

IJsselstein, DPO en effecten supermarktinitiatieven



22 augustus 2014

definitief

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:
definitief

Datum:
22 augustus 2014

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:
Dr. Aart Jan van Duren
Dr. Anne Risselada

Voor meer informatie: Aart Jan van Duren, ajvd@stedplan.nl

In opdracht van:
Ahold Europe Real Estate and Construction

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2014.A.585
Referentie: IJsselstein, dpo supermarkten

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding	4
1 Contextanalyse	6
1.1 Draagvlak	
1.2 Detailhandelstructuur IJsselstein	
2 Marktmogelijkheden supermarktsector IJsselstein	13
2.1 Huidig functioneren winkelstructuur IJsselstein	
2.2 Trends en ontwikkelingen supermarktbranche	
2.3 Distributieve berekening	
2.4 Conclusie	
3 Effecten	18
3.1 Ruimtelijk-economische effecten	
3.2 Effecten op de bestaande winkelstructuur	
3.3 Conclusie	
4 Samenvattend antwoord op de hoofdvragen in het onderzoek	24
Bijlage: Supermarktaanbod IJsselstein	27

Inleiding

In IJsselstein speelt momenteel een tweetal supermarktinitiatieven die voorzien in de mogelijke toevoeging van drie nieuwe supermarkten in het dorp. Het gaat om de herontwikkeling van winkelcentrum De Clinckhoeff en de ontwikkeling van een nieuw supermarktcluster op de locatie Panoven-Hogedijk. De gemeente faciliteert beide initiatieven.

Met de voorgenomen ontwikkelingen wordt er ca. 5.500 m² bvo aan supermarktmeters gerealiseerd, waarvan ca. 4.400 m² bvo nieuw in de markt¹. Dit komt neer op ruim 3.500 m² wvo² aan nieuw supermarktaanbod in de gemeente IJsselstein, bovenop het huidige 4.900 m² in gebruik zijnde supermarktaanbod. Dit betekent een toename van ruim 70% van het huidige aanbod. Daarnaast is er buiten de toename van het supermarktaanbod sprake van ruim 1.500 m² bvo aan overige nieuwe detailhandel in de beide centra, waarvan 370 m² bvo in Panoven-Hogedijk en de rest in De Clinckhoeff. In de markttechnische verantwoording van deze plannen verwijst de gemeente naar een aantal rapportages van Seinpost Adviesbureau, waarvan de meest recente van september 2013 dateert.

Ahold, die in het centrum van IJsselstein een Albert Heijn exploiteert, meent dat het om een onverantwoorde grote toename van het metrage gaat. Daarom heeft het Bureau Stedelijke Planning gevraagd een onderzoek uit te voeren waarin op een objectieve wijze wordt onderzocht wat de effecten van de genoemde ontwikkelingen zijn op het functioneren van de detailhandel in IJsselstein, in het bijzonder van supermarkten, en daarbij rekening houdend met de leegstand. Ook moeten beide plannen getoetst moeten worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking, iets dat zeker voor Panoven-Hogedijk relevant is, omdat het hier gaat om een ontwikkeling op een solitaire locatie, buiten de bestaande winkelstructuur (trede 2 van de ladder).

In het voorliggende rapport worden de volgende vragen beantwoord:

1. Is de realisering van beide ontwikkelingen distributief te motiveren?
2. Wat zijn de ruimtelijk-economische effecten van de realisering van beide initiatieven, zowel voor de individuele supermarkten, als voor de detailhandelsstructuur in de gemeente? Wat indien alleen de herontwikkeling van De Clinckhoeff wordt gerealiseerd?
3. Wat zijn de effecten van de realisering van beide initiatieven op het woon-, leef- en ondernemersklimaat, via de weg van de leegstand? Ook hier: wat indien alleen de herontwikkeling van De Clinckhoeff wordt gerealiseerd?
4. Zijn de initiatieven te motiveren aan de hand van de ladder voor duurzame verstedelijking, zeker als het gaat om de ontwikkeling van Panoven-Hogedijk, een ontwikkeling buiten de bestaande winkelstructuur, in nieuw te realiseren stedelijk gebied?

¹ De huidige C1000 in Clinckhoeff meet 866 m² wvo. Uitgaande van een verhouding 100/80 gaan we uit van een kleine 1.100 m² bvo aan bestaande supermarktmeters, wat per saldo neerkomt op een toename van 4.400 m² bvo.

² 80% van ca. 4.400 m² bvo

Leeswijzer

De opzet van het voorliggende rapport is als volgt. Hoofdstuk 1 bevat de contextanalyse. In dit hoofdstuk worden vraag en aanbod, inclusief de daarin te verwachten ontwikkelingen, geanalyseerd. Er wordt tevens ingegaan op het huidige functioneren van de bestaande winkelstructuur. Hoofdstuk 2 geeft een gefundeerde inschatting van het haalbare supermarktaanbod in IJsselstein aan de hand van een beknopte analyse van algemene trends en ontwikkelingen in de supermarktbranche en een distributieplanologisch onderzoek. In hoofdstuk 3 worden de ruimtelijk-economische effecten van de voorgenomen ontwikkelingen beschreven. In dit hoofdstuk wordt ook de ladder voor duurzame verstedelijking aangevoerd. In hoofdstuk 4 wordt een samenvattend antwoord gegeven op de hoofdvragen in het onderzoek.

1 Contextanalyse

In dit eerste hoofdstuk staan de vraag- en aanbodverhoudingen in de gemeente IJsselstein centraal. Op deze wijze wordt inzicht verschaft in het verzorgingsgebied van het supermarktaanbod in de gemeente, zowel waar het gaat om omvang als om de samenstelling, als ook om de te verwachten ontwikkelingen daarin. Tevens wordt in dit hoofdstuk de functie en het functioneren van het supermarktaanbod in de gemeente geanalyseerd.

1.1 Draagvlak

Het draagvlak voor de dagelijkse sector bestaat uit de gemeente IJsselstein. Volgens het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 (KSO2011)³ lag het bindingspercentage voor dagelijkse artikelen binnen de gemeente op 82%. Dit betekent dat van elke euro die door inwoners van de gemeente aan dagelijkse artikelen werd uitgegeven, 82 cent belandt in de kassa's van het dagelijkse aanbod in IJsselstein (8% van het bestedingspotentieel voor de dagelijkse sector vloeit af naar Nieuwegein, 5% naar Utrecht). Volgens het KSO2011 was de koopkrachttoevloeiing voor de dagelijkse sector 8%. Dit betekent dat van elke euro die in de kassa's van de dagelijkse winkels terecht komt, 8 cent voor rekening komt van inwoners van buiten IJsselstein. Het bevestigt het beeld dat de detailhandel in de gemeente vooral een lokaalverzorgend karakter heeft, met weinig toevloeiing, en een beperkte afvloeiing.

Figuur 1 Verzorgingsgebied dagelijkse sector, gemeente IJsselstein



Bron: PDOK Demo Viewer; bewerking Bureau Stedelijke Planning

IJsselstein bevindt zich aan de rand van de stedelijke conglomeration Utrecht. De stad kent verschillende na-oorlogse woonwijken rondom een historisch centrum. Het grootstedelijke centrum van Utrecht is met de sneltram 61 te bereiken terwijl aan de westkant van de kern het Groene Hart te vinden is.

³ Uitgevoerd door I&O

Kenmerken bevolking

Het verzorgingsgebied (de kern IJsselstein) omvat 34.255 personen. In vergelijking met het Nederlandse gemiddelde kent IJsselstein relatief veel inwoners van 0 tot 15 jaar en van 25 tot 45 jaar. Er wonen dus relatief veel gezinnen met kinderen. Er wonen relatief weinig inwoners van 65 jaar of ouder. Het gemiddelde inkomen in IJsselstein ligt 9% boven het landelijke gemiddelde.

Tabel 1 Demografische kenmerken verzorgingsgebied

	Inwoners	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem. huish. grootte	Gem. inkomen
IJsselstein	34.255	20	12	27	28	13	2,4	€ 23.700
Nederland		17	12	26	28	16	2,2	€ 21.700

Bron: CBS Statline, 2014; gegevens betreffen 2013, inkomensgegevens betreffen 2011

Prognose bevolking

ABF Primos en het CBS voorspellen een daling van de bevolkingsomvang in gemeente IJsselstein. Voor 2020 gaat de Primos voorspelling uit van 33.324 inwoners (-3%) en voor 2025 bedraagt dit 32.857 inwoners (-4%). CBS voorspellingen gaan uit van forsere dalingen in het inwoneraantal van respectievelijk -4% in 2020 en -7% in 2025.

Woningbouwplannen

Er is een beperkt aantal nieuwbouwplannen in IJsselstein. Dit komt omdat het Groene Hart verdere uitbreiding van de stad tegenhoudt. Voor de gemeente IJsselstein wordt in het provinciale beleid (provincie Utrecht) uitgegaan van een woningbouwprogramma van 500 woningen in diverse projecten binnen de rode contouren. Voorbeelden van projecten die op dit moment spelen zijn IJsselveld Oost en het Kloosterplantsoen. De woningbouw is deels nodig om de gezinsverdunding tegen te gaan, maar is niet van voldoende omvang om het inwonertal in de toekomst substantieel te doen groeien. Binnen de gemeente IJsselstein is vooralsnog geen ruimte voor uitbreidingslocaties buiten de rode contour.

1.2 Detailhandelstructuur IJsselstein

IJsselstein kent een hiërarchische winkelstructuur waarin het centrum van IJsselstein vooral een kernverzorgende functie kent en wordt ondersteunt door drie boodschappencentra die een wijk- of buurtverzorgende functie hebben.

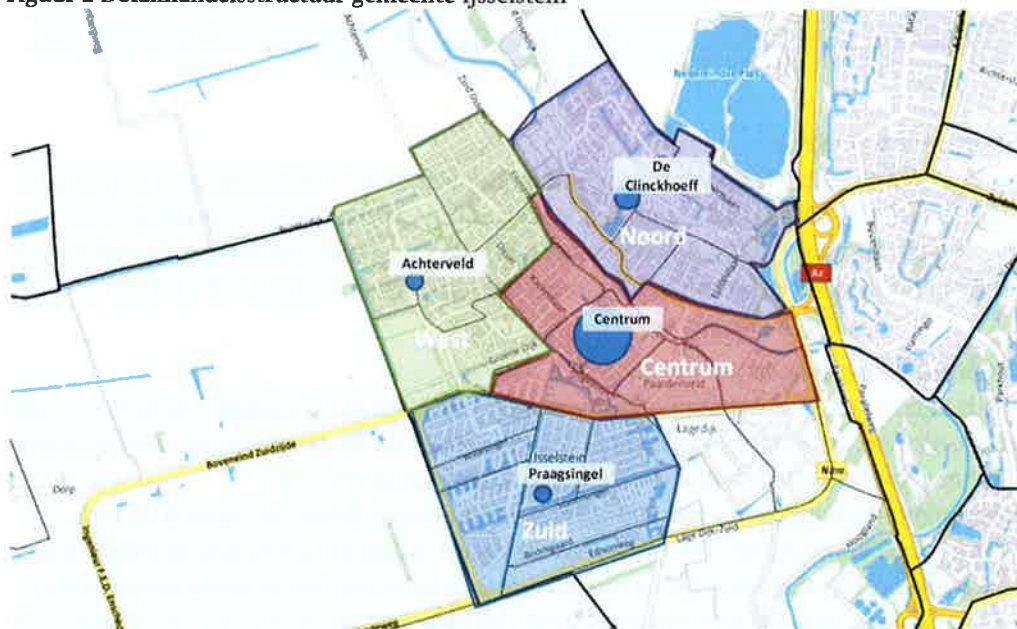
- Het centrum van IJsselstein is de grootste concentratie van winkels en aanvullende functies en vervult primair een functie voor de inwoners van de gemeente, en maar zeer beperkt voor daarbuiten.⁴ Er zijn trekkers in de dagelijkse sfeer zoals de Albert Heijn, Etos, Kruidvat, en in de niet-dagelijkse sfeer bijvoorbeeld HEMA, Blokker, Bruna en gangbaar modisch aanbod. Het centrum van IJsselstein telt 104 winkels die gezamenlijk € 47 miljoen omzetten, ongeveer gelijk verdeeld over dagelijks en niet-dagelijks (KSO2011).
- Het planmatig opgezette winkelcentrum De Clinckhoeff is het grootste ondersteunende centrum in IJsselstein. Het heeft vooral een verzorgende functie voor IJsselstein-noord. De hier gevestigde C1000 supermarkt wordt aangevuld met ander

⁴ De koopkrachttoevloeiing voor dagelijks bedraagt in het centrum van IJsselstein 9%, voor niet-dagelijks 21%. Alleen Lopik is enigszins op het aanbod in het centrum van IJsselstein georiënteerd.

dagelijks (vers)aanbod en in beperkte mate met frequent benodigd niet-dagelijks aanbod.

- Buurtcentrum Achterveld is een klein winkelcentrum met een C1000 supermarkt aangevuld met ander dagelijks aanbod (met vers en o.m. Kruidvat).
- In het Zenderpark, de meest recente nieuwbouwwijk van IJsselstein die vanaf 1998 gefaseerd is aangelegd, ligt een klein winkelstripje aan de Praagsingel. Hier wordt de Plus aangevuld met een apotheek en slijterij annex tijdschriftenverkoop (van Plus).
- Binnen de bebouwde kom zijn er ook enkele solitaire vestigingen, waaronder een Jumbo supermarkt op de Televisiebaan 102, nabij winkelcentrum de Clinckhoeff.

Figuur 2 Detailhandelsstructuur gemeente IJsselstein



Bron: PDOK achtergrondkaart; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Leegstand

IJsselstein kent relatief weinig winkelleegstand. In 2011 stonden er elf winkelpanden leeg met een totaal van 1.637 m² wvo (KSO2011). Dit is sindsdien niet toegenomen. Volgens Funda in Business staan er in augustus 2014 drie winkelpanden te huur. Op de Utrechtsestraat 49 (de hoofdwinkelstraat in het centrum) staat op dit moment een unit van ca. 87 m² te huur. Daarnaast zijn er enkele leegstaande panden in de minder courante delen van het centrum van IJsselstein (Kerkstraat en noordelijke kop van IJsselstraat). In de ondersteunende centra is geen sprake van leegstand.

Albert Heijn supermarkt in centrum



Winkelcentrum De Clinckhoeff



Bron: Bureau Stedelijke Planning

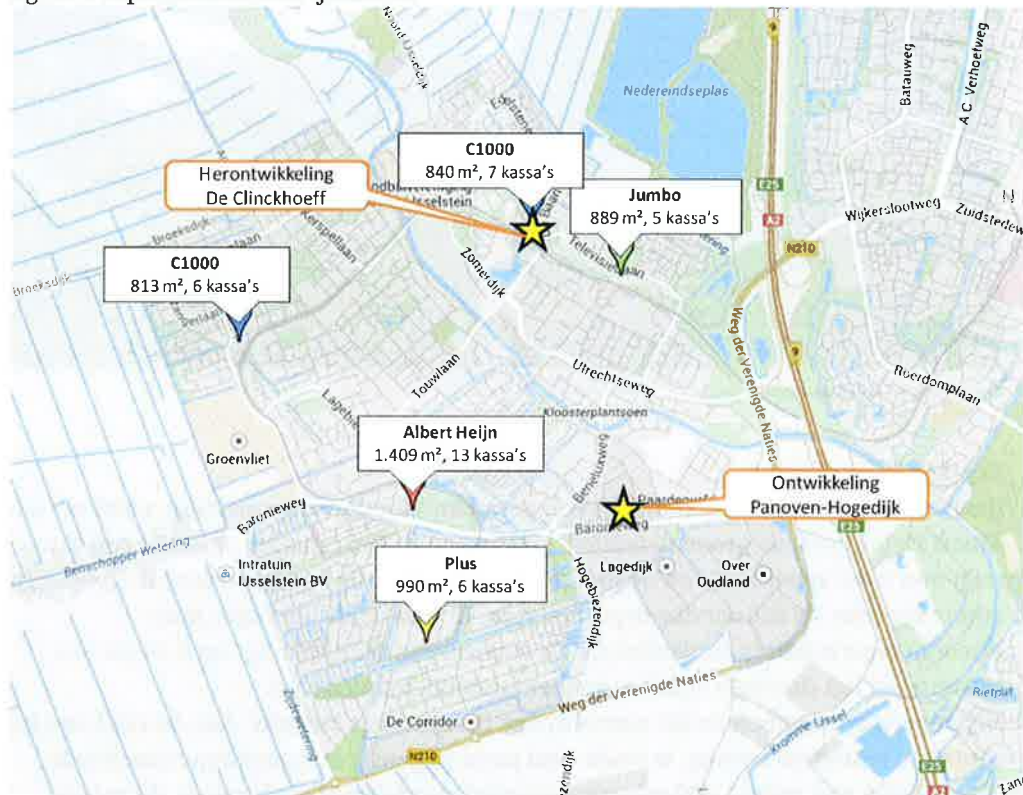
Supermarktstructuur

- IJsselstein telt 5 supermarkten met een gezamenlijke omvang van ruim 4.900 m² wvo. Albert Heijn heeft de grootste winkel, gelegen nabij het centrum. C1000 heeft (nu nog) met twee supermarkten de meeste vestigingen. Alle supermarkten in IJsselstein zijn te typeren als full-service supermarkten. Er zijn op dit moment geen discountsupermarkten in IJsselstein. De supermarktdichtheid ligt op 0,14 m² per inwoner en ligt daarmee ruim onder het landelijk gemiddelde.
- Het supermarktaanbod in het centrum van IJsselstein is beperkt. Aan de rand van het centrum, buiten de vesting, is sinds eind jaren negentig een goed functionerende Albert Heijn van ruim 1.400 m² wvo gevestigd met betaald parkeren in de garage onder de supermarkt.⁵ De supermarkt ligt enigszins verscholen, achter het stadhuis, maar vervult als centrumsupermarkt een plaatsverzorgende functie. De relatief ruime omvang van de supermarkt draagt hieraan bij. De Albert Heijn wordt geflankeerd door een vestiging van Etos en van Gall&Gall.
- In de Clinckhoeff is een goed functionerende C1000 gevestigd van 840 m² wvo. De winkel zal gelijktijdig met de beoogde herontwikkeling van De Clinckhoeff transformeren tot Jumbo. De ca. 80 parkeerplaatsen zijn op dit moment gratis. Hierdoor en door de compleetheit van het winkelcentrum vervult de supermarkt (en daarmee ook het aanvullende aanbod) een functie voor IJsselstein-Noord, aangevuld met deels ook een bovenwijkse functie.
- De solitair gelegen Jumbo⁶ (voorheen Super de Boer) van 889 m² wvo op korte afstand van De Clinckhoeff functioneert hooguit redelijk. De winkel heeft ca. 40 gratis maaiveld parkeerplaatsen.
- De C1000 van 813 m² wvo in het kleine winkelcentrum Achterveld in IJsselstein-West heeft een dubbele entree. Parkeren is hier een knelpunt. De winkel functioneert redelijk en zal uiterlijk eind 2015 worden getransformeerd tot een Jumbo.
- De Plus in de nieuwbouwwijk Zenderpark van 990 m² wvo vervult vooral een functie voor de inwoners van het Zenderpark. Ook hier is parkeren een knelpunt en ook hier functioneert de winkel redelijk.

⁵ Tot 2012 was het gratis parkeren in de garage, Albert Heijn is nu de enige supermarkt in IJsselstein met betaald parkeren.

⁶ Alleen een Foodmaster (snackbar) is naast de supermarkt gevestigd.

Figuur 3 Supermarktaanbod IJsselstein



Bron: Supermarktgid's Juli 2014; gecorrigeerd op basis van input Ahold Real Estate (AH) en eigen waarneming.

Plus op de Praagsingel



C1000 in buurtcentrum Achterveld



Bron: Bureau Stedelijke Planning

Detailhandelsontwikkelingen

- In winkelcentrum de Clinckhoeff is nu een C1000-supermarkt gevestigd met een winkelvloeroppervlakte (wvo) van 866 m². Via een ontwerpwijzigingsplan is er planologisch in een kader voor de vestiging van twee supermarkten van gezamenlijk maximaal 2.500 m² bruto vloeroppervlakte (bvo) voorzien. Geen van de supermarkten mag groter zijn dan 2.000 m² bvo. Naar verluidt gaat het om Lidl die zich hier naast de vergrote C1000 (dan Jumbo) zal vestigen. Het ontwerpwijzigingsplan ligt tot eind augustus 2014 ter inzage. Met de voorgenomen herontwikkeling zal de aan de voorkant van het winkelcentrum gelegen C1000 uitbreiden. Aan de achterkant komt een nieuwbouw supermarkt. Boven op het winkelcentrum komen ongeveer dertig

ruime sociale huurappartementen. Daarnaast komen er rond de 275 parkeerplaatsen, zowel op het winkelcentrum (grotendeels) als in de directe omgeving.

- In 2013 is een start gemaakt om tot ontwikkeling te komen van het gebied Panoven-Hogedijk voor bedrijvigheid, waaronder de vestiging van twee supermarkten en aanvullende winkels. Het bestemmingsplan Panoven-Hogedijk, dat ter inzage heeft gelegen en nog moet worden vastgesteld, voorziet in 3.000 m² bvo supermarkten en 370 m² bvo overige detailhandel op een locatie die onderdeel is van de bebouwde kom, maar nu nog grasland omvat. Beoogd is hier twee supermarkten te vestigen, hoewel de planregels niet uitsluiten dat er ook één supermarkt van 3.000 m² wordt gerealiseerd. Naar verluidt gaat het hier om een Plus-supermarkt (overname claim van een voormalige, reeds lang gesloten Edah in de binnenstad) en een Aldi-supermarkt.

Naast de ombouw van twee supermarkten naar de Jumbo-formule en de herontwikkeling en vergroting van winkelcentrum de Clinckhoeff en de ontwikkeling van twee supermarkten (en aanvullend detailhandelsaanbod) binnen het plangebied Panoven-Hogedijk zet de gemeente tevens in op versterking van de binnenstad:

- IJsselstein heeft in de afgelopen jaren een sterke bevolkingsgroei doorgemaakt. Volgens de gemeente is het voorzieningenniveau in de binnenstad, vooral op het gebied van detailhandel, niet meegegroeid en past deze niet meer bij de omvang van IJsselstein. De gemeente IJsselstein werkt aan de ontwikkeling van een centrumgebied met een aantrekkelijke openbare ruimte en een kwalitatief goed aanbod van winkels en woningen. Deze ontwikkeling wordt gerealiseerd door verschillende maatregelen te treffen op het gebied van verkeer en parkeren, winkels en horeca, wonen, culturele voorzieningen en openbare ruimten. Bij de herontwikkeling van het gebied Koningshof-Schuttersgracht wordt de huisvesting van de bibliotheek en Rabobank en een aantal panden aan de Molenstraat gesloopt. Er worden vervolgens ca. 17 appartementen, ca. 5.000 m² winkelruimte, inclusief de Action, en bovengrondse parkeergarage in bebouwde voorziening ontwikkeld.

Figuur 4 Detailhandelontwikkelingen binnen regio



Bron: PDOK achtergrondkaart; bewerking Bureau Stedelijke Planning

In de nabije omgeving van IJsselstein spelen diverse detailhandelsontwikkelingen:

- In Lopik wordt gewerkt aan een nieuwe supermarkt en appartementen in Lopik-dorp. Het gaat hier om de verplaatsing en vergroting van de Plus-supermarkt.
- In Nieuwegein is recent gewerkt aan uitbreiding en verbetering van de binnenstad, waaronder de realisering van het Stadskwartier. Met de realisatie van het Stadskwartier verdubbelt het winkelloppervlakte in de binnenstad van Nieuwegein. In de tweede fase van het Stadskwartier is tevens een derde supermarkt in het centrum gerealiseerd (Dirk van den Broek, april 2014). Naast het centrum zijn er ook concrete initiatieven om winkelcentrum Hoog Zandveld met 1.500 m² te vergroten en om winkelcentrum Muntplein te herontwikkelen en te vergroten. Dit zijn twee ontwikkelingen die naar aard en omvang enigszins vergelijkbaar zijn met die van de Clinckhoeff in IJsselstein.
- In Utrecht spelen diverse detailhandelsontwikkelingen, de ontwikkeling van het centrum van Leidsche Rijn voorop. Ook hier zijn nieuwe supermarkten onderdeel van de planontwikkeling.

2 Marktmogelijkheden supermarktsector IJsselstein

In dit hoofdstuk zijn de ontwikkelingsmogelijkheden van de supermarktsector in IJsselstein geanalyseerd. Dit is gebaseerd op het volgende:

- Analyse van functioneren van bestaande winkelstructuur.
- Analyse van algemene trends & ontwikkelingen in de supermarktsector.
- Een distributieve berekening (DPO), zowel voor de huidige situatie als voor de situatie in 2020, en zowel voor het huidige aanbod als voor een situatie waarin het dagelijkse aanbod wordt versterkt met de op handen zijnde initiatieven.

2.1 Huidig functioneren winkelstructuur IJsselstein

Het centrum van IJsselstein heeft een kernverzorgende functie. De kooporiëntatie van inwoners op het centrum is beperkt: een kwart van de inwoners van IJsselstein koopt zijn dagelijkse boodschappen in het centrum. De totale toevloeiing is 15% en vooral afkomstig uit gemeente Lopik (bij de niet-dagelijkse artikelen goed voor 9%). De vloerproductiviteit (de omzet per vierkante meter) nam in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector in de periode 2004-2011 af. Het centrum wordt vooral gewaardeerd om zijn sfeer en uitstraling, de compleetheid en de bereikbaarheid per openbaar vervoer. De bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden scoren minder.

De ondersteunende centra zijn klein van omvang en kennen alle één supermarkt. De supermarkt zijn alle aan de kleine kant (kleiner dan 1.000 m² wvo). Alleen in De Clinckhoeff en in Achterveld is sprake van een min of meer compleet pakket aan ondersteunend dagelijks aanbod. Het cluster aan de Praagsingel (Zenderpark) heeft niet veel meer om het lijf dan een solitaire supermarkt, en is in die zin vergelijkbaar met de solitaire Jumbo aan de Televisiebaan. Waar de Plus in het Zenderpark het voordeel heeft dat het op enige afstand van alternatieve aankoopplaatsen ligt, geldt dat voor de Jumbo aan de Televisiebaan juist niet: de korte afstand tot De Clinckhoeff maakt deze supermarkt zeer kwetsbaar.

Van de min of meer complete ondersteunende centra functioneert alleen De Clinckhoeff naar behoren. Dit winkelcentrum heeft mede door zijn ligging en parkeermogelijkheden ook een substantiële wijkoverstijgende functie. Buurtcentrum Achterveld is kwetsbaar, door de combinatie van de beperkte omvang van het verzorgingsgebied en de niet-optimale bereikbaarheid en parkeersituatie.

Versterking van het dagelijks aanbod elders, zoals voorzien, zal vooral voor de kwetsbare centra en supermarkten grote gevolgen kunnen hebben.

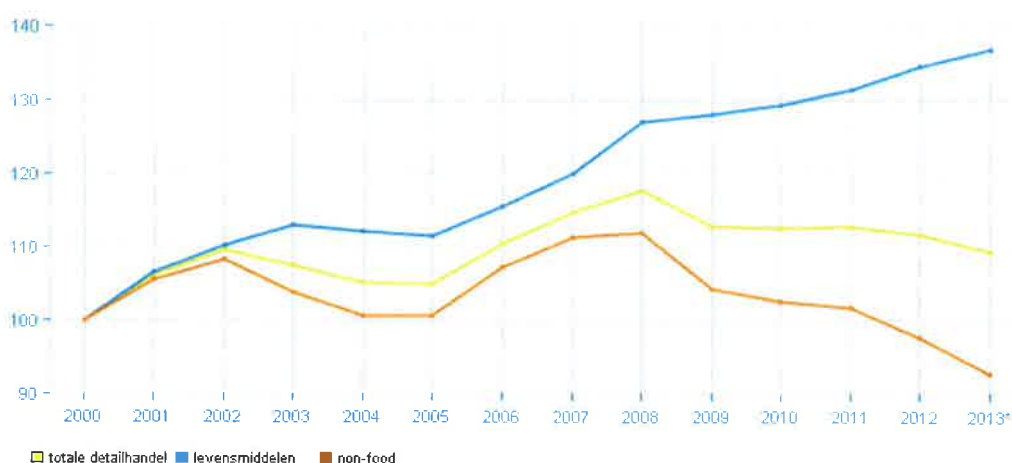
2.2 Trends en ontwikkelingen supermarktbranche

Supermarkten onttrekken zich aan economische malaise

De supermarktbranche weet gestaag de omzet te verbeteren, ook in tijden van laagconjunctuur. In 2013 behaalden supermarkten 27% meer omzet dan in 2005. De

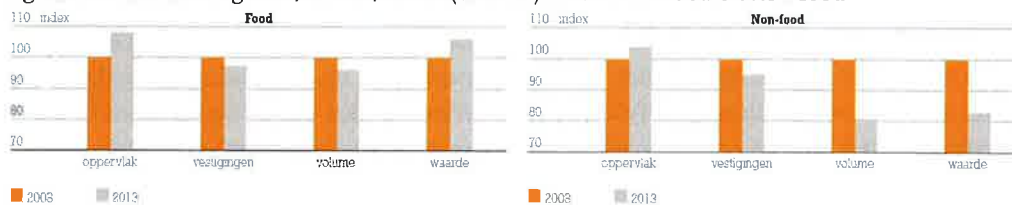
foodspeciaalzaken zetten daar in diezelfde periode een omzetverlies van zo'n 15% tegenover. Ruim 85% van de bestedingen in levensmiddelen in de detailhandel wordt gedaan in supermarkten. Bij elkaar is de supermarktbranche goed voor ca. 245.000 banen en een omzet van ca. € 30,2 miljard (inclusief BTW). Dit komt neer op ongeveer eenderde van de totale werkgelegenheid (33%) en omzet (36%) in de detailhandel. Door de forse concurrentie op prijs in de supermarktbranche staan de marges echter wel sterk onder druk.

Figuur 5 Omzetontwikkeling levensmiddelen, totale detailhandel en non-food (2000 = 100)



Bron: CBS/HBD * 2013=schatting

Figuur 6 Ontwikkeling wvo, aantal, omzet(waarde) en volume food en non-food



Bron: Winkelgebied 2025, deelrapport Detailhandel, ING, mei 2014

Supermarkt versus versspeciaalzaak

Steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de versspeciaalzaken al jarenlang onder druk staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten. Alleen met een onderscheidend assortiment en onderscheidend serviceniveau, en op locaties dicht op succesvolle supermarkten hebben (vers)speciaalzaken nog toekomst. In De Clinckhoeff, waar de bestaande supermarkt goed functioneert, is het perspectief voor het overig dagelijks aanbod gezonder dan in buurtcentrum Achterveld.

Supermarkten dragers van winkelgebieden

Supermarkten zijn essentiële dragers van centra die gericht zijn op de dagelijkse boodschappen. Supermarkten garanderen een continue bezoekersstroom, zeker als

deze functioneel zijn uitgerust: moderne afmeting en dito parkeren. Hoe groter het winkelgebied, en hoe groter het aandeel non-food in een winkelgebied, hoe minder belangrijk de functie van de supermarkt is als drager van het winkelaanbod. Voor het centrum van IJsselstein vervult Albert Heijn als enige centrumsupermarkt een wezenlijke rol voor het functioneren van het centrumgebied als geheel. Minder klanten voor Albert Heijn als gevolg van de ophanden zijnde ontwikkelingen, betekent ook minder combinatiebezoek met de overige (merendeels non-food) winkels in het centrumgebied.

Schaalvergroting dominante trend

Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Deze ontwikkeling is niet te stuiten en heeft ook een bedrijfseconomische achtergrond. Door de druk op de prijzen en daarmee op de marges moeten traditionele buurt- en wijksupermarkten een hogere omzet realiseren om rendabel te blijven. Anderzijds hebben consumenten steeds meer de neiging om te kleine supermarkten voorbij te rijden om uit complete assortimenten te kunnen kiezen. Buurt- en kleine wijksupermarkten die een te beperkt verzorgingsgebied bedienen zitten daarmee in een spagaat waar ze nauwelijks uit kunnen komen. De meeste full-service supermarktformules zien 1.200 m² wvo (1.500 m² bvo) als de minimale maat (liever groter, ingegeven vanuit functie/omzetspotentie en/of de wens dochterretailers als slijterij en drogist mee te nemen). Discounter Lidl neemt tegenwoordig het liefst minimaal 1.440 m² wvo (1.800 m² bvo, oplopend tot 2.000 m² bvo) af en ontpopt zich steeds meer tot full-service supermarkt. Aldi, feitelijk nog de enige hard discounter, opteert voor 1.000 m² wvo (1.300 m² bvo). Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.000-1.200 m² wvo te klein en hebben zij een te weinig gedifferentieerd aanbod om voor de consument aantrekkelijk te blijven. Naar de huidige maatstaven zijn liefst vier van de vijf supermarkten in IJsselstein aan de kleine kant.

Nieuwe aanbodsvormen in opkomst

Naast de alom bekende reguliere (wijk)supermarkt zijn andere nieuwe aanbodsvormen in opkomst, te weten:

- **Grootschalige supermarkten:** dit type supermarkten is in Nederland in opkomst en voorziet in de behoefte van de consument om eens per week of twee weken met de auto grootschalig boodschappen te doen. Met de opkomst van grootschalige supermarkten ontstaat een nieuwe hiërarchie in boodschappen doen. In dit type supermarkt komt men over het algemeen veel minder frequent, maar wel van over grotere afstand, en besteedt men per bezoek meer dan in de reguliere supermarkten. Omdat dit soort supermarkten al snel een draagvlak van minimaal 60.000 inwoners nodig hebben, zullen inwoners van IJsselstein voor dit type supermarkten moeten uitwijken naar Utrecht/Nieuwegein.
- **Opkomst van discountformules:** naast grootschalige supermarkten zijn ook discountsupermarkten zoals Aldi en (vooral) Lidl in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zijn de lage prijzen, de (van origine) kleinere metrages, een beperkt assortiment en de mindere focus op service. Overigens manoeuvreert Lidl zich steeds meer in de richting van een zogenaamde softdiscount supermarkt, met meer assortiment, meer vers, grotere oppervlaktes, maar met behoud van de lage prijzen. Discounters zijn op dit moment niet vertegenwoordigd in IJsselstein.

- **Traffic voorzieningen:** deze voorzieningen ontstaan op locaties waar veel passanten zijn vanwege de specifieke functie van de locatie, zoals stations, benzinestations, ziekenhuizen, hogescholen, universiteiten, en ook binnensteden. Supermarkten hebben hierop ingespeeld, en bieden op dit soort locaties een specifiek, op gemak gericht assortiment. Door een gunstigere margemix kunnen de veelal hogere huren op dit soort locaties worden gedragen.
- **Internet als aankoopkanaal:** anders dan in de non-food speelt e-commerce nog een betrekkelijk geringe rol in de distributie van levensmiddelen. Albert Heijn heeft een voortrekkersrol met Bol.com afhaalpunten in alle winkels, ah.nl thuisbezorging en 'pick up points'. De meeste andere grote formules (gaan) experimenteren met internet als verkoopkanaal. Het omzetdeel in de foodsector dat voor rekening komt van e-commerce is momenteel ca. 1%. De algemene verwachting is dat dit percentage wel zal groeien, maar de komende jaren nog geen hoge vlucht zal nemen.

2.3 Distributieve berekening

Door middel van een distributieve berekening is zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een uitspraak gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van de supermarktsector in IJsselstein. Bij de inschatting van de ontwikkelingsmogelijkheden in het verzorgingsgebied zijn de volgende kengetallen gehanteerd:

- Een inwonertal van 34.225 in de huidige situatie, met een beperkte daling van het inwoneraantal in het verzorgingsgebied naar 33.324 in 2020.
- Een gemiddelde supermarktbesteding van € 1.840,- per hoofd van de bevolking per jaar (exclusief BTW, op basis van kengetallen HBD⁷). Op basis van een inkomensniveau in IJsselstein, dat 9% hoger ligt dan landelijk, is de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking gecorrigeerd tot € 1.881,- (2,25% hoger).⁸ De bestedingen zijn voor de toekomst constant verondersteld.
- De koopkrachtbinding voor dagelijkse artikelen aan IJsselstein bedraagt 82%. Dit is gebaseerd op het KSO 2011. Verondersteld wordt dat zich sindsdien geen grote wijzigingen hebben voorgedaan in deze binding.
- De koopkrachttoevoeiing voor dagelijkse artikelen van buiten de gemeente bedraagt 8%. Ook deze cijfers komen uit het KSO2011.
- Een gemiddelde vloerproductiviteit van € 8.260 voor de supermarktbranche. De vloerproductiviteit is de gemiddelde omzet per m² wvo per jaar (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2013), ook constant verondersteld.
- Het huidige dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied bedraagt 4.916 m² wvo (op basis van de Supermarktgid van juli 2014).

⁷ Hoofdbedrijfschap Detailhandel. Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek (2012).

⁸ Op grond van een algemeen aanvaarde inkomenselasticiteit van 0,25 voor dagelijkse aankopen.

Tabel 2 Distributieve berekening ontwikkelingsmogelijkheden supermarktsector IJsselstein

	Huidige situatie	Situatie 2020
Aantal inwoners	34.255	33.324
Bestedingen per hoofd in € (HBD)	€ 1.840	€ 1.840
Bestedingspotentieel in € mln	€ 63	€ 61
Bestedingspotentieel na inkomenscorrectie	€ 64	€ 63
Koopkrachtbinding (KSO 2011)	82%	82%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 53	€ 51
Koopkrachttoevloeiing (KSO 2011)	8%	8%
Omzet door toevloeiing in € mln	€ 5	€ 4
Totale bestedingen in € mln	€ 57	€ 56
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 8.260	€ 8.260
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 11.472	€ 11.161
Haalbaar supermarktaanbod in m ² wvo	6.954	6.765
Gevestigd supermarktaanbod in m ² wvo	4.916	4.916
Uitbreidingsruimte in m² wvo	2.038	1.849

De distributieve berekening toont aan dat er zeker mogelijkheden zijn om het supermarktaanbod in IJsselstein te versterken. In de huidige situatie ligt die ruimte op ongeveer 2.000 m² wvo. In 2020, rekening houdend met een beperkte afname van het aantal inwoners, bedraagt de distributieve ruimte ca. 1.850 m² wvo. Dit is een omvang die een optimalisatieslag van het huidige gevestigde aanbod mogelijk maakt.

2.4 Conclusie

Op grond van de bevindingen uit het voorgaande hebben we gezien dat er in de gemeente IJsselstein zeker mogelijkheden zijn om het gevestigde supermarktaanbod te versterken. Daarbij gelden de volgende richtlijnen:

- Er is een distributieve ruimte die van een dusdanige omvang is (ca. 1.850 m² wvo) dat deze bij voorkeur ingezet wordt om het gevestigde supermarktaanbod te versterken. Vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke structuur en een optimale verzorging van de inwoners van IJsselstein is het van belang dat vooral goed functionerende, maar naar hedendaagse maatstaven te kleine supermarkten worden opgewaardeerd. Een vergroting van de C1000 in De Clinkhoeff past daarbij, de clustering van het aanbod aldaar met het aanbod op de Televisiebaan (inclusief formulewisseling) past daarin ook, evenals een vergroting van de C1000 in Achterveld en/of de Plus in het Zenderpark tot een maatvoering die past bij de huidige maatstaven (ca. 1.200 m² wvo).
- Het volledige programma van ruim 3.500 m² wvo aan nieuw supermarktaanbod, zoals beoogd bij de herontwikkeling en vergroting van winkelcentrum de Clinckhoeff (met daarbij een nieuwe supermarkt) en de ontwikkeling van twee supermarkten binnen het bestemmingsplan Panoven-Hogedijk, staat op gespannen voet met de distributieve mogelijkheden in de supermarktsector. Allereerst omdat de initiatieven gezamenlijk veel groter zijn dan de distributieve ruimte, maar belangrijker nog omdat het de noodzakelijke optimalisering en versterking van het gevestigde supermarktaanbod in de weg staat. Over wat de effecten van de beoogde ontwikkelingen zijn gaan we in hoofdstuk 3 nader in.

3 Effecten

In dit hoofdstuk is verslag gedaan van een analyse naar de effecten van het honoreren van de verschillende supermarktiniciatieven in de gemeente IJsselstein. Daarbij staan de volgende vragen centraal:

- Wat zijn de ruimtelijk-economische effecten van de realisering van beide initiatieven, zowel voor de individuele supermarkten, als voor de detailhandelsstructuur in de gemeente? Wat indien één van beide initiatieven wordt gerealiseerd?
- Wat zijn de effecten van de realisering van beide initiatieven op het woon-, leef- en ondernemersklimaat, via de weg van de leegstand? Ook hier: wat indien één van beide initiatieven wordt gerealiseerd?
- Zijn de initiatieven te motiveren aan de hand van de ladder voor duurzame verstedelijking, zeker als het gaat om de ontwikkeling van Panoven-Hogedijk, een ontwikkeling buiten de bestaande winkelstructuur, in nieuw te realiseren stedelijk gebied?

We staan achtereenvolgens stil bij de ruimtelijk-economische effecten (paragraaf 3.1), bij de effecten op de bestaande winkelstructuur en bij de effecten voor woon-, leef- en ondernemersklimaat (paragraaf 3.2). We sluiten dit hoofdstuk af met conclusies (paragraaf 3.3).

3.1 Ruimtelijk-economische effecten

De mate van verdringing van de nieuwe initiatieven op de gevestigde supermarkten hangt samen met een aantal factoren. Dat zijn:

- De **omzetclaim** van het nieuwe initiatief. Een nieuwe supermarkt van 1.000 m² wvo heeft in de regel een grotere omzetclaim dan de uitbreiding van een bestaande supermarkt met 1.000 m² wvo. Hoe groter de claim, hoe groter ook het omzeteffect.
- De **afstand**. Hoe kleiner de afstand tot het initiatief, hoe groter in de regel het omzeteffect is.
- **Overlap** in functie, formule, prijsstelling en doelgroep. Hoe groter die overlap, hoe groter het verdringingseffect.
- **Functioneren**. Hoe beter de gevestigde supermarkt functioneert, hoe groter (in absolute termen) het omzeteffect. Voor matig of slecht functionerende supermarkten geldt dat het absolute effect vaak kleiner is, maar met een groter effect op het toekomstperspectief.

Bij de toevoeging van ruim 3.500 m² wvo aan supermarktaanbod, zoals beoogd bij de herontwikkeling en vergroting van winkelcentrum de Clinckhoeff en de ontwikkeling van twee supermarkten binnen het bestemming Panoven-Hogedijk, gaan we uit van de volgende verdelingen:

- In de Clinckhoeff zal de C1000 met ca. 350 m² wvo vergroten naar ca. 1.200 m² wvo en worden getransformeerd tot Jumbo. Er zal daarnaast een tweede supermarkt, mogelijk Lidl, worden toegevoegd van ca. 800 m² wvo.⁹ Bij elkaar wordt er ca. 1.150

⁹ In het bestemmingsplan wordt 2.500 m² bvo aan supermarktaanbod mogelijk gemaakt, omgerekend naar wvo, dat 80% van het bvo behelst, gaat het om 2.000 m². We gaan er vanuit dat de full-serice winkel (C1000/Jumbo) zich op een naar

m² wvo supermarktaanbod toegevoegd. De twee supermarkten zullen een combinatie van een wijkverzorgende en een wijkoverstijgende functie vervullen.

- In Panoven-Hogedijk gaat het om de toevoeging van een Plus van ca. 1.400 m² wvo en een Aldi van ca. 1.000 m² wvo. Bij elkaar wordt er 2.400 m² wvo supermarktaanbod toegevoegd.¹⁰ Op de goed bereikbare locatie Panoven-Hogedijk zullen de supermarkten, gelet op hun omvang, ligging en parkeergemak (gratis), een plaatsverzorgende functie gaan vervullen. In deze functie zullen ze vooral de Albert Heijn aan de rand van het centrum beconcurreren. Deze supermarkt heeft nu als enige supermarkt in IJsselstein die functie, maar deze functie is door het betaald parkeren dat hier sinds enige jaren geldt kwetsbaar.

Een nieuwe vergrote Jumbo en de toevoeging van een tweede supermarkt zullen gezamenlijk naar verwachting een omzetclaim hebben van zo'n € 8,1 tot € 8,5 miljoen (excl. BTW) op jaarbasis. Dit op basis van een vloerproductiviteit van € 8.260,- per vierkante meter winkelvloeroppervlak (wvo) per jaar voor de nieuwe supermarkt en een vloerproductiviteit van € 4.130,- tot € 4.960,- per vierkante meter winkelvloeroppervlak (wvo) per jaar voor de extra meters van de C1000 (50-60% van de gemiddelde vloerproductiviteit), een gevolg van het feit dat het hier om de optimalisatie van een bestaande supermarkt gaat.

Met de toevoeging van twee nieuwe supermarkten, mogelijk Plus en Aldi, in Panoven-Hogedijk, komt daar een additionele omzetclaim van nog eens een kleine € 20 miljoen bij.¹¹ De twee initiatieven samen zijn dus goed voor een additionele omzetclaim van € 28,1 miljoen tot € 28,4 miljoen, nagenoeg de helft van de feitelijke gerealiseerd supermarktomzet in de huidige situatie. Deze additionele omzetclaim komt voor ongeveer 70% voor rekening van het initiatief in Panoven-Hogedijk.

Omdat het verzorgingsgebied niet groeit in termen van consumentendraagvlak zullen zoals hiervoor aangegeven de initiatieven voor een substantieel deel ten koste gaan van zittende winkeliers.¹² Omdat de omzetclaim van beide initiatieven overwegend een claim is in de dagelijkse bestedingen, treft het vooral het aanbod aan supermarkten en speciaalzaken.

Uit eerdere studies van Bureau Stedelijke Planning en de ervaringsgegevens bij eerdere nieuwvestiging en uitbreiding van supermarkten zijn de volgende conclusies te trekken:

- Circa de helft van de omzet van de nieuwe supermarkt is te traceren tot supermarkten in de directe omgeving, in dit geval alle supermarkten in IJsselstein.
- Een kwart van de omzet is zeer versnipperd (en moeilijker te traceren), en is afkomstig van allerlei detailhandelskanalen binnen het verzorgingsgebied: van drogisterijen, slijterijen en versspeciaalzaken tot winkels in benzinestations, warenmarkten e.d.

huidige maatstaven groot genoeg winkelloppervlakte wil vestigen en houden daarom 1.200 m² wvo aan. Voor de toevoeging van de tweede supermarkt, mogelijk Lidl blijft dan nog ca. 800 m² wvo over.

¹⁰ In het bestemmingsplan wordt 3.000 m² bvo aan supermarktaanbod mogelijk gemaakt, omgerekend naar wvo, dat 80% van het bvo behelst, gaat het om 2.400 m². Wanneer we aannemen dat 1.000 m² wordt ingevuld door de beoogde Aldi (die een standaardmaat van de supermarkt van 51 meter bij 19,6 meter hanteert) resteert er 1.400 m² voor de full-service supermarkt.

¹¹ Uitgaande van 2.400 m² en een jaarlijkse vloerproductiviteit van € 8.260, maakt € 19.960.000.

¹² We laten dan nog onbenoemd dat het consumentendraagvlak volgens verwachting eerder daalt dan groeit, zoals betoogd in hoofdstuk 1.

- Voor een kwart van de omzet treedt marktverruiming op. Dit is dus op te vatten als additionele omzet, die niet ten koste gaat van de gevestigde retailers, maar deels te zien is als bestedingsimpuls en deels ten koste gaat van niet-detailhandelsfuncties, zoals horeca, groothandel e.d.

Bij elkaar gaan de ontwikkelingen in IJsselstein gepaard met een additionele omzetclaim van € 28,1 tot € 28,4 miljoen. Het verdringingseffect op de gevestigde supermarkten als gevolg hiervan bedraagt dan € 14 tot € 14,1 miljoen per jaar.

Geprojecteerd op het totale nu in de gemeente IJsselstein gevestigde supermarktaanbod gaat het om een verdringingseffect een kleine 25%.¹³ Ofschoon het huidige supermarktaanbod (gemiddeld genomen) bovengemiddeld functioneert, is een dergelijk verdringingseffect veel meer dan dat valt te scharen onder regulier ondernemersrisico.

Indien alleen het initiatief in De Clinckhoeff wordt gerealiseerd is het verdringingseffect vanzelfsprekend beduidend lager, en ligt dit op een kleine 8%.

Ofschoon het supermarktaanbod in deze plaats gemiddeld genomen goed functioneert, heeft een verdringingseffect van (gemiddeld) 25% bij de honorering van beide initiatieven een dusdanige omvang dat niet alle supermarkten in IJsselstein op termijn voldoende toekomstperspectief hebben. Daarbij geldt dat het meest kwetsbaar zijn supermarkten die:

- De klanten te weinig keuze bieden in assortiment en comfort. Met andere woorden: supermarkten die te klein zijn. In de regel geldt een omvang van 1.000 m² wvo als absolute minimale maat voor een moderne, op de toekomst toegeruste supermarkt.
- Een te klein verzorgingsgebied bedienen. Supermarkten die een primair verzorgingsgebied bedienen dat kleiner is dan 7.500 inwoners zijn buitengewoon kwetsbaar. Voor een levensvatbare exploitatie is een direct verzorgingsgebied van minimaal 10.000 inwoners een vereiste.
- Dichtbij de initiatieven gevestigd zijn en/of een vergelijkbaar verzorgingsgebied bedienen. De illustratie van Albert Heijn versus de supermarkten op de locatie Panoven-Hogedijk is reeds aangehaald.

Om meer dan één reden mogen we aannemen dat een gemiddeld effect van 25% omzetverlies in een licht krimpend marktgebied tot verlies van perspectief van enkele van de huidige supermarkten zal leiden:

- Slechts twee van de vijf bestaande supermarkten in IJsselstein functioneren bovengemiddeld. Een belangrijk deel van de andere supermarkten, die in het algemeen slechts redelijk functioneren, is op korte afstand van één of beide initiatieven gevestigd.
- Met in de toekomstige situatie 8 supermarkten over 6 locaties die tezamen ruim 33.000 inwoners bedienen is voor slechts enkele supermarkten een verzorgingsgebied van 10.000 inwoners weggelegd.

¹³ Berekening: € 14 tot 14,1 miljoen gedeeld door € 56 miljoen (omzetclaim huidig supermarktaanbod op basis van DPO-berekening, zie hoofdstuk 2).

3.2 Effecten op de bestaande winkelstructuur

De toevoeging van 3.500 m² wvo aan supermarktaanbod (ruim 70% bovenop het huidige aanbod) in een krimpende markt (zoals in de vorige paragraaf geanalyseerd) legt een grote druk op het functioneren, en daarmee op de levensvatbaarheid van de individuele supermarkten. Omdat supermarkten een belangrijke (en steeds belangrijker wordende) drager zijn van winkelgebieden, gaat dat onherroepelijk ten koste van de bestaande winkelstructuur in IJsselstein.

Het perspectief van de ondersteunende centra Praagsingel (Plus) en Achterveld (nu C1000) staat met de voorgenomen planontwikkelingen op het spel. Ook en vooral de solitaire Jumbo op de Televisiebaan zal sterk onder druk komen te staan. Deze supermarkten functioneren in de huidige situatie al niet meer dan redelijk, ze liggen dicht tot zeer dicht op de geplande initiatieven, en ze zijn ook om andere redenen kwetsbaar: de bereikbaarheid en de parkeersituatie zijn suboptimaal. Voor Jumbo en Plus (die min of meer solitair gevestigd zijn) heeft het verlies van toekomstperspectief betrekkelijk weinig repercussies voor de aanvullende bewinkeling: die is er niet (Jumbo) of slechts in zeer beperkte mate (Plus). Voor Achterveld (nu een buurtcentrum) zijn de consequenties groter: hier is een nagenoeg volledig pakket aan winkels in dagelijkse levensbehoeften gevestigd. Deze zullen met het verlies van perspectief voor een fullservice supermarkt in hun voortbestaan worden bedreigd. Zonder volwaardige supermarkt is er namelijk ook geen bestaansrecht voor aanvullende winkels in de dagelijkse verzorging. Verlies van bestaansrecht voor de winkels hier leidt al snel tot leegstand, omdat een alternatieve invulling in een planmatig ontwikkeld buurtcentrum niet voor de hand ligt. De leegstand is van een dusdanige potentiële omvang dat rekening gehouden moet worden met negatieve consequenties voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat ter plaatse.

Daarbij komt dat het risico op toenemende leegstand ook het centrum van IJsselstein geldt, maar dan in indirecte zin. De supermarktinitiatieven hebben namelijk een substantieel omzetteffect op het functioneren van Albert Heijn. Deze wordt namelijk in zijn plaatsverzorgende functie sterk beconcurrereerd door vooral de nieuwe supermarkten in het plangebied Panoven-Hogedijk. Substantieel minder klanten voor Albert Heijn betekent ook substantieel minder aanleiding tot combinatiebezoek aan het centrum, wat tot lagere passantenaantallen en omzetten leidt in het centrum van IJsselstein. Het gevaar voor leegstand in het hoofdwinkelgebied neemt toe.

Het mag duidelijk zijn dat een honorering van alle initiatieven een gezonde en perspectiefrijke winkelstructuur in de gemeente IJsselstein niet ten goede komt. Daarvoor is de omvang van de initiatieven gezamenlijk te groot in verhouding tot zowel het huidige aanbod als tot de distributieve verhoudingen en heeft het onherroepelijk consequenties voor de bestaande structuur.

Voor de realisering van een nieuwe dagelijkse winkelconcentratie op de locatie Panoven-Hogedijk is niet wenselijk. Allereerst is de actuele behoefte niet zo groot dat dit na(ast) de eerder in gang gezette herontwikkeling van De Clinckhoeff kan plaatsvinden (trede 1). Daarnaast gaat het om een locatie die weliswaar onderdeel is van de bebouwde kom, maar die nu geen stedelijke functie vervult (groen), en die ook niet is aangetakt op een ontwikkeling die de realisering van een dagelijks verzorgend

centrum mogelijk maakt. Met andere woorden: de locatie is geen onderdeel van bestaand of te ontwikkelen woongebied, en ligt daar ook op ruime afstand vandaan. De locatie is meer te beschouwen als een potentiële locatie voor bedrijfsfuncties, in lijn met wat reeds in het gebied rond de locatie gevestigd is.

Als slot van deze paragraaf schetsen we indicatief een beeld hoe die supermarktstructuur er vanuit een optimale dagelijks verzorging van de inwoners van de gemeente wel uit kan zien, tegen het licht van gezonde verhoudingen tussen vraag en aanbod.

Algemeen

- Ten opzichte van het huidige oppervlak aan supermarkten (4.916 m² wvo, verdeeld over vijf supermarkten), zijn er zeker uitbreidingsmogelijkheden, ook in een licht krimpende markt. Idealiter zouden hooguit 6 supermarkten de gehele gemeente (straks ruim 33.000 inwoners) kunnen bedienen, verdeeld over een beperkt aantal winkelconcentraties. Voor het huidige aanbod geldt dat nagenoeg alle full-service supermarkten (Plus, 2x C1000 en Jumbo) qua omvang niet op orde zijn. Optimalisatie van bestaande perspectiefrijke supermarkten verdient de voorkeur boven toevoeging van nieuwe supermarkten, zeker als het gaat om nieuwe supermarkten op nieuwe locaties (niet zijnde verplaatsing).

Centrum IJsselstein

- Het supermarktaanbod in het centrum van IJsselstein dient bij voorkeur gedragen te worden door een in oppervlak onderscheidende (lees: grote) full-service supermarkt die de gehele gemeente bedient. De Albert Heijn die net buiten het centrum gevestigd is, is qua oppervlak nu op orde, en heeft een dragende rol voor het overige, hiervan afhankelijke winkelaanbod in het centrum. Het verdient naar de toekomst toe aanbeveling een eventueel gewenste vergroting van deze supermarkt te honoreren.
- Een qua segment aanvullende supermarkt kan onder bovengenoemde voorwaarden een aanvullende rol vervullen in het hoofdwinkelgebied, maar indien daar in of nabij het centrum niet de ruimte voor kan worden gevonden, past een dergelijke supermarkt net zo goed op een locatie in een van de bestaande ondersteunende centra.

Ondersteunende centra

- Behoud van de beide min of meer complete ondersteunende centra Achterveld en De Clinckhoeff verdient de voorkeur. Een optimalisatieslag hoort hierbij. Dit betekent concreet uitbreidingsmogelijkheden voor de huidige C1000 in winkelcentrum Achterveld, tot een volwaardige omvang (ca. 1.200 m² wvo). Datzelfde geldt ook voor de (huidige) C1000 in De Clinckhoeff. Indien een discountsupermarkt niet in of nabij het centrum kan worden gefaciliteerd is vestiging daarvan in De Clinckhoeff een alternatief. Bij voorkeur door verplaatsing van de supermarkt op de Televisiebaan. Indien dit laatste niet realistisch is, is nieuwvestiging een alternatief. Wel dient in dat scenario rekening gehouden te worden met het verlies van perspectief voor de supermarkt op de Televisiebaan.
- Voor de supermarkt in de bescheiden concentratie aan de Praagsingel (Zenderpark) geldt hetzelfde als voor die in de ondersteunende centra: uitbreiding van de bestaande supermarkt tot een toekomstgerichte omvang moet (indien gewenst) mogelijk zijn.

3.3 Conclusie

Het voorgaande maakt duidelijk dat de effecten van het honoreren van de verschillende lopende supermarktiniciatieven in de gemeente IJsselstein zeer groot zijn. Er is weliswaar ruimte voor een optimalisatie van het bestaande supermarktaanbod, maar deze ruimte is veel kleiner dan de omvang van de beoogde ontwikkelingen. Bij die gewenste optimalisatie hoort het mogelijk maken van het opwaarderen van de gevestigde supermarkten naar een eigentijdse omvang (ca. 1.000 – 1.200 m² wvo). Bij die gewenste optimalisatie kan ook de realisering van het nu in IJsselstein nog niet gevestigde discountsegment horen. Dit kan door verkleuring van een bestaande supermarkt naar dit segment, maar in distributief opzicht is de nieuwvestiging van een dergelijke supermarkt ook mogelijk. Omwille van behoud en versterking van de bestaande structuur dient deze te worden gerealiseerd in een bestaand centrum.

In het licht van de voorgaande conclusies zal een opwaardering van winkelcentrum De Clinckhoeff ten koste gaan van een levensvatbare toekomst van de solitaire supermarkt aan de Televisiebaan. De realisering van een compleet nieuw centrum voor dagelijkse boodschappen op de locatie Panoven-Hogedijk is om meerdere redenen niet te motiveren, niet in combinatie met de geplande herontwikkeling van De Clinckhoeff en (om ruimtelijke redenen) ook niet separaat beschouwd.

4 Samenvattend antwoord op de hoofdvragen in het onderzoek

In IJsselstein speelt momenteel een tweetal supermarktinitiatieven die voorzien in de mogelijke toevoeging van drie nieuwe supermarkten in het dorp. Het gaat om de herontwikkeling van winkelcentrum De Clinckhoeff en de ontwikkeling van een nieuw supermarktcluster op de locatie Panoven-Hogedijk. De gemeente faciliteert beide initiatieven.

Met de voorgenomen ontwikkelingen wordt er ca. 5.500 m² bvo aan supermarktmeters gerealiseerd, waarvan ca. 4.400 m² bvo nieuw in de markt. Dit komt neer op ruim 3.500 m² wvo aan nieuw supermarktaanbod in de gemeente IJsselstein, bovenop het huidige 4.900 m² in gebruik zijnde supermarktaanbod. Dit betekent een toename van ruim 70% van het huidige aanbod.

Ahold, die in het centrum van IJsselstein een Albert Heijn exploiteert, meent dat het om een onverantwoorde grote toename van het metrage gaat. Daarom heeft het Bureau Stedelijke Planning gevraagd een onderzoek uit te voeren waarin op een objectieve wijze wordt onderzocht wat de effecten van de genoemde ontwikkelingen zijn op het functioneren van de detailhandel in IJsselstein, in het bijzonder van supermarkten, en daarbij rekening houdend met de leegstand. Ook zijn beide plannen getoetst moeten worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking, iets dat zeker voor Panoven-Hogedijk relevant is, omdat het hier gaat om een ontwikkeling op een solitaire locatie, buiten de bestaande winkelstructuur (trede 2 van de ladder).

In dit samenvattende hoofdstuk worden de antwoorden op de onderzoeksvragen beknopt samengevat:

1. *Is de realisering van beide ontwikkelingen distributief te motiveren?*

Op grond van het onderzoek kunnen we concluderen dat er in de gemeente IJsselstein zeker mogelijkheden zijn om het gevestigde supermarktaanbod te versterken. Er is een distributieve ruimte die van een dusdanige omvang is (ca. 1.850 m² wvo) dat deze bij voorkeur ingezet wordt om het gevestigde aanbod aan nu overwegend te kleine supermarkten te versterken. Vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke structuur en een optimale verzorging van de inwoners van IJsselstein is het van belang dat vooral goed functionerende, naar hedendaagse maatstaven te kleine supermarkten worden opgewaardeerd. Een vergroting van de C1000 in De Clinckhoeff past daarin, evenals de clustering van het aanbod aldaar met de supermarkt op de Televisiebaan. De dan nog resterende bescheiden distributieve ruimte kan dan worden ingezet voor optimalisatie van bestaande supermarkten, zoals een eventuele vergroting van Albert Heijn en de vergroting van de C1000 in Achterveld en/of de Plus in het Zenderpark tot een maatvoering die past bij de huidige maatstaven (ca. 1.200 m² wvo).

Het volledige programma van ruim 3.500 m² wvo aan nieuw supermarktaanbod, zoals beoogd bij de herontwikkeling en vergroting van winkelcentrum de Clinckhoeff (met daarbij een nieuwe supermarkt) en de ontwikkeling van twee supermarkten binnen het bestemmingsplan Panoven-Hogedijk, staat echter op gespannen voet met de distributieve mogelijkheden in de supermarktsector. Allereerst omdat de initiatieven

gezaamenlijk veel groter zijn dan de distributieve ruimte, maar ook omdat het de noodzakelijke optimalisering en versterking van het gevestigde supermarktaanbod in de weg staat.

2. *Wat zijn de ruimtelijk-economische effecten van de realisering van beide initiatieven, zowel voor de individuele supermarkten, als voor de detailhandelsstructuur in de gemeente? Wat indien alleen de herontwikkeling van De Clinckhoeff wordt gerealiseerd?*

De effecten van het honoreren van de verschillende lopende supermarktinitiatieven in de gemeente IJsselstein zullen zeer groot zijn. Geprojecteerd op het totale nu in de gemeente IJsselstein gevestigde supermarktaanbod gaat het om een verdringingseffect (op de omzet) van een kleine 25%. Ofschoon het huidige supermarktaanbod (gemiddeld genomen) bovengemiddeld functioneert, is een dergelijk verdringingseffect veel meer dan dat valt te scharen onder regulier ondernemersrisico. Indien alleen het initiatief in De Clinckhoeff wordt gerealiseerd is het verdringingseffect vanzelfsprekend beduidend lager, en ligt dit op een kleine 8%. Een verdringingseffect van (gemiddeld) 25% bij de honorering van beide initiatieven is van een dusdanige omvang dat niet alle supermarkten in IJsselstein op termijn voldoende toekomstperspectief zullen hebben. In dat geval is de kans groot dat dit voor minimaal twee, mogelijk drie supermarkten geldt. Bij realisering van alleen het initiatief in De Clinckhoeff geldt dit voor één supermarkt, die aan de Televisiebaan.

3. *Wat zijn de effecten van de realisering van beide initiatieven op het woon-, leef- en ondernemersklimaat, via de weg van de leegstand? Ook hier: wat indien alleen de herontwikkeling van De Clinckhoeff wordt gerealiseerd?*

Het toekomstperspectief van de ondersteunende centra Praagsingel (Plus) en Achterveld (nu C1000) en die van de solitaire Jumbo op de Televisiebaan zal sterk onder druk komen te staan door de ontwikkelingen. Deze supermarkten functioneren in de huidige situatie al niet meer dan redelijk, ze liggen dicht tot zeer dicht op de geplande initiatieven, en ze zijn ook om andere redenen kwetsbaar: de bereikbaarheid en de parkeersituatie zijn suboptimaal. Voor Jumbo en Plus (die min of meer solitair gevestigd zijn) heeft het verlies van toekomstperspectief betrekkelijk weinig repercussies voor de aanvullende bewinkeling. Voor Achterveld (nu een buurtcentrum) zijn de consequenties groter: hier is een nagenoeg volledig pakket aan winkels in dagelijkse levensbehoeften gevestigd. Deze zullen met het verlies van perspectief voor een fullservice supermarkt in hun voortbestaan worden bedreigd. Zonder volwaardige supermarkt is er namelijk ook geen bestaansrecht voor aanvullende winkels in de dagelijkse verzorging. Verlies van bestaansrecht voor de winkels hier leidt al snel tot leegstand, omdat een alternatieve invulling in een planmatig ontwikkeld buurtcentrum niet voor de hand ligt. De leegstand is van een dusdanige potentiële omvang dat rekening gehouden moet worden met negatieve consequenties voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat ter plaatse. Daarbij komt dat het risico op toenemende leegstand ook het centrum van IJsselstein geldt, maar dan in indirecte zin. De supermarktinitiatieven hebben namelijk een substantieel omzeteffect op het functioneren van Albert Heijn. Deze wordt namelijk in zijn plaatsverzorgende functie sterk beconcurrereerd door vooral de nieuwe supermarkten in het plangebied Panoven-Hogedijk. Substantieel minder klanten voor Albert Heijn betekent ook substantieel minder aanleiding tot combinatiebezoek aan het centrum,

wat tot lagere passantenaantallen en omzetten leidt in het centrum van IJsselstein. Het gevaar voor leegstand in het hoofdwinkelgebied neemt toe.

Indien alleen het initiatief aan de Clinckhoeff wordt gerealiseerd, zijn de effecten minder groot. Ook dan staat echter het perspectief van de Jumbo aan de Televisiebaan sterk ter discussie. Leegstand is het logische gevolg bij verlies van perspectief.

4. *Zijn de initiatieven te motiveren aan de hand van de ladder voor duurzame verstedelijking, zeker als het gaat om de ontwikkeling van Panoven-Hogedijk, een ontwikkeling buiten de bestaande winkelstructuur, in nieuw te realiseren stedelijk gebied?*

De ontwikkelingen in IJsselstein zijn samengenomen niet goed te motiveren aan de hand van de ladder: er is weliswaar een zekere behoefte aan optimalisering van het supermarktaanbod in IJsselstein, maar de voorziene toename van het supermarktaanbod is veel groter dan de actuele behoefte. Vooral de ontwikkeling van een nieuwe dagelijkse winkelconcentratie op de locatie Panoven-Hogedijk is onwenselijk. Allereerst is als aangetoond de actuele behoefte niet zo groot (trede 1). Daarnaast gaat het om een locatie die weliswaar onderdeel is van de bebouwde kom, maar die nu geen stedelijke functie vervult (groen), en die ook niet is aangetakt op een ontwikkeling die de realisering van een dagelijks verzorgend centrum mogelijk maakt. Met andere woorden: de locatie is geen onderdeel van bestaand of te ontwikkelen woongebied, en ligt daar ook op ruime afstand vandaan.

Bijlage: Supermarktaanbod IJsselstein

Winkelgebied	Naam	Adres	Kassa's	m ² wvo
Centrum IJsselstein UT	Albert Heijn	Basiliekpad 4	13	1.409
De Clinckhoeff	C1000	De Clinckhoeff 2	7	866
Praagsingel	Plus	Praagsingel 62	6	990
IJsselstein Achterveld	C1000	De Biezen 11	6	813
Bebouwde kom	Jumbo	Televisiebaan 102	5	838
				4.916

Bron: Supermarktgids juli 2014, gecorrigeerd op basis van input Ahold Real Estate (AH) en eigen waarneming.

