is steeds minder vast en vasthoudend in de keuze van de winkel. Mensen bezoeken meer formules. Men wisselt op basis van prijs, aanbiedingen, assortiment, sfeer en beleving in de winkelomgeving et cetera. Dit uit zich in afnemende bindingen en (logischerwijs) stijgende af- en toevloeiingen. Onderzoek van Seinpost (2010) bevestigde dit beeld¹ al. Ook de koopstromenonderzoek Oost Nederland en Randstad laten dit beeld zien. Verder is dit ook op de maken uit de koopstromen-monitor van de Rabobank die is gebaseerd op de (daadwerkelijke) pinbestedingen.
- Branchevervaging: winkels verkopen steeds meer branchevreemd aanbod: supermarkten verkopen computers en huishoudelijke artikelen, bouwmarkten verkopen (tuin)meubels, drogisterijen worden meer warenhuizen et cetera. Een goed voorbeeld van een winkel die nauwelijks meer in een branche is in te delen, is Action. Slechts 35% van het aanbod is vast, de overige 65% bestaat uit wisselend aanbod. Een verdergaande vorm van branchevervaging

¹ Het betreft een actualisatie van het koopstromenonderzoek van E.J. Bolt, 'Winkelvoorzieningen op waarde geschat', 2003

bestaat uit (nieuwe) combinaties van detailhandel, diensten-ambacht en/of horeca in één ruimte, waaronder de shop-in-shop-concepten. In dit beeld past ook het zogenaamde cross-market waarbij dienstverlening, verkoop en ontmoeten op basis van een netwerkontwikkeling wordt gecombineerd, opdat wisselend aantrekkelijk aanbod voor de consument ontstaat.

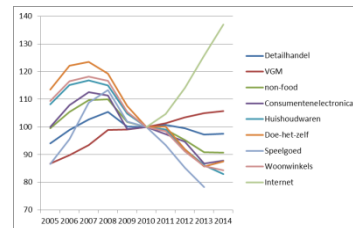
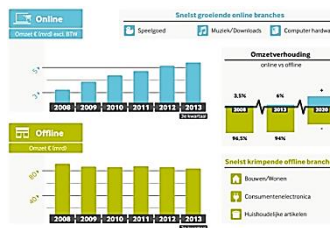
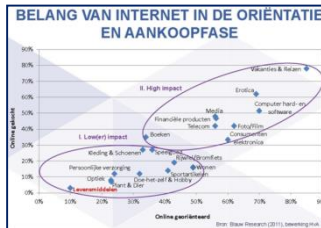
- Minder zelfstandige retail-ondernemers: vergrijzing van het ondernemersbestand zonder bedrijfsopvolging leidt er toe dat steeds meer zelfstandige ondernemers stoppen. Zelfstandige winkeliers krijgen het steeds moeilijker hun positie te verdedigen, onder andere vanwege de beperkte investeringsmogelijkheden in vergelijking met winkelketens. Tegenover deze ontwikkeling staat de groei van het totaal aantal zelfstandigen. Soms is dat min of meer gedwongen (bouw) maar er zijn ook steeds meer mensen die bewust voor het ondernemerschap kiezen (bijvoorbeeld bij creatieve en zakelijke bedrijvigheid). Een (beperkt) deel van deze groep kan (bij voldoende groei) ook onderdeel gaan uitmaken van de winkelgebieden.
- Knooppunten: de winkelvoorzieningen op de verkeersknooppunten worden steeds verder uitgebreid. Denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling van winkels op NS-stations, vliegvelden, in ziekenhuizen, bij kantoor- en onderwijslocaties e.d. Het gaat om specifieke behoeften op die plek en dat tijdstip en passend bij de doelgroep.
- Schaalvergroting: de consument wil een ruim aanbod waarbij het mogelijk is om te vergelijken. Het gevolg hiervan is dat de winkelvoorzieningen in Nederland (bijvoorbeeld supermarkten) steeds meer producten aanbieden, waardoor de schaal van winkels toeneemt. De uitstraling van de winkel en de presentatie van producten wordt belangrijker. Ook dit vraagt meer ruimte. Tot slot vragen e-commerce en multichannel-strategieën om meer ruimte voor bijvoorbeeld ophaalpunten en voorraad (bron: CBRE). Maar het kan ook tot schaalverkleining leiden als een deel van het assortiment online aangeboden wordt vanuit de winkel.



Bron: Deloitte, 2013

- Superspecialisatie: een ten opzichte van branchevervaging tegenovergestelde trend. Supergespecialiseerde winkels verkopen slechts één product(groep). Deze winkels worden 'monowinkels' genoemd en zijn met name in de grote steden te vinden. Door internetverkoop en -marketing weten zij een groot publiek te trekken.

- **Webwinkels:** in 2014 is het internetaandeel in de Nederlandse detailhandel gestegen naar ongeveer € 6,0 miljard (bron: HBD en Thuiswinkel.org, CBS februari 2015), dit is ongeveer 10% meer dan in 2013. Het internetaandeel varieert sterk per branche, maar neemt in vrijwel alle branches toe. Fysiek en online verkoop gaan volledig integreren. In sectoren waar het fysieke product door technologische ontwikkelingen volledig verdwijnt, zullen winkels verdwijnen of hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afhaal en beleving.

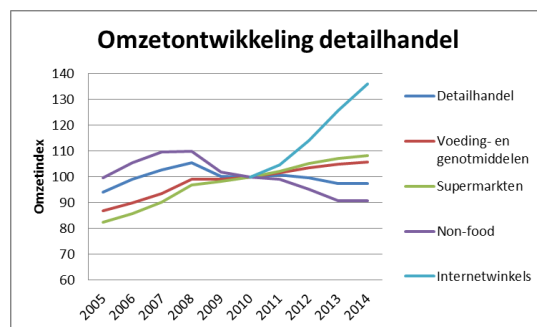


Bron: HBD en Thuiswinkel.org Bron: Winkelgebied van de toekomst 2014 Bron: HBD 2013, CBS 2014/2015

- **Toegevoegde waarde winkelgebieden:** Voor winkelgebieden geldt dat zij steeds meer zullen moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.
- **Verruiming winkeltijden:** vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van openingstijden toe. Veel gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Supermarkten realiseren eind 2014 3,35% van hun omzet op zondagen (bron: GfK). Dit gaat vooral ten koste van de omzet op vrij- en zaterdag. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentra als woonboulevards en outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om later open te gaan en later te sluiten of de koopavond op te heffen.

Ingezoomd op ontwikkelingen dagelijkse sector

- **Foodsector wijkt af van algemene beeld retail:** In totaliteit zijn de bestedingen in de food sinds 2009 met 10% gestegen, de supermarkten hebben daarbij groeipercentages laten zien van 1% tot 3% per jaar. De food-speciaalzaken hebben de afgelopen jaren daar echter niet van kunnen profiteren, hun omzet is gedaald met in totaal 10%.



Bron: CBS Statline

- **Toenemende oriëntatie op supermarkt:** het marktaandeel van supermarkten in het totale food-assortiment is toegenomen. Deze tendens is al vele jaren zichtbaar waarbij voedspecialisten en bepaalde horecabedrijven omzet(aandeel) verliezen. Landelijk ligt de oriëntatie inmiddels op 88%, wat betekent dat van elke bestede euro 88 cent in de supermarkt terecht komt (en 12 cent bij speciaalzaken)². De afgelopen vijf jaar daalde tot en met 2013 het aantal groentewinkels met 15%, het aantal slagerijen met 10% en het aantal bakkerijen met 7%. Sommige branches groeien nog wel in de winkelvoorraad, zo is het aantal viswinkels de afgelopen vijf jaar met een kwart gestegen. Op totaalniveau daalt het aantal food-speciaalzaken sinds 2014 niet meer.

² Bron: HBD en CBS

- Toename omzet en bezoekfrequentie supermarkten: De supermarkt omzet stijgt in 2013 met 2% ten opzichte van een jaar eerder, en in 2014 met 1,7% (bron: CBS, februari 2015). De jaaromzet komt daarmee op rond de € 33,5 miljard euro. Doordat de prijzen nauwelijks gestegen zijn, komt volgens het CBS de toename van het volume ongeveer op hetzelfde niveau uit. ING gaat uit van een groei van 1,85% in 2015 (prognose dec. 2014). De bezoekfrequentie bij supermarkten is toegenomen mede ook door het verdwijnen van de speciaalzaken (het inkopen van verse producten gebeurt vaker). De primaire supermarkt wordt volgens Deloitte (onderzoek 2013) gemiddeld 2 keer per week bezocht. Gemiddeld bedraagt de bezoekfrequentie ca. 2,7 per week. Voor de secundaire en tertiaire supermarkt is dat 1 keer per week of minder. De omzet per kassabon lag volgens het Gfk begin 2015 op bijna €22,50.
- Combinatiebezoek van supermarkten: consumenten bezoeken meer formules dan vroeger. Zij hebben doorgaans een vaste servicesupermarkt als eerste aankoopplaats, maar bezoeken daarnaast afwisselend andere supermarkten.
- Afname aantal versspecialisten, doch een revival: er is een aanzienlijke afname in onder meer het aantal versspecialisten. Prijzenoorlogen versterken dit proces, waarbij overigens echt onderscheidende specialisten met bijzondere service en assortiment zich redelijk tot goed staande kunnen houden. In die zin zie je dat de speciaalzaken zich verder gaan onderscheiden van de supermarkten met directe consumptie en afhaalfuncties, catering e.d. en dat speciaalzaken elkaar opzoeken in een versconcentratie: dan moet wel sprake zijn van een voldoende groot verzorgingsgebied. Het CBS constateert dat in 2014 de omzet van de food-speciaalzaken ongeveer gelijk is gebleven, ING gaat voor 2014 uit van een omzetgroei van 0,5% en in 2015 van 0,8% (bron: ING Economisch Bureau, kwartaalberichten).
- Opkomst gespecialiseerde supermarkten: de laatste jaren zien we een duidelijke trend met de opkomst van biologische/ecologische en allochtone supermarkten die zich steeds verder professionaliseren en waar ook schaalvergroting optreedt. Een voorbeeld is Marqt. Er zijn zelfs supermarkten voor restpartijen, diepvriessupermarkten en andere gespecialiseerde vormen maar die ontwikkelen zich nog niet zo gestaag (Poolse supermarkt, Aziatische supermarkt etc.).
- Online boodschappen doen
Jaarlijks voert Flycatcher (in opdracht van Deloitte) het onderzoek Consumententrends in de supermarkt uit. In 2013 bleek uit het onderzoek dat de impact van de crisis op het consumentengedrag verder toenam. In 2014 laat het onderzoek zien dat er een verdubbeling van 'online shoppers' is. Bijna 6% van de Nederlandse consumenten bestelt weleens boodschappen online, in 2012 was dat 3%. De frequentie van de bestellingen door de online shopper is daarnaast met meer dan 70% gestegen, waardoor de online bestedingen sinds vorig jaar zijn verdrievoudigd. Dit komt neer op een groei van afhaalpunten in de winkel en met pick-up-points en met de bezorgfaciliteiten.

Hoewel het aantal consumenten dat online bestelt toeneemt en ook de frequentie van deze bestellingen een stijgende lijn laat zien, nam de besteding per bestelling in 2014 juist 20% af. Zo bestelde de online shopper in 2013 nog voor € 103 aan levensmiddelen per bestelling en is dit bedrag in 2014 gedaald tot gemiddeld € 76 per bestelling. Volgens Deloitte: "Het aantal supermarktketens dat deze online service aanbiedt, is toegenomen. Zij hanteren lagere of geen minimale bestelgrootte. Bestaande aanbieders hebben in navolging hiervan hun minimale bestelgrootte ook verlaagd of afgeschaft en dit zorgt voor een gemiddeld lagere besteding per bestelling. Ondanks de lagere besteding per bestelling, zijn de totale online bestedingen in levensmiddelen verdrievoudigd."

Voor 45% van de consumenten is de belangrijkste reden om niet online te kopen, de wens om de producten eerst te bekijken of vast te houden. Daarnaast worden de extra verzendkosten door 43% van de consumenten als reden genoemd om levensmiddelen niet online te kopen. Van de consumenten die nu niet online bestellen, is volgens Deloitte 15% van plan dit wel te doen als hun eigen supermarkt deze service gaat aanbieden. Verder is 10% van deze consumenten bereid om over te stappen naar een andere supermarkt indien de eigen supermarkt deze service niet aanbiedt.

- Overige kanalen

Een kwart van alle consumenten doet weleens boodschappen in het buitenland, waarbij de supermarkten in Duitsland veruit het populairst zijn. Aan deze bezoeken wordt gemiddeld € 725 euro per jaar besteed. Dit is ruim 3,5% van alle bestedingen aan levensmiddelen. Ook branchevervaging speelt een rol in de volumedruk bij Nederlandse supermarkten. Ongeveer 70% van de respondenten koopt weleens levensmiddelen op een andere plek dan in de supermarkt, vooral op de markt, bij HEMA en Action. Hogere kwaliteit en betere prijs worden vaak als beweegredenen genoemd.

Bijlage 4: Het beleid

Wat betreft het beleidskader wordt verwezen naar een aantal documenten.

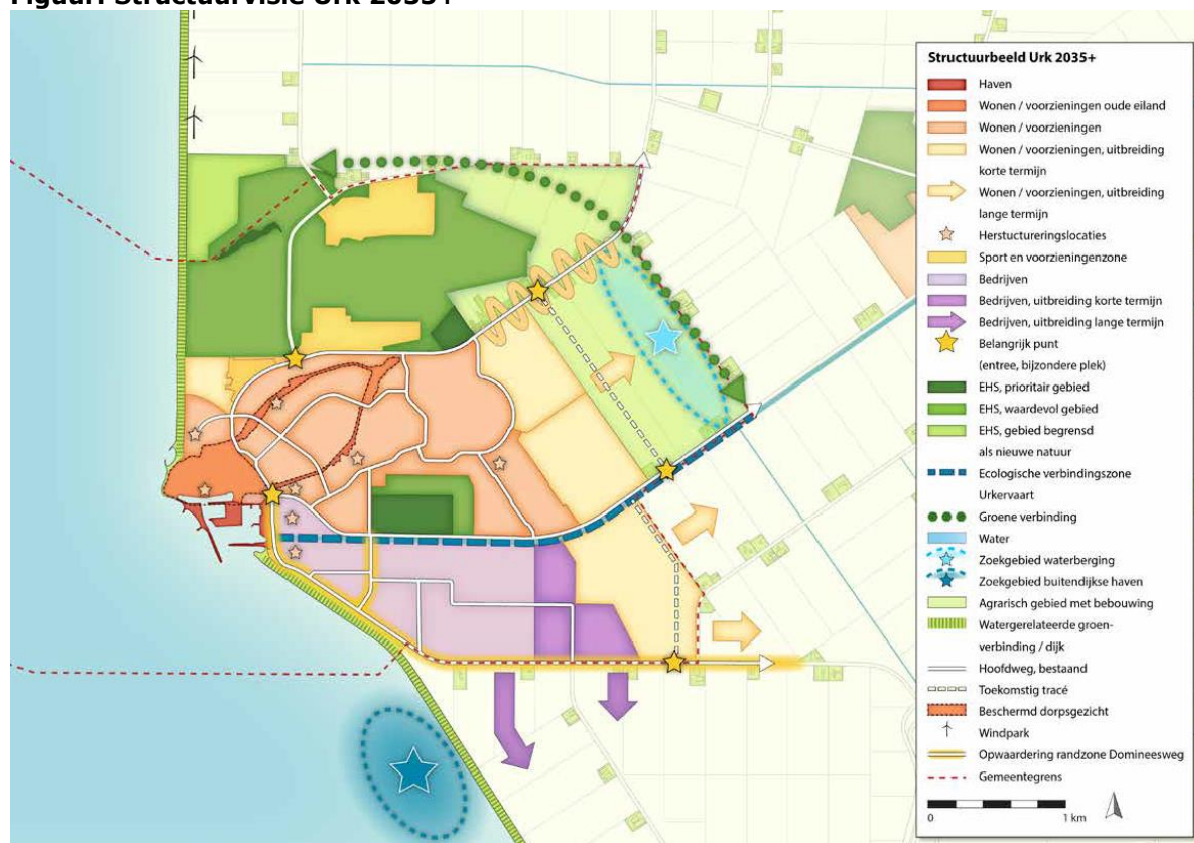
Gemeentelijke Vestigings visie

Op 26 april 2007 heeft de gemeenteraad de Gemeentelijke Vestigings Visie (GVV) vastgesteld. In het GVV wordt een beeld gegeven van de huidige en toekomstige vestigings- en werklocaties. Ten aanzien van de Haven is het beleid gericht op het handhaven van de visserij en werkhaven. De scheepswerf(ven), de machinefabriek en de IJsselmeervisserijbedrijven blijven in dit gebied gevestigd. Het streven is in dit gebied de recreatieve functies te versterken met op termijn de mogelijkheid van een strandpaviljoen en detailhandel. Bij verder ontwikkeling van het gebied zullen er een nieuwe ontsluitingsweg en voldoende parkeergelegenheid aangelegd moeten worden. Voor Lemsterhoek gaat de GVV uit van het creëren van een gemengd woonwerkmilieu, waarbij bedrijven tot en met categorie 2 mogelijk zijn. In het plangebied zijn, vanuit het verleden, tevens (bedrijfs)woningen aanwezig. Om het gebied om te vormen tot een woonwerkmilieu is het beleid erop gericht enkele visverwerkende bedrijven uit te plaatsen.

Structuurvisie Urk 2035+

De Structuurvisie Urk 2035+ is recent vastgesteld, als actualisatie van de versie 2025+. Het vertrekpunt van deze visie is dat Urkers willen wonen op Urk nu en in de toekomst. Hierin wordt o.a. het gebied Oude Dorp aangemerkt als gebied dat voor herstructurering in aanmerking komt. De Lemsterhoek biedt kansen voor de vestiging van perifere functies. Dit zijn functies die qua aard, schaal, karakter en het gebruik niet passen in de hoofd- en wijkcentra's of het woongebied.

Figuur: Structuurvisie Urk 2035+



Bron: Structuurvisie Urk 2035+

Sinds begin 2014 was de structuurvisie Urk 2035+ beschikbaar. Wat betreft de detailhandel wordt

verwezen naar het lopende traject van de detailhandelsnota (het concept-detailhandelsplan van Seinpost). De gemeente Urk is gehouden aan de afspraken die gemaakt zijn in de Gemeentelijke Visie Vestigingslocaties. Actueel beleid is noodzakelijk om de actualiteiten ten aanzien van de detailhandelstructuur te borgen en het detailhandelsbeleid te voeren. Voor het Oude Dorp wordt gestreefd naar concentratie van de winkels en het vervlechten van toerisme en detailhandel. Om te komen tot herstructurering rond de Klifweg en Haven is versterking van het winkelcentrum een belangrijke voorwaarde.

Verkeersbeleid

Het project 'Verkeren in het Oude Dorp' voorziet in de aanpak van de verkeers- en parkeerproblematiek in en rondom het Oude Dorp. Er wordt ingezet op een betere en duurzamere verkeerssituatie in het Oude Dorp. Maatregelen zijn extra parkeercapaciteit buiten het Oude Dorp waaronder op Lemsterhoek, het invoeren van een blauwe zone, een nieuwe inrichting van wegen en verblijfsgebied, en voorzieningen voor het zware verkeer. Ook in de Structuurvisie 2035+ wordt ingegaan op de gewenste verkeersontsluiting van Urk.

Masterplan Hart van Urk 2004 en 2014

In de ruimtelijke visie Masterplan Hart van Urk uit 2004 is beschreven hoe het havengebied en delen van het oude Urk worden ontwikkeld, met name de grond van het voormalige gebouw van de visafslag. De Oost- en Westhaven zijn primair bedoeld voor de recreatievaart, uitgezonderd schepen van en naar de kleine werf van Metz. De Nieuwe haven is bedoeld voor beroeps- en grote recreatievaart. Tevens wordt aangegeven wat de komende jaren de ontwikkelrichting voor Urk zal moeten zijn. Met de voorbereiding van een nieuwe structuurvisie wordt ook een nieuw Masterplan c.q. projectenboek voorbereid.

Nota Toerisme en Recreatie Urk 2012 - 2019

De nota Toerisme en Recreatie verwoordt een aantal aandachtspunten voor de detailhandel: met de detailhandel inspelen op de toeristische en recreatieve kansen. Aantrekkelijk aanbod in het centrum, openingstijden (tussen de middag). Lemsterhoek wordt getransformeerd voor grootschalige voorzieningen. Centrumfuncties die qua aard en schaal niet passen in Oud Urk, kunnen een plaats krijgen op Lemsterhoek. Hierbij wordt gedacht aan 'harde' horeca, grootschalige detailhandel en verplaatsing van een supermarkt. Het gebied is ook uitermate geschikt om parkeerruimte te bieden aan de toerist en recreant, met name ook voor autobussen.

Provinciaal beleid

De provincie Flevoland heeft het ruimtelijk beleid opgenomen in het provinciaal omgevingsplan (2006). De provincie stuurt op perifere en grootschalige detailhandel. Vestiging van detailhandel dient uitsluitend geacommodeerd te worden in of aansluitend aan bestaande bebouwde gebieden vanuit het principe van concentratie. De vestiging van weidewinkels is uitgesloten. Het locatiebeleid uit het Omgevingsplan is uitgewerkt in de Beleidsregel Locatiebeleid Stedelijk Gebied (2013).

Volgens de RO-visie werklocaties 2015 is er voor de winkels een duidelijke visie en sturing op de winkelgebieden noodzakelijk. Gemeenten moeten in hun visie aangeven welke winkelgebieden kansrijk zijn en prioriteit hebben voor vernieuwing in het winkelaanbod. Voor nieuwe winkelgebieden of grotere uitbreidingen van bestaande winkelgebieden met bovenlokale impact is er ruimte als deze zorgvuldig zijn afgewogen volgens de ladder voor duurzame verstedelijking. Buiten de stedelijke gebieden is geen plek voor nieuwe winkelgebieden of grote uitbreidingen. Geen detailhandel op bedrijventerreinen en de vestiging van weidewinkels wordt uitgesloten.

Bijlage 5: Locatie-matrix gemeente Urk

CRITERIA		LOCATIES									
Onderdeel	Subonderdeel	Huidige pand Boni In combinatie met naastgelegen pand 't Klif 1 (voormalig pand ING / huidig pand kapsalon)		Voormalige Pand SNS Klifweg 16		Huidige Garage Bakker en pompstation (Het Rif / Pyramideweg)		Huidige Haventerrein		Voormalige locatie Van Slooten in combinatie van woning mevrouw Post (Industrierondweg)	
Beschikbare Ruimte		--	Gezamenlijke oppervlakte bedraagt ca.1.000 m ² en is te klein voor de realisatie van een toekomstbestendige supermarktvestiging.	--	Gezamenlijke oppervlakte bedraagt ca. 970 m ² en is niet voldoende voor de realisatie van een toekomstbestendige supermarktvestiging.	+	Gezamenlijke oppervlakte bedraagt ca. 1.510 m ² en is onvoldoende voor de realisatie van een toekomstbestendige supermarktvestiging met parkeren op eigen terrein Tevens is er (hetzij in beperkte mate) ruimte aanwezig voor een eventuele toekomstige groei	+	Er is voldoende ruimte voor de realisatie van een toekomstbestendige supermarktvestiging. Tevens is er ruimte aanwezig voor een eventuele toekomstige groei Echter, het perceel is op dit moment ingericht als openbare ruimte en is niet voorzien van bebouwing.	++	Gezamenlijke oppervlakte bedraagt ca. 2.580 m ² en is voldoende voor de realisatie van een toekomstbestendige supermarkt met een groot deel van het parkeren op eigen terrein Tevens is er ruimte aanwezig voor een eventuele toekomstige groei
Stedenbouwkundige inpassing (bouwmassa en programmatisch functie gebruik)		--	Het bestaande pand alsmede het naastgelegen pand (voormalige ING / huidige kapsalon) is qua bouwkundige staat niet meer geschikt voor een toekomstbestendige supermarkt en kan daar ook niet meer geschikt voor gemaakt worden. Beoogde functie kan daardoor programmatisch gezien niet gerealiseerd worden De aanwezige huidige massa is te beperkt. Opstal maakt onderdeel uit van een groter geheel, waardoor sloop en nieuwbouw of optopping van de huidige bebouwing niet tot de mogelijkheden behoren. Daarnaast fungeert een supermarktfunctie ter hoogte van de Klifweg als overlast genererende functie. Stedenbouwkundige	+	Het betreft een solitair pand / aanwezige bebouwing (sloop en nieuwbouw is mogelijk) Nieuwe invulling door middel van een solitaire functie is stedenbouwkundig mogelijk Echter, een supermarktfunctie fungeert ter hoogte van de Klifweg als overlast genererende functie. Stedenbouwkundige inpasings-effecten zijn daardoor te groot en onwenselijk	--	Het betreft een solitair pand / aanwezige bebouwing (sloop en nieuwbouw is mogelijk) Echter, locatie is gelegen ter hoogte van een bestaande dorpsentree. Vanuit stedenbouwkundig oogpunt is het wenselijk om een markant gebouw op deze plek te realiseren, welke als herkenningspunt / visite kaartje kan fungeren. Een invulling door middel van een functie in de vorm van een solitaire supermarkt voldoet niet aan de beoogde ruimtelijke kwaliteit en potentieel gebruik.	--	Binnen het bestaande stedenbouwkundige beleid zijn reeds randvoorwaarden / uitgangspunten geformuleerd, welke uitgaan van de ontwikkeling van veel bouwmassa Een invulling door middel van een solitaire functie voldoet daardoor niet aan de ruimtelijke uitgangspunten.	++	Het betreft een solitair pand (sloop en nieuwbouw is mogelijk) Locatie is gelegen ter hoogte van de entree van het gebied 'Iemsterhoek'. Programmatisch en ruimtelijk voldoet de functie aan de maat en schaal van een wenselijke ruimtelijke ontwikkeling.

			inpassingseffecten zijn daardoor te groot en onwenselijk								
Verkeerstructuur	Bereikbaarheid en toegankelijkheid	--	<p>De huidige locatie is goed bereikbaar met auto, te voet en per fiets.</p> <p>Echter, toegankelijkheid is zeer beperkt vanwege het ontbreken van de benodigde faciliteiten.</p> <p>Verkeersstructuur aan de voor- alsmede achterzijde van het perceel (Klifweg en Pieter Hoekmanstraat) is niet (langer) meer geschikt voor de huidige gebruiksmogelijkheden</p>	--	<p>De locatie is goed bereikbaar met auto, te voet en per fiets.</p> <p>Echter, toegankelijkheid is zeer beperkt vanwege het ontbreken van de benodigde faciliteiten</p> <p>Verkeersstructuur aan de voorzijde van het perceel (Klifweg) is niet (langer) meer gericht op de beoogde gebruiksmogelijkheden</p>	-	<p>De locatie is slecht bereikbaar met de auto en per fiets vanwege de huidige verkeerstructuur (positionering perceel ten opzichte van verkeersrotonde en doorgaande verkeerrouting).</p> <p>Locatie is wel goed te bereiken te voet.</p> <p>Locatie kan goed toegankelijk en bereikbaar gemaakt worden voor bestemmingsverkeer vanaf de Pyramideweg. Dit vraagt wel om een forse ingreep in de bestaande structuur</p>	+	<p>De bereikbaar van de locatie is van mindere kwaliteit. Er is sprake van een doodlopende verkeersroute (verkeerrouting stopt op het Haventerrein en dient over het terrein een routing terug te vinden de bebouwde kern in). Hierbij is geen heldere structuur aanwezig (huidig werkerrein)</p> <p>Locatie kan goed toegankelijk gemaakt worden voor bestemmingsverkeer. Dit vraagt om aanpassingen ten aanzien van de inrichting van de bestaande structuur.</p>	+	<p>De locatie is goed bereikbaar met de auto.</p> <p>De bereikbaarheid per fiets en te voet is van mindere kwaliteit. Echter, door de aanleg van de rotonde (Urkerweg) wordt de bereikbaarheid voor het fietsverkeer alsmede voetgangers gerealiseerd.</p> <p>De locatie kan goed toegankelijk gemaakt worden. Dit vraagt wel om een ingreep in de bestaande structuur (aanleg van het beoogde verhoogde plateau).</p>
	Verkeersveiligheid	--	<p>Het winkelend publiek wordt op zeer hinderlijke wijze gestoord door het passerende en bestemmingsverkeer op de klifweg. De Klifweg wordt door bedrijfsmatige activiteiten op het Haventerrein gebruikt door relatief 'zwaar' (vracht)verkeer.</p> <p>Sprake van een zeer onveilige verkeerssituatie</p> <p>Tevens veroorzaakt het laden en lossen op deze locatie een verkeersopstoppende situatie, waardoor weggebruikers de verkeerstructuur op een niet daarvoor bestemde wijze gaan gebruiken</p>	-	<p>Het beoogd winkelend publiek wordt op zeer hinderlijke wijze gestoord door het passerende en bestemmingsverkeer op de Klifweg. De Klifweg wordt door bedrijfsmatige activiteiten op het Haventerrein gebruik door relatief 'zwaar' (vracht)verkeer</p> <p>Sprake van een zeer onveilige verkeerssituatie</p>	--	<p>Locatie is gelegen aan een bestaande dorpsentree. Sprake van een zeer intensief verkeersgebruik.</p> <p>Sprake van een zeer onveilige verkeerssituatie</p> <p>De toegang tot het perceel is dicht op de bestaande rotonde gesitueerd. Hierdoor tevens sprake van een zeer onveilige verkeerssituatie</p>	-	<p>Op het Haventerrein is sprake van zeer diverse functiemenging (met bedrijfsmatige activiteiten). Hierdoor is er sprake van een intensief verkeersgebruik op een als plein ingerichte locatie (geen heldere verkeerstructuur).</p> <p>Het winkelend publiek (ter hoogte van de Klifweg) wordt hinderlijk gestoord door het passende verkeer welke uiteindelijk het haventerrein als bestemming heeft. Op het moment dat hier een verkeersaantrekkende</p>	+	<p>Het bestemmingsverkeer wordt tijdig gescheiden van het doorgaande / passerende verkeer (Urkerweg en parallel gelegen Industrierondweg).</p> <p>Voor de beoogde parkeerplaatsen welke op eigen terrein aan de overzijde van de industrierondweg dienen te worden gerealiseerd, is een aanpassing van de bestaande structuur noodzakelijk (verkeersremmende maatregelen door middel van een verhoogd verkeersplateau)</p>

								functie wordt gerealiseerd is er sprake van een onwenselijk effect op de Klifweg			
								Een alternatief is om de routing om te leggen over de oostelijke Klifweg maar dat vraagt een behoorlijke ingreep in de bestaande structuur.			
	Verkeersdruk	--	Gebied is niet ingericht op de in de loop der jaren toegenomen verkeersdruk en de verkeersaantrekkende werking van de betreffende functie. Sprake van een intensief verkeersgebruik aan de voor- alsmede achterzijde van het perceel.	-	Gebied is niet ingericht op de in de loop der jaren toegenomen verkeersdruk en de verkeersaantrekkende werking van de betreffende functie. Sprake van een intensief verkeersgebruik aan de voorzijde van het perceel.	--	Locatie is gelegen aan een bestaande dorpsentree. Sprake van een zeer intensief verkeersgebruik ter hoogte van perceel	+	Op het Haventerrein is sprake van functiemenging (tevens intensief bedrijfsmatig gebruik). Perceel is niet gelegen aan een doorgaande verkeersroute, waardoor er alleen sprake is van bestemmingsverkeer en ter plaatse aanwezig verkeersverkeer (uitzondering hierop is nog 'het rondje rond de haven') Vanwege aanwezige functies sprake van intensief verkeersgebruik met name vanuit de aanwezige functies zelf.	++	Perceel is niet gelegen aan een doorgaande verkeersroute. Sprake van enkel en alleen bestemmingsverkeer. Hierdoor is de verkeersdruk beperkt.
	Parkeren	--	Benodigd aantal parkeerplaatsen kunnen niet op eigen terrein gerealiseerd worden In de directe nabijheid tevens geen ruimte voor toevoeging van extra parkeerplaatsen (met acceptabel loopafstand) Er moet gebruik gemaakt worden van het openbare trottoir ten aanzien van het stalen van fietsen	-	Benodigd aantal parkeerplaatsen kunnen deels op eigen terrein gerealiseerd worden (reeds gevestigde parkeerplaatsen 9 stuks) In de directe nabijheid is geen ruimte voor toevoeging van de benodigde extra parkeerplaatsen	+	Benodigd aantal parkeerplaatsen kunnen bij lange na niet op eigen terrein gerealiseerd worden In de directe nabijheid is er ruimte om het resterende deel van de benodigde parkeerplaatsen te realiseren.	-	Benodigd aantal parkeerplaatsen kunnen volledig op eigen terrein gerealiseerd worden mits er sprake is van een solitaire supermarktonwikkeling	+	Benodigd aantal parkeerplaatsen kunnen niet volledig op eigen terrein gerealiseerd worden Echter, in de directe nabijheid is er ruimte om het resterende deel van de benodigde parkeerplaatsen te realiseren.

							Om dit te bewerkstelligen is wel een grondverkoop noodzakelijk. Daarbij zal het huidige gebruik als groen verloren gaan en is er een forse wijziging nodig ten aanzien van de ontsluitingsstructuur.		Om dit te bewerkstelligen is wel een grondverkoop noodzakelijk Echter, sprake van reeds aanwezige parkeerplaatsen. Hierbij is sprake van dubbelgebruik en worden er geen extra parkeerplaatsen toegevoegd of komen bestaande parkeerplaatsen te vervallen		Om dit te bewerkstelligen is wel een grondverkoop noodzakelijk. Daarbij zal het huidige gebruik als groen verloren gaan. Om het parkeren in de groenstrook op een veilige wijze te laten plaatsvinden is wel een verkeersmaatregel nodig (verhoogd plateau)
	Laad- en los Mogelijkheden	--	Bevoorrading kan gelet op de situering en inrichting van de bestaande bebouwing en wegenstructuur niet op een andere wijze plaatsvinden.	+	Bevoorrading kan plaatsvinden vanaf de Klifkade. Mogelijke locatie van bevoorrading wordt hierbij niet gecombineerd met passerend verkeer Laden en lossen moet plaats vinden in openbaar gebied	-	Bevoorrading kan op een goede wijze ingericht worden Om dit te bewerkstelligen is wel een grondverkoop noodzakelijk of moet het laden en lossen plaatsvinden in het openbaar gebied. Tevens zal het huidige gebruik als groen verloren gaan en is er een forse wijziging nodig ten aanzien van de ontsluitingsstructuur.	++	Bevoorrading kan op een goede wijze ingericht worden Tevens kan het laden en lossen op eigen terrein plaatsvinden zodat het overige verkeer geen hinder hoeft te ondervinden Om dit te bewerkstelligen is wel een grondverkoop noodzakelijk.	++	Bevoorrading kan plaatsvinden vanaf de Industrierondweg. Tevens kan het laden en lossen op eigen terrein plaatsvinden zodat het passerende verkeer geen hinder hoeft te ondervinden
Verstevigen Winkelstructuur		++	Ligt midden in centrum en bestaande winkelconcentratie dus sterk voor structuur en combinatiebezoek De locatie valt binnen het verzorgingsgebied	++	Ligt midden in centrum en bestaande winkelconcentratie dus sterk voor structuur en combinatiebezoek. De locatie valt binnen het verzorgingsgebied	-	De inrichting van de bestaande openbare structuur is niet gericht op een combinatiebezoek (schakelpunt: entree van Urk is niet op een zodanige wijze ingericht). Dit is wel nodig Door de realisatie van het Masterplan zal een combinatie bezoek gestimuleerd worden. Dit vraagt om een grote wijziging in de huidige structuur De locatie valt wel binnen het verzorgingsgebied	+	Ligt in de nabije omgeving van de bestaande winkelconcentratie. Echter, de inrichting van de bestaande openbare structuur is niet gericht op een combinatiebezoek Dit vraagt om een grote wijziging in de huidige structuur.	-	De inrichting van de bestaande openbare structuur is niet gericht op een combinatiebezoek (schakelpunt: entree van Urk is niet op een zodanige wijze ingericht). Dit is wel nodig Door de realisatie van het Masterplan zal een combinatie bezoek gestimuleerd worden. Dit vraagt om een grote wijziging in de huidige structuur De locatie valt wel binnen het verzorgingsgebied

									De locatie valt wel binnen het verzorgingsgebied		
Beleid		+	<p>Past deels binnen detailhandelsnota.</p> <p>Echter, sprake van een overlast generende functie. In diverse documenten is Lemsterhoek aangewezen als overloopgebied voor overlast gevende functies vanuit het Oude Dorp.</p> <p><i>Overlast gevende functies: functies die qua aard, schaal, karakter en het gebruik niet passen in de hoofd- en wijk centra's of op grond van het woon- en voorzieningengebied verplaatst dienen te worden naar het Lemsterhoek.</i></p>	+	<p>Past deels binnen detailhandelsnota.</p> <p>Echter, sprake van een overlast generende functie. In diverse documenten is Lemsterhoek aangewezen als overloopgebied voor overlast gevende functie vanuit het Oude Dorp.</p> <p><i>Overlast gevende functies: functies die qua aard, schaal, karakter en het gebruik niet passen in de hoofd- en wijk centra's of op grond van het woon- en voorzieningengebied verplaatst dienen te worden naar het Lemsterhoek.</i></p>	--	In het Masterplan Hart van Urk is deze plek meer geschikt geacht voor een hotel (realisatie van een markant gebouw)	--	<p>De raad heeft duidelijk aangegeven dat de haven een werkhaven moet blijven.</p> <p>Ook Masterplan geeft aan dat havenbedrijvigheid gehandhaafd moet blijven.</p> <p>Daarnaast heeft raad aangegeven dat het haventerrein pas na realisatie van de buitendijkse haven voor ontwikkeling in aanmerking komt.</p> <p>Binnen het beleid zijn duidelijke randvoorwaarden en uitgangspunten weergegeven.</p>	++	In diverse documenten is Lemsterhoek aangewezen als overloopgebied voor overlastgevende activiteiten in het Oude Dorp.
Beschikbaarheid		--	<p>Locatie is niet beschikbaar. Het pand van voormalige ING is niet meer in hun eigendom en thans in gebruik voor andere doeleinden.</p> <p>Er is geen sprake van leegstand</p>	--	<p>Locatie is niet beschikbaar. SNS is recent in eigendom overgedragen en in gebruik voor andere doeleinden.</p> <p>Er is geen sprake van leegstand</p>	--	<p>Er is een actief autobedrijf met pomp in het pand gevestigd.</p> <p>Er is geen sprake van leegstand</p> <p>Eventuele verplaatsing van de pomp betreft een zeer intensief en kostbaar traject</p>	+	<p>De gronden zijn beperkt beschikbaar.</p> <p>Gelet op de ontwikkelingen rondom buitendijkse haven duurt het nog even voordat er wat kan gebeuren.</p> <p>Daarnaast wordt het huidige terrein gebruikt als openbare ruimte, bedrijfsmatig werkterrein, staanplaatsen campers, evenementen terrein en parkeerplaatsen.</p>	++	<p>De gronden zijn beschikbaar voor de beoogde ontwikkeling.</p> <p>De gronden zijn al gekocht door de ontwikkelaar.</p>