

Ruimtelijk-economische effectenstudie Boni-ontwikkeling Putten

Verplaatsing Boni naar locatie 'meubelzaak Kok'

Maart 2019 | 's Hertogenbosch

Inhoud

Hoofdstuk 1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding	4
1.2 Is de ladder van toepassing?	5
Hoofdstuk 2. Profiel Boni en trends supermarkten	6
2.1 Functioneren Boni Putten	8
2.2 Trends en ontwikkelingen	9
Hoofdstuk 3. Afbakening verzorgingsgebied	11
3.1 Inleiding ruimtelijk verzorgingsgebied	12
3.2 Verzorgingsgebied	13
3.3 Toerisme en winkelaanbod	14
3.4 Dorpscentrum Putten en betekenis supermarkten	15
3.5 Huidige supermarktstructuur regionaal	17
3.6 Benchmark vergelijkbare gemeentes	18
Hoofdstuk 4. Beleidskader structuurvisie en centrumplan (2016)	19
4.1 Detailhandelsstructuurvisie centrumplan (MKB Reva, 2016)	20
4.2 Integraal centrumplan Putten (MKB Reva, 2016)	21
Hoofdstuk 5: Behoeftebepaling en effectstudie	22
5.1 Inleiding behoeftenbepaling	23
5.2 Marktruimteberekening huidig	24
5.3 Marktruimteberekening toekomstig	26
5.4 Kwalitatieve behoefte	29
Hoofdstuk 6: Ligging binnen bestaand stedelijk gebied	32
6.1 Ligging binnen bestaand stedelijk gebied	33
6.2 Effectentoets	34

01

Inleiding



1.1 Aanleiding

De Boni supermarkt aan de Dorpsstraat in Putten wil uitbreiden naar een groter oppervlak. Doel is een nieuwe, volwaardige supermarkt die voldoet aan de eisen van de hedendaagse consument. Het voornemen is te verplaatsen naar de locatie van meubelzaak Kok aan de Gervenhof. Deze locatie zal worden herontwikkeld. De aangrenzende bloemenwinkel en de naastgelegen kringloopwinkel verhuizen mee naar dezelfde locatie. De entree van de Kringloopwinkel is dan gevestigd aan de Achterstraat. De bloemenwinkel komt waarschijnlijk in de unit onder het nieuwe woonblok wat wordt gerealiseerd, rechts naast de supermarkt.

De nieuwe locatie voorziet thans planologisch-juridisch niet in de mogelijkheid om een supermarkt te realiseren, de locatie ligt in het secundaire winkelgebied en hier geldt de bestemming volumineuze detailhandel. De nieuwe Boni-locatie sluit wel direct aan op Action, Lidl, Plus en Dekamarkt, die allemaal met hun entree aan de Gervenhof zijn gelegen.

Gemeente Putten heeft bouwbedrijf Van de Kolk Ontwikkeling gevraagd om het plan met de drie winkels planologisch te onderbouwen. U heeft ons gevraagd deze planologische onderbouwing op te stellen; in onze aanpak zullen wij hiervoor 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 toegepast. Daarnaast is een laddertoets een noodzakelijke voorwaarde voor een bestemmingsplanwijziging of -aanpassing. De ladder voor duurzame verstedelijking is van toepassing op winkelplannen die worden aangemerkt als nieuwe stedelijke ontwikkeling.



Afbeelding 1.1: Plan Van de Kolk ontwikkeling BV

1.2 Is de ladder van toepassing?

Ladder voor duurzame verstedelijking

Om een betrouwbaar advies te geven, zullen wij in ons onderzoek de volgende stappen die bij de ladder behoren doorlopen:

- Is er sprake van een stedelijke ontwikkeling?
- Is de stedelijke ontwikkeling nieuw?
- Wat is het ruimtelijk verzorgingsgebied?
- Is er behoefte aan de voorgenomen ontwikkeling?
- Ligt de stedelijke ontwikkeling in bestaand stedelijk gebied?
- Toets aan provinciaal beleid.

Is er sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling?

De Laddertoets moet worden uitgevoerd wanneer er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling, gedefinieerd als: *'ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.'* In het Bro is geen ondergrens voor de minimale omvang vastgelegd. In de handreiking van het ministerie is echter te lezen dat de ondergrens in beginsel ligt op 500 m² bvo.

In de plannen is sprake van onttrekking van 6.355 m² bvo winkelruimte, te weten meubelzaak Kok incl. showroom, huidige Boni en huidige kringloopwinkel. Tegelijk wordt een deel van de meubelzaak omgebouwd en uitgebreid ten behoeve van een nieuwe Boni-supermarkt en nieuwe kringloopwinkel.

De nieuwe toevoeging bedraagt daarmee ca. 2.600 m² bvo. Ook wordt een nieuwe (bloemen)winkel gerealiseerd in de plint van het nieuwe appartementenblok. Per saldo neemt de totale oppervlak detailhandel af met 3.755 m² bvo. Wel wijzigt de bestemming van de om te bouwen meubelzaak van 'detailhandel volumineus' naar algemene detailhandel.

Er wordt in Putten een *nieuwe supermarkt, kringloopwinkel en bloemenwinkel* toegevoegd met een oppervlak van ca. 3.000 m² bvo, waardoor het hier gaat om een nieuwe stedelijke ontwikkeling. De ladder voor duurzame verstedelijking is van toepassing.

Opbouw van het rapport

Om tot een gedegen advies te komen, zullen de volgende stappen worden doorlopen:

- Hoofdstuk 1: inleiding
- Hoofdstuk 2: profiel van de Boni-formule en trends supermarkten
- Hoofdstuk 3: afbakening van het ruimtelijk verzorgingsgebied obv. een globale marktverkenning
- Hoofdstuk 4: beleidskader
- Hoofdstuk 5: behoeftebepaling en mogelijke markteffecten
- Hoofdstuk 6: ligging in bestaand stedelijk gebied.

02

Profiel Boni en trends supermarkten



Profiel van Boni

Boni supermarkten heeft in Nederland 44 vestigingen, voornamelijk geconcentreerd in Midden-Nederland. Boni maakt, samen met 13 andere supermarktketens, onderdeel uit van Superunie. Deze inkooporganisatie is in de markt goed voor bijna 30% marktaandeel.



*Dimensies assen positioneringsmatrix:

1. **Voordeel** is opgebouwd uit 2 aspecten (verticaal): Lage prijzen en aanbiedingen;
2. **Service** is opgebouwd uit 6 aspecten (horizontaal): Voorraad, kwaliteit, breedte assortiment, personeel, winkelgemak en winkeluitstraling.

"Boni, thuis in voordeel"

Boni onderscheidt zich van andere supermarktformules door zich te profileren als een A-merkdiscounter. In hun visie schrijven ze: "Boni wil lokaal de beste supermarkt zijn, de goedkoopste in kruidenierswaren en rijk in versproducten!".

Uit het Supermarkten Rapport van GFK (2018) komt Boni als zevende uit de test. Daarmee laat de supermarkt elf andere formules achter zich. In de matrix links op deze pagina is te zien hoe Boni scoort ten opzichten van overige formules. Boni scoort gemiddeld op service, maar hoog op voordeel. De nieuwe slogan van de supermarkt "Geen gedoe, altijd goedkoop" sluit aan bij dit hoge voordeel.

2.1 Functioneren Boni Putten

De Boni-supermarkt in Putten functioneert niet optimaal. Zowel de oppervlak als de locatie beantwoorden niet meer aan de eisen van deze tijd:

- Met een winkelvloeroppervlak van 800 m² is Boni samen met Aldi de kleinste supermarkt in Putten; een dergelijk oppervlak is zelfs voor discount aan de kleine kant, hetgeen ook blijkt uit de uitbreidingswens van Aldi in Putten;
- De locatie is in een klein winkelpand aan het westelijke uiteinde van de Dorpsstraat; de presentatie is matig, de winkel heeft weinig opvalwaarde en de parkeerplaatsen (beperkt in aantal) bevinden zich versnipperd over voorkant, zijkant en achterkant van de supermarkt.;
- De bevoorrading vindt plaats aan de zijkant van de winkel en conflicteert met de parkeerfunctie.

De omzet van de winkel in Putten blijft achter bij winkels in vergelijkbare plaatsen omdat met de kleine winkel de klant niet optimaal bediend kan worden. De concurrentie in Putten beschikt over groteren en modernere winkels met ruim parkeren voor de deur.

Boni geeft aan dat zij in Ermelo eveneens een kleine en gedateerde winkel hadden, die in 2016 werd vervangen door een nieuw winkel die voldoet aan de hedendaagse eisen. Dat heeft geleid tot een hogere omzet en vloerproductiviteit.



2.2 Trends en ontwikkelingen

In deze paragraaf gaan wij specifiek in op de trends in de sector dagelijkse artikelen¹ en meer specifiek de branche van de supermarkten.

Omzet en bezoekfrequentie nemen verder toe

De bestedingen in de dagelijkse sector nemen jaarlijks (nominaal) toe met 1 tot 2%. Er wordt vanuit gegaan dat deze ontwikkeling voortduurt: de omzet in de dagelijkse sector blijft de komende jaren stijgen. Dit in tegenstelling tot de bestedingen in de niet-dagelijkse sector, waar tussen globaal 2009 en 2016 er sprake was van stagnatie en zelfs teruggang. Het is aannemelijk dat de supermarktbestedingen in Putten ook blijven toenemen.

Toenemende oriëntatie op supermarkt

Het marktaandeel van supermarkten in het food-assortiment is toegenomen. Landelijk ligt de oriëntatie inmiddels op 88%, wat betekent dat van elke bestede 88 eurocent in de supermarkt terecht komt en 12 cent bij speciaalzaken.

Combinatiebezoek van supermarkten

Consumenten bezoeken meer formules dan vroeger. Zij hebben doorgaans een vaste servicesupermarkt als eerste aankoopplaats, maar bezoeken daarnaast (met een lagere frequentie) afwisselend andere supermarkten. Boni wordt het meest als primaire supermarkt bezocht, zo blijkt uit consumentenonderzoek van Boni.

Supermarkten worden steeds groter

Het gemiddelde winkelvloeroppervlak van een supermarkt is sinds 2005 toegenomen van 768 vierkante meter naar 939 vierkante meter. Een grotere supermarkt kan beter voorzien in de behoeften van de kritische consument.

¹ Onder de dagelijkse sector wordt verstaan: alle zaken gericht op voedingsmiddelen en persoonlijke verzorging.



Afname aantal versspecialisten, maar ook een revival

Er is een forse afname in onder meer het aantal vers speciaalzaken. Prijsenoorlogen versterken dit proces, waarbij overigens echt onderscheidende specialisten met bijzondere service en assortiment zich redelijk tot goed staande kunnen houden. We zien 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 maar dan moet wel sprake zijn van een voldoende groot verzorgingsgebied.

Opkomst gespecialiseerde supermarkten

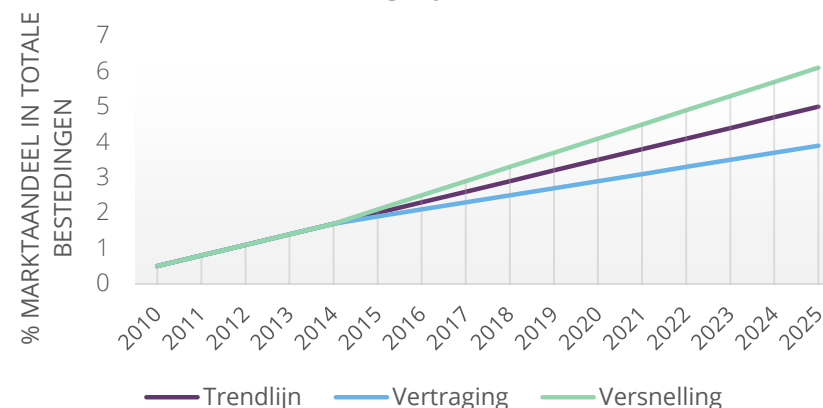
De laatste jaren zien we een duidelijke trend met de opkomst van biologische en niet-westerse supermarkten die zich steeds verder professionaliseren en waar ook schaalvergroting optreedt. Er zijn zelfs supermarkten voor restpartijen, diepvriessupermarkten en andere gespecialiseerde vormen maar die ontwikkelen zich nog niet zo gestaag (Poolse supermarkt, Aziatische supermarkt etc.).

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 hun omzet met totaal 10% zien dalen.

Online én offline omzet groeit

Er is een (lichte) groei in de online aankopen bij supermarkten. Maar omdat de totale groei hier (nog) groter is (in 2017 was er een omzetgroei tot 3,2% marktaandeel volgens cijfers van GfK febr. 2018, en 2,9% volgens kennisplatform Supermarkt en Ruimte nov. 2018), blijft deze branche licht aan omzet winnen. Dus hoewel het online aandeel stijgt, groeit ook het fysieke kanaal. Per saldo kunnen de fysieke bestedingen blijven groeien, bovenop de verwachte prognose van het marktaandeel van de online bestedingen in de dagelijkse sector. De trendlijn komt het meest overeen met de werkelijke ontwikkeling van het marktaandeel (zie ook figuur 2.1).

Figuur 2.1: Prognose online bestedingen in de dagelijkse sector



A vibrant outdoor market stall filled with fresh produce. In the foreground, there are baskets of dark grapes, bright orange cherry tomatoes, and a pile of golden-brown fried mushrooms. Other vegetables like green bell peppers and leafy greens are visible in the background. The scene is lively and colorful, typical of a bustling farmers' market.

03

Afbakening
verzorgings-
gebied



3.1 Inleiding ruimtelijk verzorgingsgebied

De behoefte dient te worden bepaald binnen het ruimtelijk verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikkeling. Afhankelijk van de kenmerken van de ontwikkeling kan dat een wijk, een gemeente of een grotere regio zijn. De aard en omvang van de ontwikkeling zijn leidend voor het schaalniveau waarop de ruimtebehoefte moet worden afgewogen.

Om het ruimtelijk verzorgingsgebied te kunnen afbakenen voeren wij eerst een globale verkenning uit van het marktgebied, waarbij we zowel de vraagzijde (inwoners, toerisme) als de aanbodzijde (kenmerken Putten-centrum, supermarktaanbod lokaal en regionaal) belichten. Daarnaast gebruiken we bestaand koopstromenonderzoek alsmede herkomstcijfers van de Boni-organisatie voor dit filiaal. Op basis van deze verkenning kan een goede inschatting van het (primaire) verzorgingsgebied worden gemaakt.

3.2 Verzorgingsgebied

De gemeente Putten bestaat, naast de kern Putten, uit de buurtschappen Bijsteren, Diermen, Gerven, Halvinkhuizen, Hell, Hoef, Huinen, Huinerbroek, Huinerwal, Koudhoorn, Krachtighuizen, Steenenkamer en Veenhuizerveld. Gezien de geringe omvang en de spreiding van deze buurtschappen, kennen deze niet of nauwelijks voorzieningen. Vrijwel alle voorzieningen binnen de gemeente zijn dan ook geconcentreerd in de centrale plaats Putten. Wij rekenen alle inwoners van de gemeente, verspreid over de kern Putten en alle buurtschappen, tot het primaire verzorgingsgebied.

Op 1 januari 2018 telde de gemeente Putten 24.313 inwoners. Dit zijn 150 inwoners minder dan op 1 januari 2017 (Gemeente Putten, 2018).

Ondanks deze lichte daling gaat de Primos-prognose uit van een lichte groei van het aantal inwoners in de gemeente Putten in 2025.

Het gemiddeld besteedbare inkomen per hoofd van de bevolking is in 2017 voor Putten vastgesteld op € 2.525, wat ongeveer 2,5 % lager ligt dan het landelijk gemiddelde.



Inwoners van de kern Putten en alle buurtschappen rekenen we tot het primaire verzorgingsgebied

3.3 Toerisme en winkelaanbod

Toerisme

Putten ligt aan de rand van de Veluwe en trekt door zijn fraaie ligging veel toeristen. Jaarlijks vinden er in de gemeente Putten rond de 630.000 overnachtingen plaats. Samen met de dagtoeristen zijn deze goed voor circa 4 miljoen euro aan extra omzet in de dagelijkse sector. De Veluwe heeft veel potentieel, waardoor het aantal toeristen dat naar het gebied komt, kans heeft verder te groeien.

Winkels en winkelvloeroppervlak

In totaal beschikt Putten over 176 winkel- en horecavestigingen, goed voor circa 57.243 m² winkelvloeroppervlak (incl. perifere detailhandel en leegstand). In totaal is 35.524 m² wvo. gevestigd in het centrale deel van Putten (Locatus, 2018). Medio 2018 stonden 21 verkooppunten leeg met een totale oppervlakte van circa 5.636 m². Alle winkels in de gemeente Putten hadden in 2015 samen een omzet van € 64,5 miljoen aan dagelijkse producten². Hiervan was 91% afkomstig uit de eigen inwoners en 9% van buiten de gemeente³.

Het supermarktoppervlak in Putten ligt met in totaal 7.976 m² wvo. (circa 332 m² wvo per 1.000 inwoners) bijna 30% hoger dan gemiddeld in Nederland (256 m² wvo per 1.000 inwoners). Het oppervlak van de supermarkten neemt gering toe door het initiatief van Aldi: met ruim 250 m² wvo tot 8.240 m² wvo

² Bron: Detailhandelsstructuurvisie Putten, MKB REVA

³ Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015



3.4 Dorpscentrum Putten en betekenis supermarkten

Dorpscentrum Putten

Het dorpscentrum van Putten richt zich zowel op de inwoners van Putten inclusief alle omliggende buurtschappen, als op de grote stroom toeristen. De detailhandel in Putten is in sterke mate geconcentreerd in het centrum, waarbij de (Verlengde) Dorpsstraat de hoofdwinkelstraat vormt samen met de haaks hierop staande Kerkstraat en Molenstraat. De Dorpsstraat, Kerkstraat en Molenstraat is middels een autoluwe inrichting als kernwinkelgebied herkenbaar. De Verlengde Dorpsstraat kan door haar inrichting en verkeersintensiteit als een aanloopstraat worden gezien.

Ook de supermarkten zijn geconcentreerd in het centrum en in direct aangelegen gebied. Op korte afstand bevinden zich Boni, Plus, Lidl, Dekamarkt en iets verderop het cluster Albert Heijn en Jumbo. Nabij de supermarkten bevinden zich grote parkeerterreinen, waarvan de Gervenhof het grootste is en meerdere supermarkten bedient.

De zevende supermarkt is Aldi die middenin een woonwijk staat in het zuidelijk deel van Putten, er is een plan voor een nieuwe, iets grotere Aldi op een andere locatie.

Betekenis supermarkten voor dorpscentrum

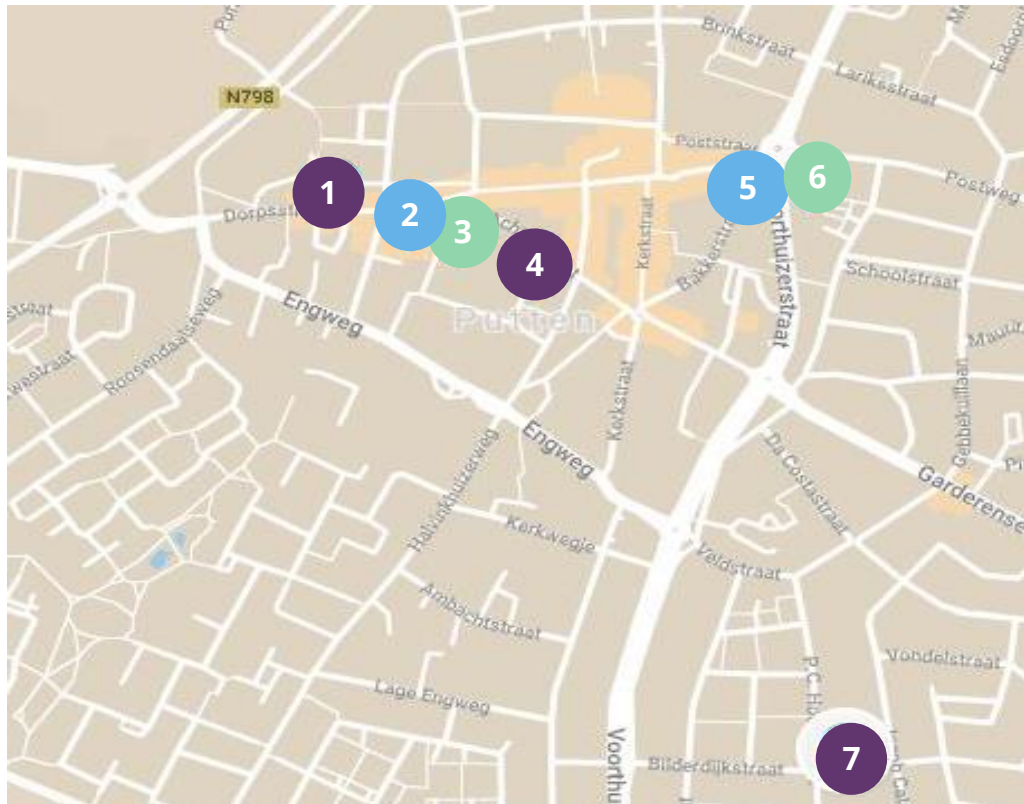
Ruime servicesupermarkten functioneren als katalysator voor andere winkels in een winkelgebied. Servicesupermarkten als Albert Heijn en Jumbo trekken wekelijks zo'n 10.000 tot 15.000 klanten en zijn hiermee trekkers in winkelgebieden. Supermarkten kennen een evenwichtige verdeling van de bezoekersstromen over de dag en week, de nabijgelegen winkels kunnen van deze grote aantal bezoekers profiteren. Vooral dagelijkse winkels, zoals een bakker, slager, groentewinkel en drogist kunnen profiteren van de trekkracht van servicesupermarkten. Ook vervullen supermarkten een belangrijke sociale functie, zij bieden werkgelegenheid en vervullen een ontmoetingsfunctie.

Vertalen we de rol van de supermarkten door naar de centrumgebieden van dorpen zoals Putten, dan zien we ook daar een uiterst belangrijke rol weggelegd voor supermarkten. Niet alleen voor de eigen inwoners maar ook voor toeristen en werkenden hebben de supermarkten een belangrijke betekenis. Zonder meer mag worden gesteld dat supermarkten de 'anchor stores' zijn van dorpscentra.

3.5 Huidige supermarktstructuur lokaal

Supermarktstructuur

In Putten zijn zeven supermarkten gevestigd, waarvan zes in of nabij het centrum. Onderstaande kaart geeft de supermarktlocaties weer.



- 1 Huidige locatie **Boni**, gevestigd in het centrum, 800 m2 wvo
- 2 PLUS, gevestigd in het centrum, 1811 m2 wvo
- 3 Lidl, gevestigd in het centrum, 1096 m2 wvo
- 4 DekaMarkt, gevestigd in het centrum, 1151 m2 wvo
- 5 Albert Heijn, gevestigd aan de centrumrand, 1102 m2 wvo
- 6 Jumbo⁴, gevestigd aan de centrumrand, 1220 m2 wvo
- 7 Aldi, gevestigd buiten het centrum, 796 m2 wvo

In het centrum van Putten treft de consument een zeer breed en compleet palet aan supermarkten. Met in totaal 7.976 m2 wvo scoort Putten bovengemiddeld vergeleken met vergelijkbare kernen (20.000-30.000). De uitgebreide toeristische-recreatieve infrastructuur draagt hieraan bij.

In vergelijking met overige supermarkten is Boni wat betreft wvo aan de kleine kant. Ook de Aldi is kleiner dan de norm voor dit type supermarkt.

⁵ In november 2018 opende Jumbo zijn deuren in de omgebouwde EMTÉ winkel.

3.5 Huidige supermarktstructuur regionaal

Rondom Putten liggen, op nodige afstand, enkele grotere dorpen die allen beschikken over eigen dorpscentra met meerdere supermarkten.

Nijkerk

Ruim 11 kilometer ten westen van Putten ligt Nijkerk, dit dorp telt 6 supermarkten: Boni (2x), Albert Heijn, Lidl, Jumbo en Aldi. Lidl is er de afgelopen jaren bij gekomen zodat er een tamelijk compleet en gevarieerd aanbod is voor een kern van ruim 28.000 inwoners. Aldi ligt hier enigszins verscholen in een buurtwinkelgebied aan de Hoefslag. Er liggen geen concrete plannen voor.

Garderen

Garderen ligt op bijna 9 kilometer afstand en bezit voor haar ruim 2.000 inwoners over een Coop en een Spar. Toerisme speelt hier een belangrijke rol. Hier zijn geen initiatieven bekend m.b.t. de supermarktstructuur. Er is geen discounter, dus voor deze aankopen moet de inwoner van Garderen naar Putten of Voorthuizen.

Gezien het aanzienlijke 'eigen' supermarkt-aanbod in de omliggende dorpen en de aanzienlijke afstanden, is de regionale koopkracht-toevloeiing naar Putten relatief bescheiden. Dit komt ook naar voren in hoofdstuk 4. De toeristische toevloeiing is daarentegen aanzienlijk.

Voorthuizen

Voorthuizen ligt ruim 9 kilometer ten zuiden van Putten. Hier bevinden zich 4 supermarkten: Albert Heijn, Jumbo, Aldi en Spar (buurtsuper). In Voorthuizen is twee jaar geleden Albert Heijn verplaatst binnen het centrumgebied en gemoderniseerd. Op de bestaande locatie kan een andere supermarktformule terugkomen (eventueel Aldi die elders in het centrum erg klein is gehuisvest). Er zijn echter nog geen concrete plannen. De grote toeristische functie en het gegeven dat er in een aantal bungalowparken semi-permanent wordt gewoond, zorgen voor een grote toevloeiing.

Ermelo

Ermelo ligt 6 kilometer ten noorden van Putten en heeft 8 supermarkten: Boni, Albert Heijn, Aldi, Lidl, Coop en PLUS (2x). Aan de westzijde is nog een kleine buurtsuper (Spar). Buurtsupers hebben een heel andere wijze van functioneren, het deel met vers is relatief groot. Er zijn geen concrete plannen m.b.t. de supermarktstructuur.

3.6 Benchmark vergelijkbare gemeentes

Het winkelaanbod in Putten kan vergeleken worden met soortgelijke gemeenten. Dit zijn gemeenten in de categorie 20.000 tot 30.000 inwoners. Er is gekozen voor gemeenten die, net als Putten, in provincie Gelderland liggen. Het gaat hier om Ermelo, Nijkerk, Overbetuwe en Winterswijk.

Putten scoort ten opzichte van de referenties, vooral gemiddeld; het totale aanbod is wat groter dan Ermelo en kleiner dan Nijkerk. Er zijn weinig uitschieters, maar het aanbod mode & luxe is relatief goed ontwikkeld. De branchegroep vrije tijd is in Putten zwak ontwikkeld.

GEMEENTE	00-LEEGSTAND	11-DAGELIJKS	22-MODE & LUXE	35-VRIJE TIJD	37-IN/OM HUIS	38-DETAILH OVERIG	DETAILHANDEL	TOTAAL (DETAILHANDEL EN LEEGSTAND)
PUTTEN	5636	11091	12597	1240	26133	546	51607	57243
ERMELO	3789	10986	8760	10170	14728	760	45404	49193
NIJKERK	7054	15262	12877	6792	34732	2835	72498	79552
OVERBETUWE	7537	17737	10528	2819	42374	5036	78494	86031
WINTERSWIJK	6687	16105	19240	22991	37077	5562	100975	107662

04

Beleidskader
structuurvisie en
centrumplan
(2016)



4.1 Detailhandelsstructuurvisie centrumplan (MKB Reva, 2016)

Als doelstelling wordt geformuleerd het creëren van een compact winkelgebied met een aaneengesloten en zoveel als mogelijk tweezijdig winkelfront.

Er wordt geconstateerd (pagina 32) dat de detailhandelsstructuur redelijk compact en onderling aansluitend is (Kerkstraat, Molenstraat en (Verlengde) Dorpsstraat met hierop aanhakend een aantal aanloopstraten). Bijna alle supermarkten bevinden zich in of direct aansluitend op het kernwinkelgebied. Dit zorgt in potentie voor een optimale synergie tussen deze trekkers en de overige winkels.

Versterking van de winkelfunctie in het centrumgebied is een centraal uitgangspunt. Gelet op de (Noot MKB Reva: deels destijds) gevestigde supermarkten aan de oostelijke en westelijke entreepartijen van het centrum dienen supermarkten en warenhuizen zich daar te concentreren. Op pagina 35 staat: de positionering van de supermarkten aan de rand van het (kern)winkelgebied maakt combinatiebezoek mogelijk en zal zo mogelijk, middels op verzoek vanuit de markt te verplaatsen winkels, verder versterkt kunnen worden.

Verspreide bewinkeling moet worden tegengegaan (pagina 40): met het oog op de gewenste concentratie van winkels in het centrum adviseert MKB Reva de verspreide bewinkeling (buiten het kernwinkelgebied en aanloopstraten) te ontmoedigen.



4.2 Integraal centrumplan Putten (MKB Reva, 2016)

Waar mogelijk worden initiatieven van marktpartijen om verspreid of perifeer gelegen winkelvoorzieningen te verplaatsen naar het kernwinkelgebied, ondersteund.

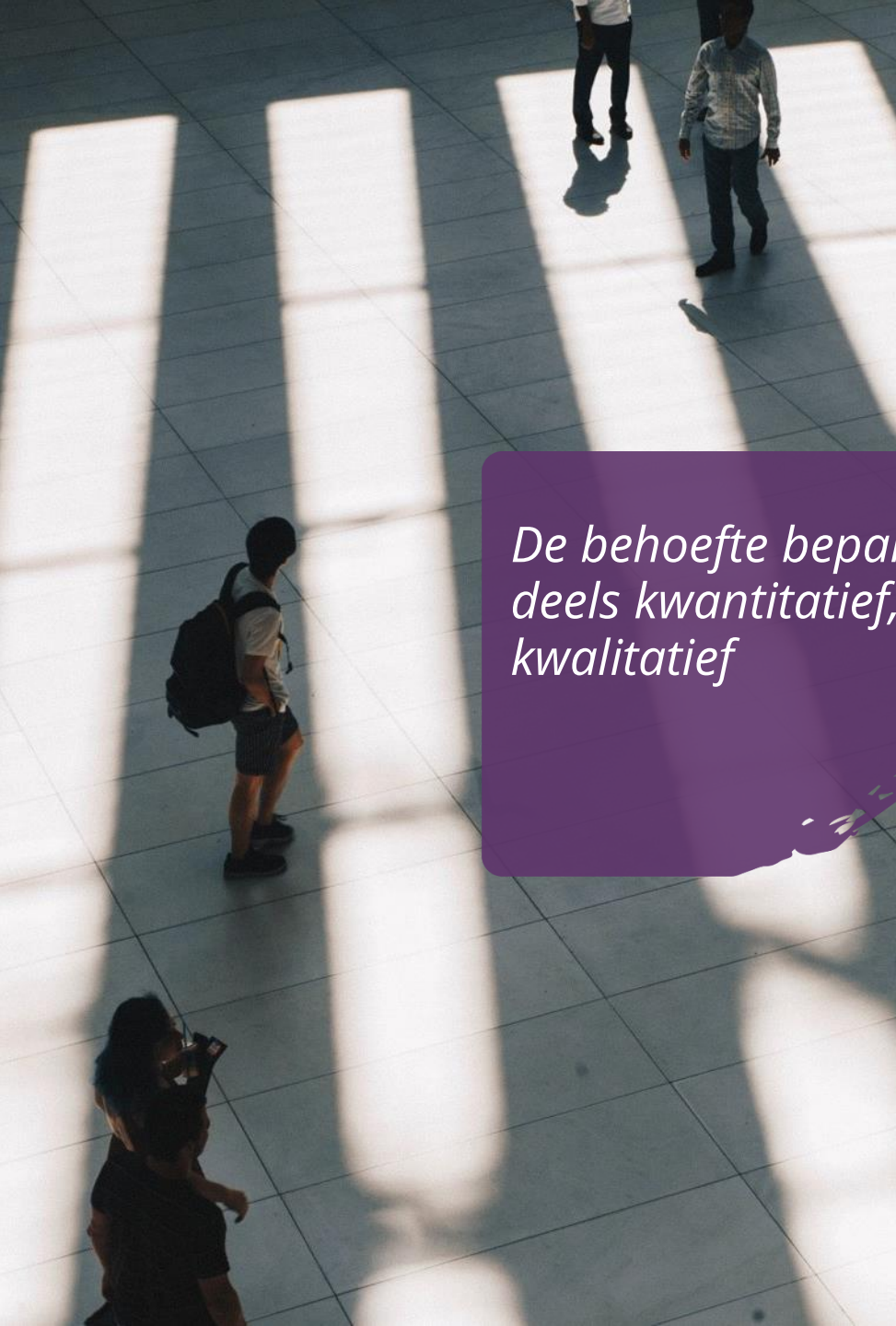
In Putten zijn de supermarkten, op een enkele uitzondering na, gevestigd aan de randen van het kernwinkelgebied. Hiermee zijn de supermarkten goed met de auto bereikbaar en bieden bezoekers van de supermarkt de mogelijkheid ook de winkels in het kernwinkelgebied te bezoeken. Gestreefd wordt naar een handhaving en zo mogelijk versterking van deze situatie. Bijvoorbeeld door het versterken van aantrekkelijke zicht- en looproutes van de supermarktconcentratie op het Gervenhof naar het kernwinkelgebied.





05

Behoeftebepaling en effectenstudie



*De behoefte bepalen we
deels kwantitatief, deels
kwalitatief*

5.1 Inleiding behoeftebepaling

In dit hoofdstuk zullen wij ingaan op de vraag of het economisch verantwoord is om de Boni te verplaatsen en daarmee uit te breiden. Om de marktruimte te bepalen hanteren wij een distributieplanologische berekening, waarbij we in dit geval marktruimteberekeningen maken voor de supermarktbranche. Hiermee kan aangetoond worden of een nieuwe supermarkt leidt tot versturende structuureffecten en distributief is te verantwoorden. We voeren de berekening uit voor de huidige situatie (2018) en geven een doorkijk richting het jaar 2028. In de komende berekeningen zal uitgegaan worden van de kengetallen die in het voorgaande hoofdstuk zijn besproken. Op deze wijze bepalen wij de kwantitatieve behoefte.

Voor de kringloopwinkel voeren wij geen separate berekening uit, er zijn geen cijfers beschikbaar voor deze branche. Wij zien dit ook vooral als verplaatsing en bundeling van de bestaande activiteiten, de uitbreiding is beperkt.

Aanvullend op deze kwantitatieve benadering, zullen wij ook in kwalitatieve zin nagaan in hoeverre de verplaatsing van Boni en de kringloopwinkel een vernieuwing en versterking van de winkelstructuur betekent. Daarin nemen we de effecten op winkelleegstand ook mee.

5.2 Marktruimteberekening, huidige situatie

De marktruimteberekening komt neer op een confrontatie tussen de vraagzijde (omzetpotentieel) en aanbodzijde (omzetclaim) van de Puttense winkelmarkt. In deze paragraaf beschouwen we huidige situatie.

Vraagzijde

Omzetpotentieel = aantal inwoners * gem. besteding * koopkrachtbinding + koopkrachttoevloeiing.

Het inwoneraantal van gemeente Putten bedraagt 24.313 per 1-1-2018 (2019 nog niet beschikbaar). De inwoners wonen verspreid over Putten en een aantal kleine omliggende kernen.

De gemiddelde besteding per persoon in supermarkten bedraagt € 2.020 (Detailhandelsinfo 2018); de bestedingen zijn gecorrigeerd voor het inkomen in Putten, wat 2,6% onder het landelijk gemiddelde ligt. Voor dagelijkse artikelen wordt uitgegaan van een inkomenselasticiteit van 0,25%, waardoor het bestedingsvolume in deze sector afneemt met ongeveer 0,6%.

Voor wat betreft de koopkrachtbinding maken we gebruik van KSO Oost Nederland 2015 als referentie: Putten realiseert 89% koopkrachtbinding in de dagelijkse sector. Wij nemen aan dat de binding sindsdien niet of nauwelijks is gewijzigd.

Naast de lokale koopkrachtbinding is er ook sprake van koopkrachttoevloeiing, het aandeel van de omzet afkomstig buiten het directe marktgebied. Dit aandeel is volgens het KSO uit 2015 gedaald van 15 naar 9%. Toevloeiing is vooral afkomstig van delen van de aangrenzende gemeenten Barneveld, Ermelo en Nijkerk.

In een plaats als Putten speelt het toerisme een grote rol. De bestedingen in de detailhandel in de gemeente Putten als gevolg van toeristische accommodaties worden onderstaand berekend op basis van:

- bezetting (toeristische overnachtingen);
- bestedingen per dag.

In totaal gaat het om circa 431.500 toeristische overnachtingen per jaar (bron: gemeente Putten op basis van toeristenbelasting, forse groei sinds 2013). Daarnaast houdt men rekening met 200.000 overnachtingen door mensen die er een eigen huisje hebben en daar dus regelmatig vertoeven. Er is ook een beperkte groep van circa 500 arbeidsmigranten per jaar. Uit o.a. het ContinuVakantieOnderzoek, eigen expertise van ZKA en onderzoek dat ZKA elders in de provincie Gelderland uitvoert, blijkt dat de gemiddelde bestedingen per persoon/per dag aan dagelijkse detailhandel circa € 7,50 tot € 8 (excl. BTW).

Voor de arbeidsmigranten gaan wij uit van de Nederlandse bestedingen, maar met een gemiddeld inkomen dat 20% lager ligt. Er is in Putten een Poolse supermarkt (Swojak Supermarkt), die veel omzet zal trekken uit deze groep. Wij houden rekening met 50% extra omzet naar de supermarkten in Putten.

Gezien de ligging van met name de camping-accommodaties gaan we er vanuit dat 95% van deze uitgaven daadwerkelijk in Putten terecht komt (5% in supermarkten in naburige gemeenten). Van dit totaal zal naar verwachting 85% in de supermarkten worden besteed.

- De totale uitgaven voor de toeristische overnachtingen (op basis van toeristenbelasting) bedragen: $431.500 \times € 8 = € 3.452.000$. 95% hiervan is € 3,279 miljoen. 85% in de supermarkten: € 2,8 MIO
- De totale uitgaven van 1.500 mensen met een eigen vakantiehuis, naar schatting 200.000 overnachtingen. Bestedingen dagelijks : $200.000 \times € 7,50$. Waarvan 95% in Putten terecht komt en hiervan 85% bij de supermarkten. Totaal: € 1,2 MIO
- De totale uitgaven voor de arbeidsmigranten bedragen: $500 \times € 2.007 \times 80\% \times 50\% = € 0,4 \text{ MIO}$

Het totaal aan bestedingen door toeristen en arbeids-migranten bedraagt derhalve jaarlijks (minimaal) € 4,4 miljoen.

Aanbodzijde

Omzetclaim = *aantal m2 * vloerproductiviteit supermarkten*

Voor het aanwezige metrage supermarkten gebruiken we het winkelbestand van Locatus 2018: in totaal is het huidige metrage aan supermarkten in Putten 7.976 m2 wvo. Hiervan is ca. 400 m2 wvo aan producten in het laagfrequente niet-dagelijkse segment (200 m2 bij Aldi en 200 m2 bij Lidl), dat wij in de berekening buiten beschouwing laten. Het metrage waarmee wij rekenen komt daarmee op 7.576 m2 wvo.

De basis voor de vloerproductiviteit vormt normomzet per m2 conform het rapport Omzetgetallen 2017: voor supermarkten € 8.189 excl. BTW. Dit is een landelijk gemiddelde, waarvan de hoogte afhangt van de huisvestingslasten die moeten worden opgebracht. Putten ligt buiten de Randstad in niet-stedelijk gebied. De huisvestingslasten liggen hier lager en de vloerproductiviteiten eveneens. Wij hanteren een correctie van -10% op de landelijke vloerproductiviteit. Die komt daarmee op € 7.370.

Conclusie uit de berekening op pagina 27: in de huidige situatie is er sprake van een lichte overbewinkeling in supermarkten.

5.3 Marktruimteberekening, toekomstig

In deze paragraaf wordt de toekomstige distributieve ruimte bepaald, middels een confrontatie tussen toekomstige vraag- en toekomstige aanbodzijde. Dit vergt een aantal aannames die hieronder worden toegelicht.

Vraagzijde toekomstig

Het inwoneraantal van gemeente Putten zal toenemen, dankzij de realisatie van 80 tot 100 woningen per jaar. De nieuwe woningen zijn gevestigd op een nieuwbouwlocatie (Rimpele) en enkele inbreilokaties. Er is op langere termijn bovendien sprake van een tweede nieuwbouwlocatie. Wij zullen uitgaan van 90 woningen per jaar en een gemiddelde woningbezetting van 2,2, waardoor het inwonertal van Putten in 2028 met een kleine 2.000 is toegenomen tot 26.315.

De laatste jaren stijgen de supermarktbestedingen. Het is lastig te voorspellen hoe de bestedingscijfers zich richting 2028 (over zo'n lange termijn) zullen ontwikkelen. Om die reden gaan wij uit van dezelfde bestedingen als in 2018, waarbij economisch betere en mindere tijden elkaar min of meer uitmiddelen. Eventuele méér omzet als gevolg van hogere bestedingen is voorzichtigheidshalve buiten beschouwing gelaten, en wordt als extra investeringsruimte gezien voor ondernemers.

Voor wat betreft de toekomstige koopkrachtbinding verwachten we een stijging als gevolg van de uitbreiding van de supermarkten Aldi en Boni. Door het in Putten aanwezige zeer brede spectrum van supermarkten met een (straks) marktconforme maatvoering, neemt de noodzaak om buiten Putten boodschappen te doen nog verder af.

Seinpost verwacht echter wel een verdere groei en opkomst van nieuwe online aanbieders in de dagelijkse sector, waardoor een deel van die bestedingen niet meer langs fysieke winkels zal lopen. Op dit moment maakt dat circa 2% uit van alle bestedingen bij supermarkten, in de komende jaren zal dit aandeel naar verwachting groeien tot 5% of iets meer. Een deel hiervan komt toch nog steeds bij de reguliere supermarkt terecht (pick up point).

Omdat ook de totale bestedingen bij supermarkten stijgen en dit ongeveer gelijke tred houdt met de groei van bestedingen via internet, gaan wij uit van een stabiele situatie bij de fysieke supermarkten. Door de versterking en verbetering van het Puttense supermarktaanbod rekenen wij met een binding van 92% in 2028.

Voor wat betreft de toekomstige toevloeiing, houden wij in deze calculatie geen rekening met een eventuele stijging (of daling) voor de toekomst in deze sectoren. Wel hanteren wij net zoals voor de binding, een stijging van de toevloeiing door het verbeterde en versterkte aanbod in Putten, zowel de regionale als de toeristische toevloeiing laten we toenemen met 10%.

Aanbodzijde toekomstig

Het toekomstige metrage supermarkten in Putten zal toenemen met 250 m² wvo. (uitbreiding Aldi) en met het verschil tussen nieuwe (1.426) en huidige (800 m² wvo.) Boni-supermarkt, zijnde 626 m² wvo. In totaal komt het supermarktmetrage daarmee op 8.452 m² wvo.

Wij hanteren ook richting toekomst een correctie van -10% op de landelijke vloerproductiviteit. Die blijft daarmee op € 7.370 per m² wvo.

Conclusie

In 2028 zal op basis van aannames van aan vraag- en aanbodzijde van de markt en de uitbreidingen van Aldi en Boni, de lichte overbewinkeling iets afnemen. Naar verwachting zijn de effecten beperkt. De vloerproductiviteit zal na de uitbreidingen gemiddeld over alle supermarkten in Putten 6% lager liggen t.o.v. wat regionaal gezien gemiddeld is. Hierbij willen wij aantekenen dat in de huidige situatie een negatief verschil is van ca. 7%. Richting 2028 ontwikkelen de vloerproductiviteiten zich dus in gunstige richting.

Wellicht heeft het redelijk tot goed kunnen renderen van het grote aantal supermarkten in Putten, te maken met het grote aanbod in het prijsvechterssegment (Aldi, Lidl, Boni, Deko). Bij deze supermarkten ligt de normvloerproductiviteit lager. Dus bij een lagere vloerproductiviteit zien deze formules toch kans goed te functioneren. Daarnaast is het toerisme uiteraard een verklaring.



Richting 2028 zal de lichte overbewinkeling zelfs iets afnemen

Marktruimteberekening, huidig en toekomstig

2018 (HUIDIG)	SUPERMARKTEN
AANTAL INWONERS	24.313
DETAILHANDELSBESTEDINGEN PER HOOFD (EX BTW, MET INKOMENSCORRECTIE 2,6%)	€ 2.007
KOOPKRACHTBINDING	89 %
GEBONDEN BESTEDINGEN	€ 43,43 MIO
KOOPKRACHTTOEVLOEIING	9%
OMZET INCL TOEVLOEIING	€ 47,72 MIO
TOEVLOEIING TOERISME / ARBEIDSMIGRANTEN	€ 4,4 MIO
TOTALE BESTEDINGEN	€ 52,12 MIO
NORMVLOERPRODUCTIVITEIT	€ 7.370
HAALBAAR AANBOD IN M² WVO	7.072
GEVESTIGD AANBOD IN M² WVO	7.576
UITBREIDINGSRUIMTE IN M² WVO	- 503
VLOERPRODUCTIVITEIT IN HUIDIGE SITUATIE	€ 6.879

2028 (TOEKOMSTIG)	SUPERMARKTEN
AANTAL INWONERS	26.315
DETAILHANDELSBESTEDINGEN PER HOOFD (EX BTW, MET INKOMENSCORRECTIE 2,6%)	€ 2.007
KOOPKRACHTBINDING	92 %
GEBONDEN BESTEDINGEN	€ 48,59 MIO
KOOPKRACHTTOEVLOEIING	10%
OMZET DOOR TOEVLOEIING (+ 10%)	€ 53,98 MIO
TOEVLOEIING TOERISME/ARBEIDSMIGRANTEN (+ 10%)	4,84 MIO
TOTALE BESTEDINGEN	€ 58,83 MIO
NORMVLOERPRODUCTIVITEIT	€ 7.370
HAALBAAR AANBOD IN M² WVO	7.982
GEVESTIGD AANBOD IN M² WVO	8.452
UITBREIDINGSRUIMTE IN M² WVO	- 470
VLOERPRODUCTIVITEIT NA UITBREIDING	€ 6.960

5.4 Kwalitatieve behoefte

In deze paragraaf wordt de behoefte vanuit kwalitatief oogpunt benaderd. De consument staat in die kwalitatieve behoefte centraal.

De noodzaak voor supermarkten om te vernieuwen

De supermarkt-sector kent een hoge dynamiek waarin bij uitstek geldt: stilstand is achteruitgang. Supermarkten zijn de belangrijkste winkels voor een dorpscentrum en hiermee kan Putten haar positie behouden en versterken. Het supermarktaanbod in Putten zal echter up-to-date gehouden moeten worden. Dit is nodig want ook in de omringende gemeenten zal het supermarktaanbod voortdurend versterkt blijven worden. Concurrentie is er ook van het online-kanaal. Als de supermarkt niet met de tijd meegaat, zal voor de klant de aanleiding groter worden om de boodschappen online te bestellen dan wanneer de winkel wel vernieuwt en daarmee aantrekkelijk blijft. De supermarkt concurreert ook met de horeca en de catering, sectoren die flink groeien.

Zoals geconstateerd profileert Boni zich in de markt als service supermarkt met een gunstig prijsimago. Zij onderscheidt zich hiermee van de andere supermarkten in Putten. Boni wil graag uitbreiden naar een bij de moderne formule passende maatvoering van ruim 1.400 m² wvo en daarin meer vers- en afhaalproducten aanbieden.

De consument wordt daarmee meer ruimte en comfort geboden zodat zij in een prettige en moderne winkel de boodschappen kan doen. Er wordt bovendien beter voldaan aan het gewenste gemak ten aanzien van bereikbaarheid en parkeren. Op de nieuwe plek worden

In Putten gaat Aldi investeren en wij verwachten dat ook AH binnen afzienbare tijd haar winkel zal willen upgraden (hoewel er thans nog geen sprake is van een concreet plan). Andere winkels hebben al geïnvesteerd en/of uitgebreid. De te kleine Boni-supermarkt kan niet achterblijven en moet eveneens groeien om te overleven. Anders gezegd: thans is Boni aan de beurt om een optimalisatieslag uit te voeren.

Parkeren

Goudappel heeft eind 2018 het onderzoek 'Alternatieve parkeervraag verplaatsing Boni-supermarkt' opgesteld. Hieruit komt naar voren dat de nieuwe Boni-supermarkt méér parkeerplaatsen vraagt dan de woonwinkel van Kok. Per saldo worden met het plan al 36 parkeerplaatsen toegevoegd. Dat is ca. 35 plaatsen te weinig om de piekbelasting op te vangen, maar de extra parkeervraag kan worden opgevangen door de bestaande parkeercapaciteit van het centrum. Zo blijkt uit een parkeerdrukmeting dat binnen 200 meter loopafstand voldoende restcapaciteit aanwezig is om de hogere parkeervraag op te vangen.

Geen ontwrichting detailhandelsstructuur

De distributieve (uitbreidings-)mogelijkheden in Putten zijn beperkt, zo komt naar voren uit de marktruimteberekening. Wij verwachten dat er door de uitbreiding en verplaatsing van Boni naar de nieuwe locatie aan de rand van het centrum, géén ontwrichting in de detailhandelsstructuur zal optreden. Wij onderscheiden hierin drie niveaus:

- Verstoring structuur dorpscentrum: in het volgende kopje wordt beargumenteerd dat binnen het centrum zelf geen structuurverstoringen zijn te verwachten;
- Verstoring structuur kern Putten: binnen de kern Putten zijn geen buurt-of wijkwinkelcentra en slechts één solitaire supermarkt die negatieve effecten zouden kunnen ondervinden: Aldi heeft een beperkter assortiment dan Boni;
- Verstoring regionale structuur: in hoofdstuk 3 werd al vastgesteld dat de dorpscentra op flinke onderlinge afstand liggen en elk een compleet aanbod supermarkten bieden, waarmee ze hun eigen lokale marktgebied bedienen; de uitbreiding van Boni is vooral van lokale betekenis en zal het evenwicht niet verstoren.

In de ruimtelijke ordening gaat het echter niet primair om de verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven of winkelgebieden. Centraal staat of de consument kan blijven beschikken over een voldoende voorzieningenniveau op het gebied van de eerste levensbehoeften op aanvaardbare afstand van de eigen woning.

Zelfs in het onwaarschijnlijke geval dat door uitbreiding van Boni een andere winkel (supermarkt of verswinkel) zou verdwijnen en worden vervangen, dan is de keuze voor de consument per saldo gelijk gebleven en wellicht verbeterd als nieuw aanbod het verouderde aanbod vervangt.

Zelfs in het geval dat er geen vervanging komt, zal al het resterende dagelijkse aanbod zonder meer kunnen voorzien in de eerste levensbehoeften van de inwoners.

Boodschappenfunctie en consumentenverzorging worden niet aangetast

Met de uitbreiding en verplaatsing van Boni is een analyse gewenst van de voor- en nadelen voor de boodschappenfunctie en consumentenverzorging van het Puttense centrumgebied. Door de uitbreiding ontstaat een supermarkt met een moderne maatvoering en inrichting waarmee de aantrekkingskracht wordt versterkt.

Dit betekent een grotere stroom bezoekers aan het centrumgebied, waarvan alle andere winkels en voorzieningen kunnen meeprofiteren. Landelijk gemiddeld bezoekt ruim een derde van de supermarktklanten ook andere winkels. Met de doorsteek richting Achterstraat ontstaat ook een nieuwe verbinding richting dorpscentrum, waardoor dit combinatiebezoek extra wordt gefaciliteerd.

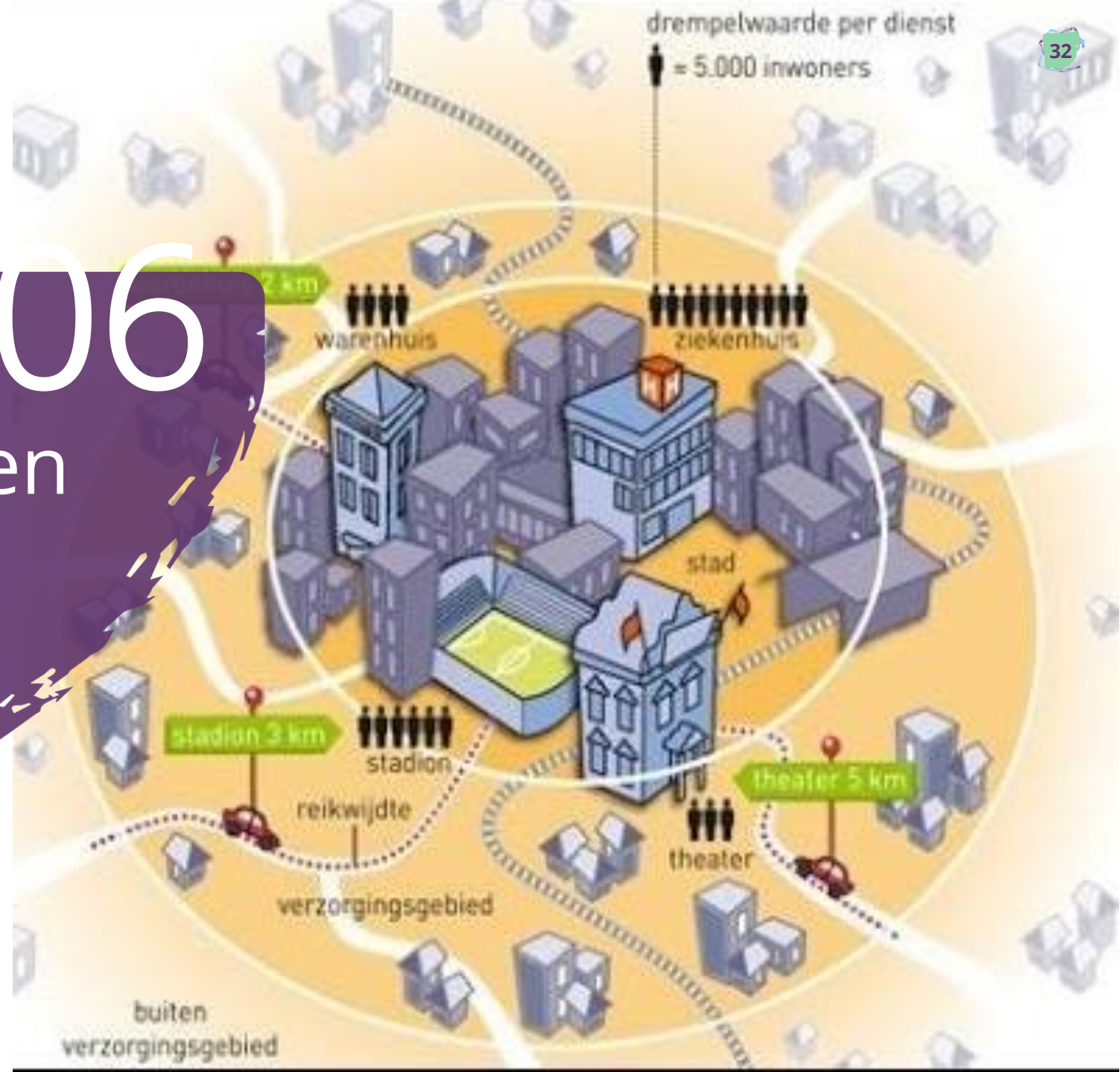
Daarnaast achten wij het supermarktcluster aan de oostzijde van het centrum voldoende krachtig om tegenspel te bieden aan het met Boni versterkte cluster aan de westkant. Het is ook niet te verwachten dat de direct omliggende supermarkten veel klanten gaan verliezen aan de nieuwe Boni. Lidl, Plus en Dekamarkt hebben een marktconforme omvang en profiel en bedienen elk hun eigen klantengroep. Eerder wordt met de komst van Boni het supermarktcluster verder geconcentreerd en daarmee versterkt. Al met al zullen naar verwachting de bestaande supermarkten elk in voldoende mate hun trekkracht voor het centrumgebied behouden.

De effecten op de food-speciaalzaken zullen eveneens beperkt zijn. Het aanbod food-speciaalzaken in Putten is in de periode 2010-2018 redelijk stabiel gebleven, blijkbaar weten zij goed in te spelen op de trends door zich te onderscheiden van de supermarkten op kwaliteit, assortiment en verbreding met horeca, catering e.d. Bovendien valt op dat dagelijkse speciaalzaken in de food en persoonlijke verzorging verspreid liggen over het centrumgebied. Dit aanbod ligt maar in beperkte mate in de directe omgeving van de bestaande supermarkten. Zij genereren hun eigen trekkracht of profiteren van de klanten die andere bezoekmotieven hebben dan alleen het gericht boodschappen doen.

In praktijk zal de vergrote en moderne Boni-supermarkt zelfs een extra impuls geven aan de lokale bestedingen waarmee in de bovenstaande distributieve analyses nog geen rekening is gehouden. De verschillende doelgroepen in het centrumgebied zoals de bewoners, toeristen en werkzame personen, krijgen de beschikking over een moderne supermarkt die makkelijk toegankelijk is, op een goed bereikbare locatie.



06
Ligging binnen
bestaand
stedelijk
gebied



6.1 Ligging binnen bestaand stedelijk gebied

Bestaand stedelijk gebied

In de Ladder voor duurzame verstedelijking wordt de vraag gesteld of de behoefte zonder bezwaren is op te vangen binnen bestaand stedelijk gebied. Als bestaand stedelijk gebied wordt aangemerkt (artikel 1.1.1, lid 1, h Bro): *'bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur'*. De nieuwe ontwikkeling ligt in het centrum van Putten en daarmee binnen bestaand stedelijk gebied.

Kernwinkelgebied en aanloopgebied

In het Puttense centrumplan wordt een onderscheid gemaakt tussen een kernwinkelgebied en aanloopgebied. De huidige locatie van Boni en de kringloopwinkel liggen in deze visie buiten het winkelgebied. Door verplaatsing van beide winkels naar Gervenhof komen beide winkels binnen het (secundaire) winkelgebied te liggen, wat geheel past binnen het beleid.

Optimale structuur dorpscentrum

Op het niveau van een dorpscentrum zijn de supermarkten de trekkers. Ook vervullen de parkeerterreinen, gelegen dichtbij de supermarkten, de functie van bronpunten voor een bezoek aan het centrum. Tussen deze trekkers in ontstaan dan kansen voor commercieel aanbod dat gericht is op recreatief winkelen, horeca, maar ook ontmoeting, een plek met een aangenaam verblijfsklimaat om de bewoners én toeristen vaker en langer in het centrumgebied te houden. Het kernwinkelgebied is dus het winkelgebied wat tussen supermarkten of supermarktclusters is gelegen. Deze afstand mag niet te groot zijn omdat consumenten deze lopend moeten afleggen.



Het Puttense kernwinkelgebied ligt gunstig tussen twee supermarktclusters

6.2 Effectentoets beleid, leegstand, woonklimaat

Vertaald naar het centrumgebied van Putten, betekent dat dat het kernwinkelgebied de zone is tussen het cluster Deka/Lidl/Plus/Boni aan de westzijde en AH/Jumbo aan de oostzijde van het centrumgebied. De structuur heeft daarmee de vorm van een haltermodel met aan de beide uiteinden/halters de boodschappenfunctie.

Verplaatsen Boni en kringloopwinkel past binnen beleid

In 2016 is een ruimtelijk-economische visie voor het centrum opgesteld ter verbetering van de centrumstructuur. Daarin wordt gesteld: *'nagenoeg alle supermarkten bevinden zich in of direct aansluitend op het kernwinkelgebied. Dit zorgt in potentie voor een optimale synergie tussen deze trekkers en de overige winkels.'* Er liggen kansen om het centrumgebied verder te versterken. Kort samengevat is de ambitie: een compact centrumgebied met aan de west- en oostzijde een duidelijke afbakening in de vorm van een tweetal boodschappenclusters (gedragen door een supermarkt met parkeergelegenheid); ertussen ligt het gebied voor het 'recreatief' winkelen en verblijf: het kernwinkelgebied. Verplaatsing en vergroting van Boni versterkt dus de functie van het oostelijke supermarktencluster en past daarmee binnen het beleid. Door het verder vergroten van het parkeerterrein (Gervenhof) neemt bovendien het belang van deze locatie als bronpunt voor een bezoek aan het gehele dorpscentrum verder toe. De planvorming kan derhalve naadloos worden ingepast binnen het stedelijk gebied.

Inpassing stedelijk gebied: effecten op de leegstand

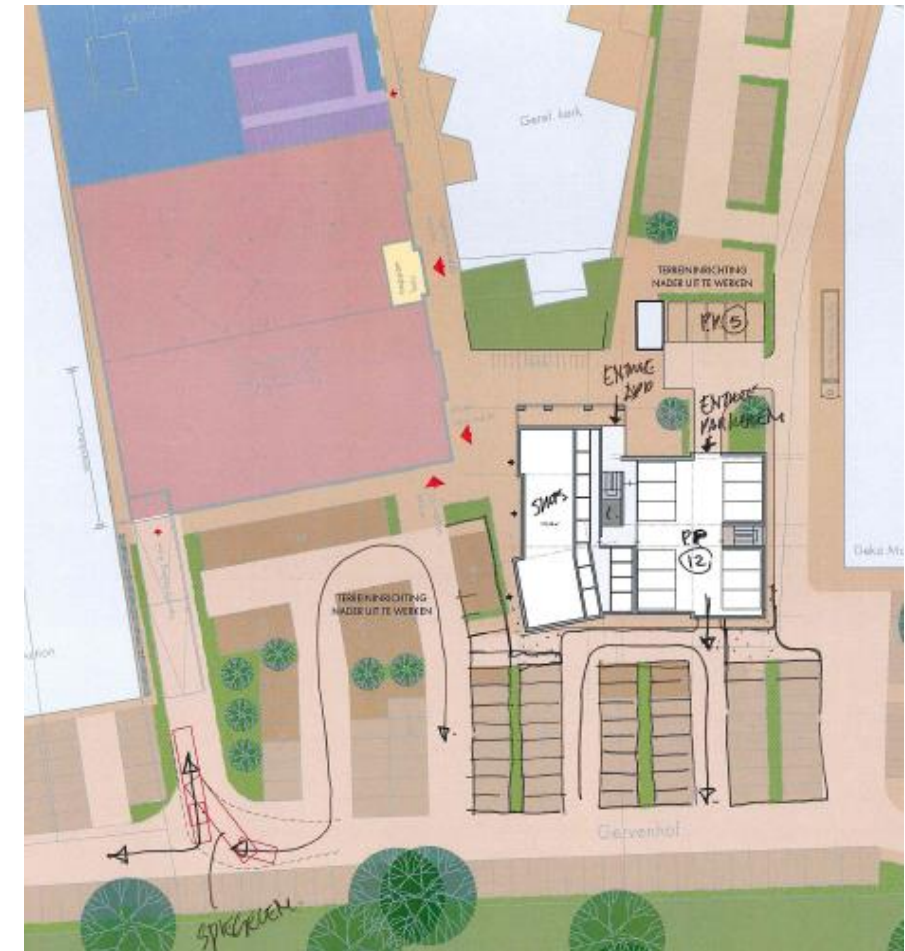
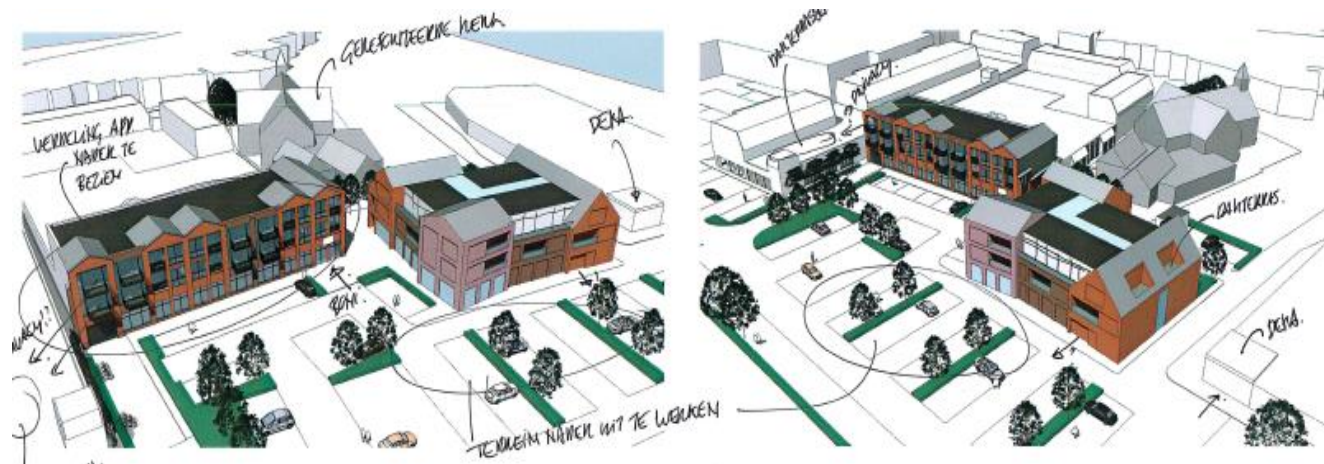
De verplaatsing van de supermarkt gaat gepaard met een verplaatsing van de kringloopwinkel. Doordat beide winkels in het pand komen van voormalige woonwinkel Kok én doordat de achterblijvende winkels worden onttrokken aan de winkelvoorraad (herontwikkeling tot wonen), is per saldo sprake van afname van het winkelareaal van 3.750 m² bvo. Doordat een aanzienlijk metrage wordt onttrokken aan het commercieel minder aantrekkelijke randgebied, zal deze onttrekking naar verwachting een positief effect hebben op toekomstige leegstand.

Inpassing stedelijk gebied: effecten op woon- en leefklimaat

Vraag is dan nog of het plan geen onaanvaardbare effecten heeft op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving. Wij denken dat het initiatief van Boni een positieve bijdrage zal leveren aan het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Het betreft tenslotte de aanpak van een beeldbepalende locatie waarop nu al enige tijd sprake is van leegstand. De uitbreiding wordt stedenbouwkundig en architectonisch goed ingepast in de structuur van de omgeving.

De nieuwe Boni komt in de voormalige meubelzaak. De nieuwe voorgevel van Boni wordt een stuk naar achteren gelegd, waardoor er extra parkeergelegenheid bij komt. De entree van de supermarkt komt op de hoek van de nieuwe wand en ligt daarmee goed in het zicht. Ook is dit gunstig ten opzichte van de parkeerplaatsen. Doordat er ook aan de rechterzijde een nieuw appartementengebouw wordt gerealiseerd, ontstaat er een pleinachtige ruimte met in de plinten bewinkeling (Boni en bloemenwinkel). Ook ontstaat er een pleintje en een nieuwe verbinding tussen Gervenhof en Achterstraat.

De huidige leegstaande showroomruimte aan de Achterstraat krijgt een nieuwe invulling door de kringloopwinkel. Daarmee krijgt de Achterstraat een betere uitstraling, wat positief is voor het woon- en leefklimaat. Tegelijk vormt een dergelijke invulling geen bedreiging voor de Dorpsstraat als winkelstraat.



SEINPOST ADVIESBUREAU B.V.
Brugstraat 1A
5211 VS 's-Hertogenbosch

088 - 210 02 00
info@seinpost.com
www.seinpost.com

Jan-Willem Speetjens

