

ALMERE WISSELWEG DISTRIBUTIEVE TOETS EN EFFECTEN RELOCATIE LIDL

20 MAART 2023



ALMERE WISSELWEG DISTRIBUTIEVE TOETS EN EFFECTEN RELOCATIE LIDL

20 MAART 2023

Status:
definitief concept

Datum:
20 maart 2023

Een product van:
Sweco, business unit Stedelijke Planning

Team Winkelen
Dr. Aart Jan van Duren
Floor Planken MSc

Voor meer informatie: aartjan.vanduren@sweco.nl

In opdracht van:
Metropool Vastgoedontwikkeling



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 Sweco.

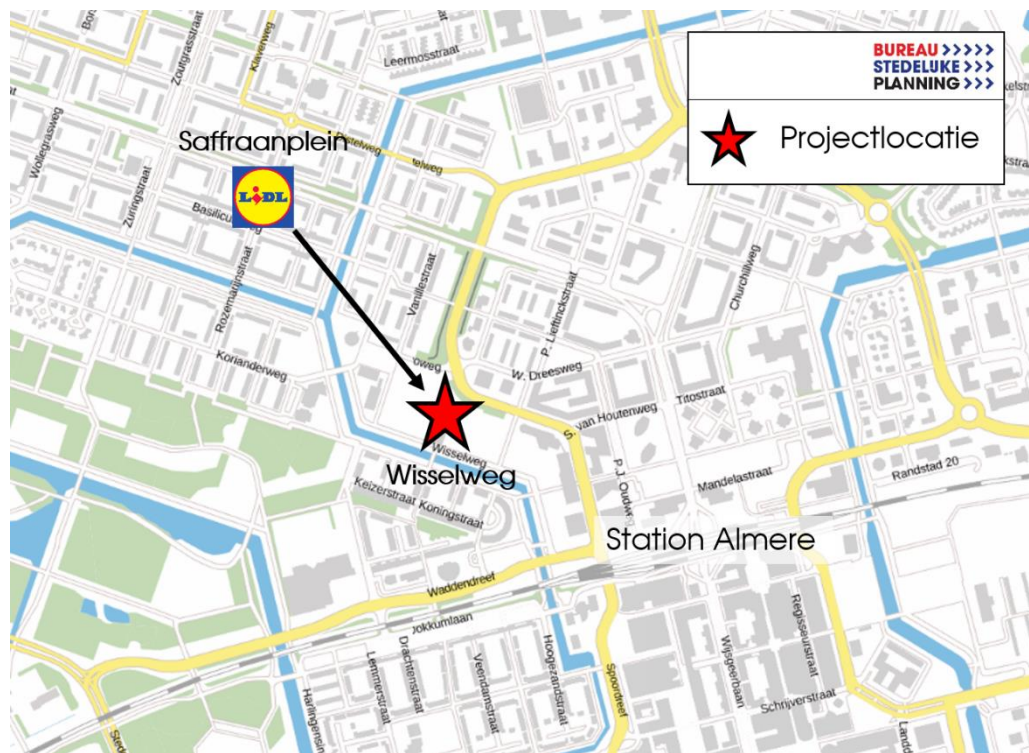
Projectnummer: 52100349
Referentie: 52100349_Almere Wisselweg herijking LDV

INLEIDING EN SAMENVATTING	7
1 CONTEXTANALYSE	11
1.1 HUIDIGE EN TOEKOMSTIGE SITUATIE LIDL	
1.2 VRAAG- EN AANBODVERHOUDINGEN	
1.3 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	
1.4 BELEIDSKADER	
2 BEHOEFTE VERPLAATSING LIDL	23
2.1 KWANTITATIEVE TOETSEN	
2.2 RUIMTELIJK KWALITATIEVE TOETS	
3 RUIMTELIJK-ECONOMISCHE EFFECTEN VERPLAATSING LIDL	29
3.1 ECONOMISCH RUIMTELIJKE IMPULS	
3.2 EFFECTEN OP BESTAANDE STRUCTUUR	
3.3 EFFECTEN OP LEEGSTAND EN WOON-, LEEF- EN ONDERNEMERSKLIMAAT	
3.4 TOETS AAN BELEID	
BIJLAGE 1 BEGRIPPENLIJST	
BIJLAGE 2 SUPERMARKTAANBOD	
BIJLAGE 3 DISTRIBUTIEVE BEREKENING HUIDIGE SITUATIE	

INLEIDING EN SAMENVATTING

Lidl is momenteel gevestigd op het Saffraanplein in de Kruidenwijk, onderdeel van Almere Stad Noord. De winkel meet momenteel zo'n 800 m² vwo. Dit is naar de maatstaven voor een hedendaagse supermarkt te klein. Lidl wil de supermarkt graag uitbreiden om toekomstbestendig te zijn en zo tegemoet te kunnen komen aan de wensen van de eigentijdse consument. Omdat de huidige locatie aan het Saffraanplein geen mogelijkheid biedt voor de gewenste uitbreiding is Lidl voornemens te verplaatsen naar de Wisselweg. Deze verplaatsing vindt plaats in combinatie met een vergroting naar ca. 1.500 m² vwo (circa 2.400 tot 2.500 m² bvo).

Metropool Vastgoedontwikkeling heeft Bureau Stedelijke Planning eerder verzocht onderzoek te doen naar behoefte en effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de Lidl van het Saffraanplein naar de Wisselweg. In het onderzoek werd het initiatief getoetst aan de vernieuwde Ladder voor Duurzame Verstedelijking, aan gemeentelijk beleid en aan andere voor de wetgever relevante zaken. Inmiddels, ruim vier jaar later, vraagt dit onderzoek om een actualisatie.



FIGUUR 1 PROJECTLOCATIE: HUIDIGE LOCATIE LIDL SAFFRAANPLEIN EN LOCATIE WISSELWEG
Bron: BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Naast de ontwikkeling van een Lidl supermarkt zal er sprake zijn van een bredere ontwikkeling op de locatie tussen de Wisselweg en de Spoordreef, die afwijkt van het oorspronkelijke plan (2018). Uiteindelijk is er, inclusief het naastgelegen perceel, ruimte voor ca. 140 woningen. Naast deze 140 woningen zijn er tussen de Wisselweg en de Spoordreef overige plannen voor nog eens 850 woningen.

Metropool Vastgoedontwikkeling heeft Bureau Stedelijke Planning (inmiddels business unit Stedelijke Planning van Sweco Nederland bv) gevraagd een actualisatie te doen van het onderzoek naar behoefte en effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de Lidl van het Saffraanplein naar de Wisselweg. In het onderzoek zal het initiatief worden getoetst aan de vernieuwde Ladder voor Duurzame Verstedelijking, aan gemeentelijk beleid (Detailhandelsvisie 2020) en aan andere voor de wetgever relevante zaken.

- **Behoeftte.** Wat is de behoefte (kwantitatief en ruimtelijk-kwalitatief) aan de realisering van een te verplaatsen en te vergroten supermarkt van genoemde omvang op de genoemde locatie in Almere-Stad?
- **Effecten.** Wat zijn de effecten van de beoogde ontwikkeling op het functioneren van het (dagelijks) aanbod en de dagelijkse structuur elders in de gemeente, in het bijzonder in Almere-Stad (en de daar gevestigde centra), op de leegstand en op het woon-, leef- en ondernemersklimaat?

Het onderzoek is begin 2023 uitgevoerd. Alle relevante data in het rapport dateren uit die periode.

SAMENVATTING >>

Lidl Saffraanplein toe aan kwaliteitsimpuls

- De huidige Lidl aan het Saffraanplein in Almere voldoet niet meer aan de wensen van de huidige consument. Zo is de winkel met een maat van 800 m² wvo te klein en is de winkel matig bereikbaar. Nu heeft Lidl de mogelijkheid te verplaatsen naar de Wisselweg, aan de rand van de Kruidenwijk. Hier zal de supermarkt onderdeel uitmaken van een grotere ontwikkeling waarbij ook woningen worden gerealiseerd. Op deze locatie kan een aantrekkelijke en goed bereikbare supermarkt worden ontwikkeld. Daarbij vergroot de winkel naar maximaal 1.500 m² wvo. Hiermee krijgt de Lidl een moderne maatvoering.
- Uitbreiding op de huidige locatie is niet mogelijk. De ruimte die Lidl nodig heeft om haar klant van een moderne winkel te voorzien, is niet voorhanden op het Saffraanplein. De locatie aan de Wisselweg ligt aan de belangrijke doorgaande weg Spoordreef. De ontwikkeling zal een positieve invloed hebben op het gebied, omdat een momenteel braakliggend kavel wordt ingevuld met voorzieningen en woningen.
- Lidl zal aan de Wisselweg een functie vervullen voor de circa 22.660 inwoners van de noordelijk gelegen buurten van stadsdeel Almere Stad.

Door de ligging van de propositie aan de doorgaande weg, is de winkel voor nagenoeg al deze inwoners goed te bereiken.

Verplaatsing en uitbreiding mogelijk en negatieve effecten beperkt

- Momenteel zijn er binnen het onderzoeksgebied (dat bestaat uit de buurten Staatsliedenbuurt, Kruidenwijk, Markerkant, Waterwijk en Almere Stad Centrum) 10 supermarkten gevestigd, waaronder Lidl Saffraanplein. Deels zijn dat supermarkten in de ondersteunende winkelstructuur, met naast de Lidl ook de Albert Heijn in de Kruidenwijk en de Jumbo en Albert Heijn in Waterwijk. Deels zijn dat supermarkten in het stadscentrum, veelal doelgroepsupermarkten (Amazing Oriental, Ekoplaza en Tangermarkt bijvoorbeeld), maar ook in een enkel geval reguliere supermarkten voor een brede doelgroep (Dirk en Aldi). Veel van de oorspronkelijk in het centrum gevestigde reguliere supermarkten zijn inmiddels gesloten (waaronder Albert Heijn, Plus, Lidl en een tweede Aldi).
- Met een groot aantal (type) supermarkten dat geografisch redelijk evenwichtig over het onderzoeksgebied is verspreid zal de binding van de inwoners aan het hier gevestigde supermarktaanbod hoog zijn. Hetzelfde geldt voor de toevloeiing van buiten het onderzoeksgebied. Met de binnenkort te verwachten komst van Aldi op bedrijventerrein Markerkant zullen zowel binding als toevloeiing nog eens verder worden versterkt.
- In de huidige situatie functioneren de reguliere supermarkten in het onderzoeksgebied minimaal op een gemiddeld niveau. Vooral de supermarkten in de ondersteunende centra functioneren goed, zo schatten wij in. Naar de toekomst zullen de perspectieven enerzijds gunstiger worden, door de forse groei van het bevolkingsdraagvlak in het onderzoeksgebied, zowel direct bij het initiatief als in de overige delen van het onderzoeksgebied. Anderzijds zal de komst van Aldi en de uitbreiding en verplaatsing van Lidl ook tot een additionele omzetclaim leiden.
- De uitkomst van de distributieve berekening wordt in de huidige situatie negatief beïnvloed door het grote aantal niet-reguliere supermarkten in het stadscentrum. Toch zal in de nabije toekomst, met de forse groei van het aantal inwoners, de distributieve ruimte aanzienlijk toenemen. In de nabije toekomst zal er voldoende distributieve ruimte zijn voor zowel de nieuwe Aldi als de vergrote Lidl.
- Ook kwalitatief is de relocatie annex uitbreiding van Lidl te verantwoorden. De realisatie van een volwaardige, voor alle vormen van vervoer goed bereikbare Lidl supermarkt met bovengelegen woningen geeft een impuls aan het direct omliggende gebied. Het leidt tot een hogere binding aan de wijk, en daarmee minder ongewenste automobiliteit. Daarbij komt dat de locatie aan het Saffraanplein kan worden herontwikkeld naar andere functies die minder autoverkeer in de wijk uitlokken, waardoor de woonkwaliteit voor bewoners en omwonenden verbeterd wordt.
- Lidl zal aan de Wisselweg tevens een volwaardige functie kunnen vervullen voor de nieuwe bewoners binnen het Stationskwartier. Binnen de plannen van Van der Valk Investments aan de Wisselweg is enkel ruimte voor

kleinschalige, ondersteunende commerciële voorzieningen¹, waarmee Lidl de dichtstbijzijnde volwaardige supermarkt wordt.

- Naar verwachting zijn de ruimtelijke en overige effecten van de verplaatsing annex uitbreiding van Lidl beperkt, omdat uitbreidingsmeters een gemiddeld lagere vloerproductiviteit hebben (de wet van de afnemende meeropbrengsten). Daarbij functioneert het huidige aanbod (zeer) goed, waardoor er bij deze winkels door een eventueel beperkt omzetverlies geen sprake zal zijn van verlies van toekomstperspectief als gevolg van de voorgenomen ontwikkeling.

In lijn met gemeentelijk beleid

- De fijnmazigheid van de boodschappenstructuur, dat een leidend motief is in het gemeentelijk detailhandelsbeleid, wordt geenszins aangetast met de verplaatsing van Lidl. Sterker nog: anders dan in de huidige situatie ligt de nieuwe locatie buiten de 500 meter straal van de omliggende supermarkten.
- Voorts wordt het maximale metrage voor de individuele supermarkt in de ondersteunende structuur (1.500 m² wvo) met het initiatief niet overschreden.
- Ook zal de ontwikkeling de positie van het stadscentrum van Almere als het centrale winkelgebied van de gemeente niet in gevaar brengen.

¹ Gemeente Almere; <https://www.almere.nl/centrum/wisselweg>

1 CONTEXTANALYSE

1.1 HUIDIGE EN TOEKOMSTIGE SITUATIE LIDL

HUIDIG PAND SAFFRAANPLEIN >>

Lidl is momenteel gevestigd aan het Saffraanplein. De huidige winkel meet ca. 800 m² vvo. De winkel kan de huidige klantenstromen niet aan. Daarbij voldoen de maatvoering, bereikbaarheid (onder andere de busbaan als barrière) en de parkeermogelijkheden niet aan de wensen van de huidige consument. Uitbreiding van de winkel is dan ook gewenst. Lidl heeft echter niet de mogelijkheid op de huidige locatie uit te breiden. Bij het verlaten van de supermarktllocatie aan het Saffraanplein zal deze locatie getransformeerd worden naar een andere functie dan een supermarkt.



FIGUUR 2 HUIDIG PAND LIDL SAFFRAANPLEIN
Bron: Bureau Stedelijke Planning



FIGUUR 3 LIGGING LIDL SAFFRAANPLEIN EN BEREIKBAARHEID BINNEN DE BUURT

Bron: PDKO Achtergrondluchtfoto; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

ONTWIKKELING LIDL WISSELWEG >>

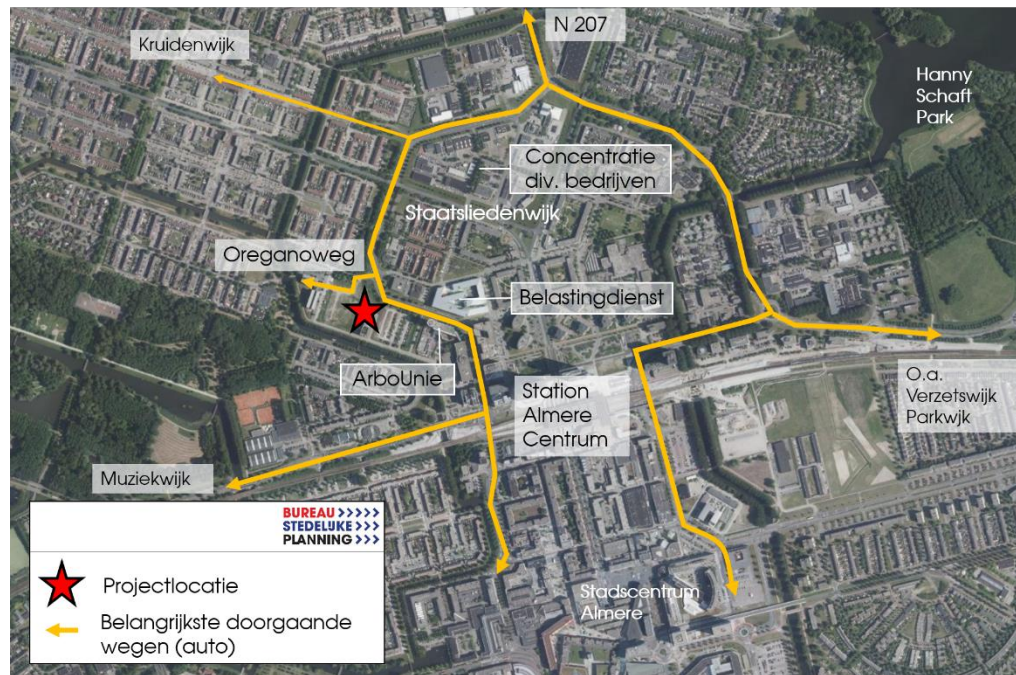
Lidl zal op de nieuwe locatie circa 2.400 tot 2.500 m² bvo gaan meten. In de laatste variant zal ook het laden en lossen overdekt worden opgelost. In beide varianten zal de supermarkt maximaal 1.500 m² wvo gaan meten.



FIGUUR 4 ONTWIKKELING WISSELWEG

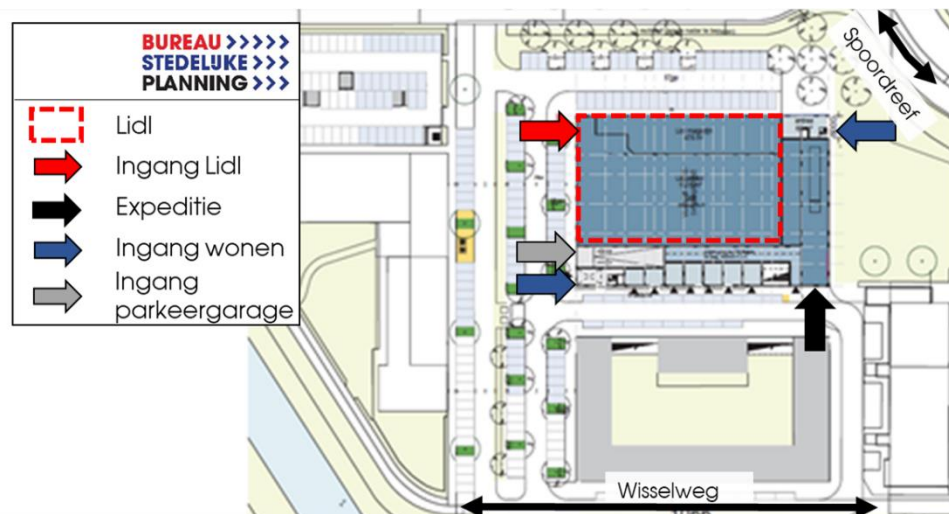
Bron: Lidl; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Een nieuwe winkel van 1.500 m² wvo betekent dat de winkel met circa 700 m² wvo uitbreidt ten opzichte van de huidige situatie. Hiermee voldoet de winkel aan de moderne maatvoering en aan de wensen van de consument. De winkel is voor consumenten aantrekkelijk om te bezoeken door een ruimere indeling (bredere gangpaden) en een volwaardiger assortiment (o.m. bake-off) en is daarmee veel toekomstbestendiger dan op de huidige locatie. Daarbij is de winkel door de ligging aan de Spoordreef beter bereikbaar en toegankelijk voor haar klanten.



FIGUUR 5 BEREIKBAARHEID LOCATIE WISSELWEG
Bron: PDOK Achtergrondluchtfoto; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

De gemeente Almere houdt een verhouding aan van 5,6 parkeerplaats per 100 m² bvo². Dit betekent circa 129 parkeerplekken op maaiveld ten behoeve van de klanten van Lidl. Daarnaast worden er ook nog parkeerplaatsen gerealiseerd voor bezoekers in het algemeen en bewoners; in totaal 143 plaatsen op maaiveld. Overig parkeren voor bewoners wordt opgelost middels een ondergrondse parkeergarage.



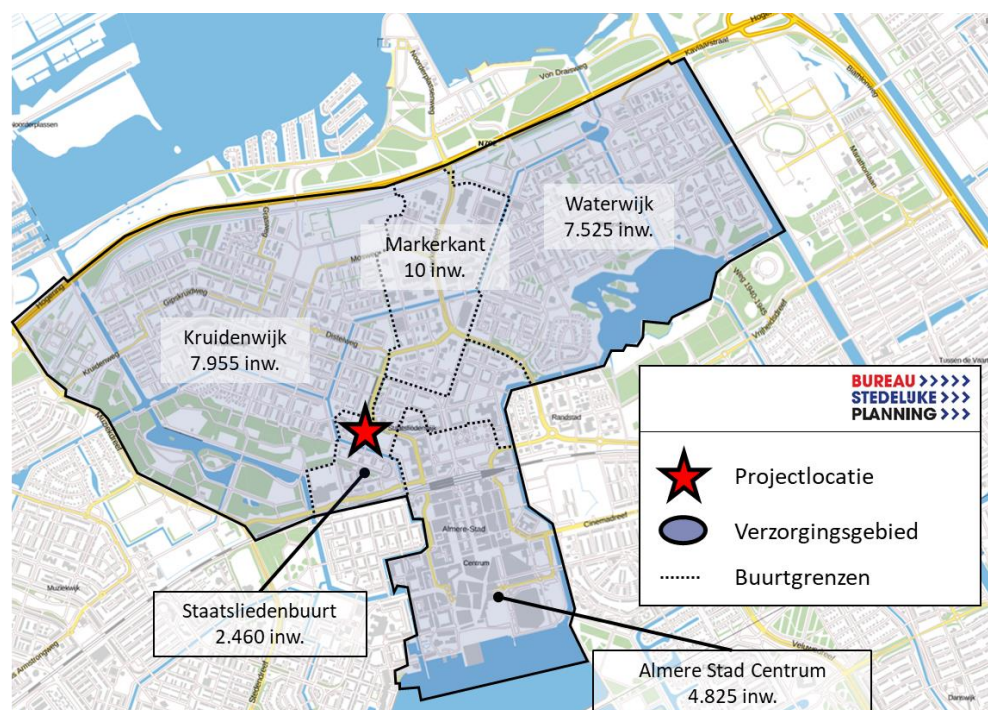
FIGUUR 6 SITUATIESCHETS ONTWIKKELING WISSELWEG
Bron: Lidl; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

² Nota Parkeernormen 2020, gemeente Almere

1.2 VRAAG- EN AANBODVERHOUDINGEN

ONDERZOEKSGBIED EN DRAAGVLAK >>

- Het verzorgingsgebied van de huidige Lidl aan het Saffraanplein omvat de buurten Kruidenwijk en de Staatsliedenbuurt. Het grootste deel van de omzet is afkomstig vanuit dit gebied. Daarmee vervult de winkel een buurtfunctie. Met de verplaatsing van Lidl naar de Wisselweg zal de winkel beter bereikbaar worden voor de inwoners van het aangrenzende centrum en voor de inwoners van Waterwijk. Samen met de Markerkant (voornamelijk bedrijven) vormt dit het relevante onderzoeksgebied van het initiatief.
- Het onderzoeksgebied vormt dus een combinatie van de relevante woonwijken (Kruidenwijk, Staatsliedenbuurt en Waterwijk) en het stadscentrum. Met de verwachte komst van Aldi op het daartussenin geklemden bedrijventerrein Markerkant is sprake van een coherent en logisch onderzoeksgebied voor de toetsing van de voorgenomen Lidl-ontwikkeling.



FIGUUR 7 ONDERZOEKSGBIED LIDL WISSELWEG

Bron: BRT Achtergrondkaart. CBS Statline 2021; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

- In het onderzoeksgebied wonen per 1 januari 2022 circa 22.660 mensen.
- De inwoners van het onderzoeksgebied zijn relatief jong. Slechts 14% van de bevolking is ouder dan 65 jaar, ten opzichte van 20% landelijk. Daarnaast telt het onderzoeksgebied relatief veel inwoners tussen de 25-45 jaar (+6%) in vergelijking met het Nederlands gemiddelde van 20%.

- Het welvaartsniveau van het onderzoeksgebied is relatief laag. De gemiddelde inwoner verdient circa 10% minder dan de gemiddelde Nederlander (en circa 6,0% minder dan de gemiddelde inwoner van Almere). Met name in de Staatsliedenbuurt is het gemiddelde inkomen met € 18.100 per inwoner laag.

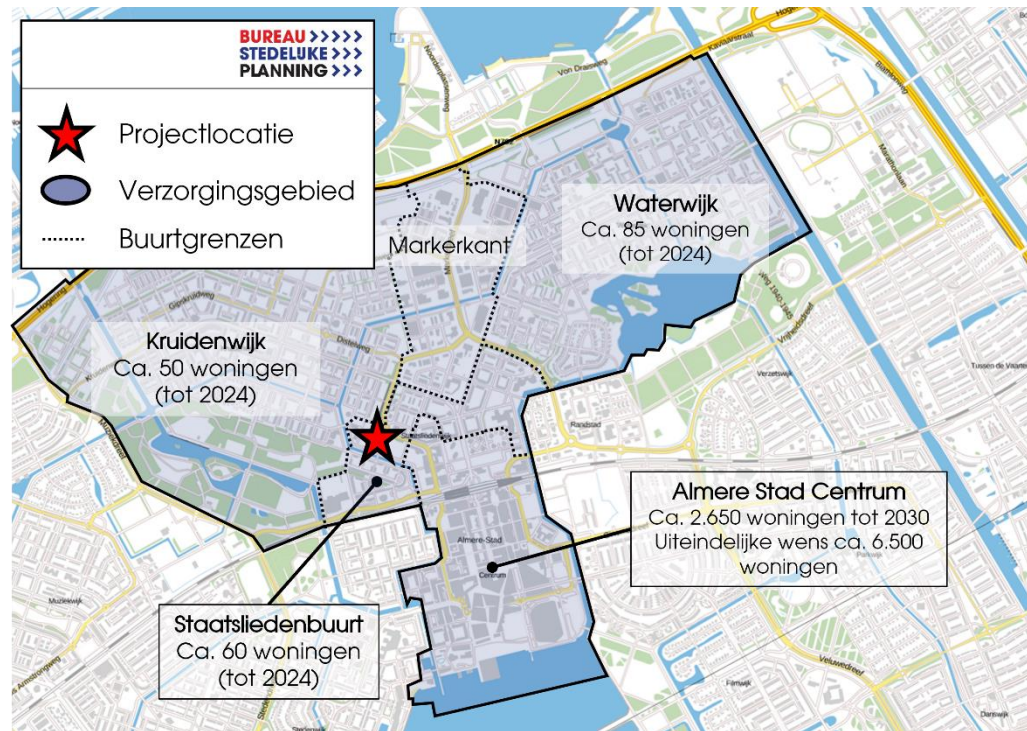
	INW.	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	GEM. HH. GROOTTE	GEM. INK. PER INW.
Onderzoeksgebied	22.660	16	11	31	27	15	2,1	€ 25.000
Almere Stad	109.410	17	13	27	30	13	2,3	€ 25.200
Almere	217.828	18	12	29	28	13	2,3	€ 26.800
Nederland	17.590.672	15	12	25	27	20	2,1	€ 27.800

TABEL 1 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN ONDERZOEKSGBIED

Bron: CBS Statline 2021, inkomen betreft 2018 (meest recente data)

PROGNOSE EN WONINGBOUWONTWIKKELINGEN >>

- De gemeente Almere verwacht dat de gemeente qua inwoneraantal sterk zal groeien. In 2030 wonen er circa 17% meer inwoners in de stad dan in 2022 (circa 251.500 inwoners).
- Lidl is onderdeel van een grotere ontwikkeling aan de Wisselweg waarbij maximaal 80 woningen en op termijn ca. 140 woningen worden ontwikkeld. De inwoners van deze woningen zijn aanvullend potentieel draagvlak voor de Lidl winkel.



FIGUUR 8 NIEUWBOUWPLANNEN PER WIJK

Bron: PDOK Achtergrondkaart; Gemeente Almere; Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

- De grootste woningbouwontwikkelingen concentreren zich in Almere Stad Centrum. Verderop langs de Wisselweg en Spoorwegdreef worden voor 2025 ca. 850 woningen toegevoegd, verdeeld over vijf woontorens.³ Daarnaast is het nieuw te ontwikkelen Campus Almere Centrum, in het Stadshart gelegen, goed voor ca. 1.250 woningen.⁴ Tot 2024 is de verwachting dat in Almere Stad Centrum ca. 2.560 woningen gerealiseerd worden. In de jaren hierna zal dit verder doorgroeien naar een totaal van ca. 6.500 woningen in 2035.⁵
- Verdere grote nieuwbouwplannen in Almere staan op stapel voor Almere-Pampus, een nieuw stadsdeel met plannen voor ca. 25.000 woningen voor 2050 en Oosterwold onderdeel van Almere Hout. Beide stadsdelen/wijken liggen echter op (relatief) grote afstand van het onderzoeksgebied.
- Op basis van een gemiddelde huishoudensgrootte van 2,1⁶ en de woningbouwplannen in het onderzoeksgebied veronderstellen we dat het inwoneraantal binnen het onderzoeksgebied met ca. 64% zal groeien naar een inwoneraantal van ca. 37.050 inwoners in 2035. In 2030 is dit aantal ongeveer 30.000.⁷

³ <https://www.almere.nl/centrum/wisselweg>

⁴ Gemeente Almere 2022

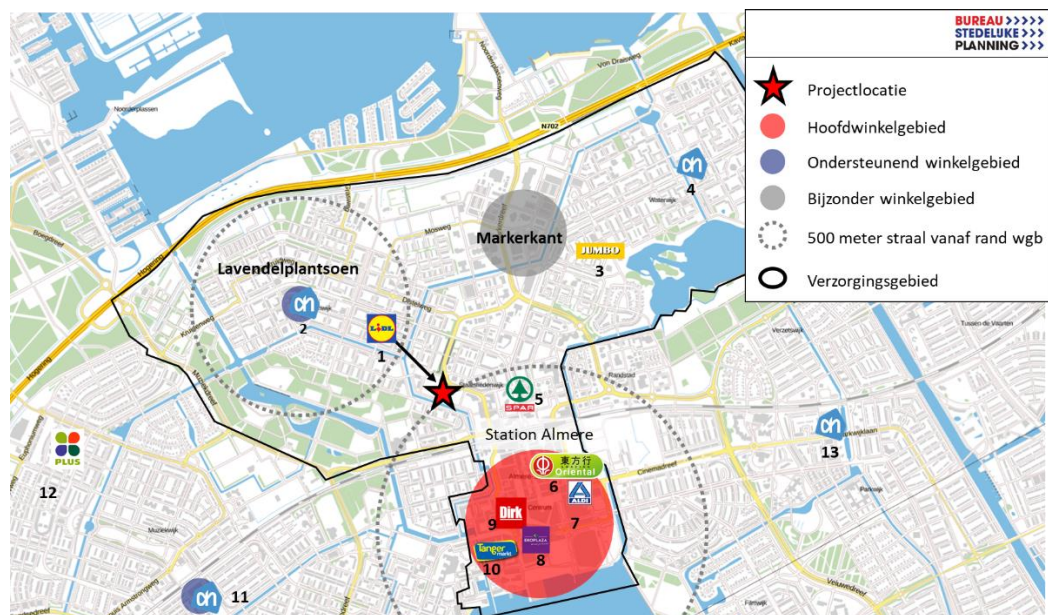
⁵ Stedelijk Woningbouwprogramma Almere 2021 - 2024

⁶ De gemiddelde woningbezetting voor de nieuwbouw is lager dan die van Almere (Stad), maar gelijk aan de huidige huishoudensgrootte in het onderzoeksgebied. We beschouwen dit als een voorzichtige aanname.

⁷ De grootste onzekerheid betreft de termijnen van oplevering van het woningbouwprogramma, gegeven de huidige marktontwikkelingen. Het aantal woningen is minder onzeker.

DETAILHANDELS- EN SUPERMARKTSTRUCTUUR >>>

Almere kent een duidelijke detailhandelsstructuur. Op korte afstand van de projectlocatie ligt het stadscentrum, met een functie voor de gehele stad. Daarnaast hebben of krijgen alle drie de overige stadsdelen hun eigen stadsdeelcentrum. Naast dit stadscentrum en deze stadsdeelcentra zijn er nog diverse ondersteunende centra, in de regel een supermarkt met een beperkt aantal aanvullende functies.



FIGUUR 9 DETAILHANDELSSTRUCTUUR OMGEVING WISSELWEG ALMERE

Bron: BRT Achtergrondkaart, Supermarktgidsonline.nl, Locatus middels opgave Lidl, eigen waarneming; Bewerking Bureau Stedelijke Planning. Details supermarktaanbod in bijlage 2

- De locatie Wisselweg ligt hemelsbreed op 500 meter van het hoofdwinkelgebied van Almere. Het stadscentrum ligt weliswaar aan de andere zijde van het station, maar via de Spoordreef (langs de projectlocatie) of de Landdrostdreef aan de oostelijke zijde van het station is dit centrum goed te bereiken.
- Het winkelaanbod in het stadscentrum is groot en divers. Er is een ruim niet-dagelijks aanbod. Zo zijn er bekende ketens en trekkers als Primark, Action en Zara gevestigd. Daarnaast kent het centrum van Almere een ruim aanbod in supermarkten en overige dagelijkse detailhandel als bakkerijen, viswinkels en drogisterijen. De hier gevestigde supermarkten zijn echter niet per definitie een succes. Zo sloten achtereenvolgens Albert Heijn XL, Deen en Aldi hun winkels in de Schippersgarage. Ook is de Lidl aan de Blekerstraat inmiddels gesloten. Het stadscentrum leent zich meer voor supermarkten voor een specifieke doelgroep (Ekoplaza, Tangermarkt, Spar) dan voor reguliere supermarkten. Deze doelgroepsupermarkten profiteren van het feit dat het stadscentrum als recreatief winkel- en verblijfsgebied een functie voor de gehele stad vervult.

- Het Lavendelplantsoen is een ondersteunende winkelconcentratie binnen het onderzoeksgebied. Naast een Albert Heijn van 1.500 m² wvo zijn hier nog een apotheek en een Gall&Gall slijterij gevestigd. In de huidige situatie is dit de supermarkt die het dichtst bij de Lidl op het Saffraanplein ligt. Daarnaast is er in het onderzoeksgebied ook een Jumbo (samen met een slijterij van deze keten) gevestigd, en een Albert Heijn, beide in de Waterwijk.
- Naast de genoemde supermarkten in de Kruidenwijk en de Waterwijk zijn er nog 6 supermarkten binnen het onderzoeksgebied gevestigd, alle in het stadscentrum. Van deze supermarkten zijn alleen Dirk en Aldi niet op een specifieke doelgroep gericht.
- Binnen het onderzoeksgebied is momenteel 10.256 m² wvo aan supermarkten gevestigd. Hiermee ligt de supermarktdichtheid op 0,45 m² wvo per inwoner. Dit is beduidend hoger dan het landelijk gemiddelde van 0,27 m² wvo per inwoner.

WINKELGEBIED	TYPE WINKELGEBIED	M ² WVO (CIRCA)	FUNCTIE	AFSTAND HEMELSBREED
Stadscentrum	Hoofwinkelgebied	76.500	Zowel groot en divers dagelijks als niet-dagelijks aanbod	500 meter
Lavendelplantsoen	Ondersteunend	1.700	Dagelijks (AH 1.500 m ² wvo)	900 meter
Markerkant	PDV	25.000	Volumineus (bouwmarkt en woninginrichting)	850 meter
Saffraanplein	Ondersteunend	800	Dagelijks (supermarkt)	450 meter
Geinplein	Ondersteunend	1.294	Dagelijks (supermarkt)	1.300 meter
Botplein	Ondersteunend	2.000	Dagelijks (supermarkt)	1.900 meter

TABEL 2 DETAILHANDELSCLUSTERS RONDOM WISSELWEG

Bron: Detailhandelsvisie 2020, Supermarktgidsonline.nl, KSO 2021, Locatus middels opgave Lidl, eigen waarneming

RELEVANTE SUPERMARKTONTWIKKELINGEN >>

- Op dit moment zijn er concrete supermarktplannen bekend voor de realisatie van een Aldi supermarkt van 1.000 m² wvo aan de Markerkant 11.. De Markerkant wordt gekenmerkt door bedrijven met omringende winkelvoorzieningen (Praxis, dierenwinkel Jumper, Boels verhuur, VloerOnline en Amslod fietsenwinkel).
- In de plannen voor nieuwbouw binnen het Stationskwartier is ook ca. 350 m² aan commerciële ruimte bestemd. De verwachting is dat dit wordt ingevuld middels bijvoorbeeld een kleine stadssupermarkt. Er zal geenszins

sprake zijn van een volwaardige supermarkt. Die functie gaat de Lidl aan de Wisselweg voor het gebied vervullen.

PLANCAPACITEIT >>









Naast de bovengenoemde ontwikkelingen in het supermarktaanbod in Almere, is er in het centrum van Almere een algemene bestemming van 'detailhandel' van kracht. Deze bestemming geldt voor het gehele centrum en maakt alle vormen van detailhandel hier mogelijk, ook de vestiging van een supermarkt. In de praktijk verwachten we niet dat de kans groot is dat zich hier, anders dan op de plekken die nu al door supermarkten in gebruik zijn, reguliere supermarkten zullen gaan vestigen. Dit heeft te maken met de specifieke eisen die supermarkten stellen aan de locatie, als het gaat om het benodigde oppervlak, bereikbaarheid, zichtbaarheid, parkeren en logistiek. Het overgrote deel van de locaties die plantechinisch de vestiging van een supermarkt mogelijk maken zijn hiervoor ongeschikt. Daarbij komt dat het centrum van Almere een bewezen moeilijke markt is voor een gezonde exploitatie van een reguliere supermarkt, en supermarktorganisaties daarmee extra kritisch zijn op de projectuitgangspunten.

LEEGSTANDSSITUATIE >>

In 2021 stond er circa 8% van de winkelmeters in de gemeente Almere leeg. Van het totale detailhandelsaanbod in Almere van circa 283.300 m² wvo zou er met 8% circa 22.200 m² wvo leegstaan. Dit was in absolute zin iets minder dan in 2017. In dat jaar stond er in de gehele gemeente ruim 24.000 m² wvo leeg van het totale aanbod van circa 294.000 m² wvo (tevens circa 8%). De leegstand in Almere concentreert zich met name in de aanloopstraten van de grote winkelcentra zoals het stadscentrum en stadsdeelcentrum Almere-Buiten. In 2021 stond er in het stadscentrum ruim 14.300 m² wvo aan winkelruimte leeg.

1.3 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

			
	<p>FOOD WINT AAN BELANG Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op winkelgebieden. Vooral de merendeels jonge en hoogopgeleide bevolking met een</p>		<p>SUPERMARKTEN PROFITEREN Albert Heijn liep in de jaren negentig voorop met een assortiment dat aansloot bij de behoeften van de klant (gemak, vers, kwaliteit). Inmiddels maken de andere formules met aangepaste concepten een inhaalslag en groeit de</p>

	grootstedelijke levensstijl identificeert zich sterk met zijn eetgedrag.		omzet in de fysieke supermarkt nog steeds.
		 VERSSPECIALZAKEN PROFITEREN VAN DE TREKKRACHT VAN DE SUPERMARKT Supermarkten worden steeds belangrijker in de distributie van levensmiddelen. Ruim 85% van de bestedingen in levensmiddelen wordt gedaan in de supermarkt. De tijd dat de supermarkt de speciaalzaak verdrong ligt echter achter ons. Sterker nog: een versspecialzaak die zich in prijs, kwaliteit en/of assortiment weet te onderscheiden van de supermarkt heeft voldoende bestaansrecht, en zoekt juist de trekkracht van de supermarkt op.	 SCHAALVERGROTING Minder, maar grotere supermarkten. Naar de huidige maatstaven zijn supermarkten van minder dan 1.200 m ² wvo te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd aanbod om aantrekkelijk te blijven voor de consument. Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine reguliere, buurt- en dorpsverzorgende supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Anderzijds zien we vooral in de dichtbebouwde delen van de grote steden ook de tendens van schaalverkleining: gemakswinkels op plekken waar heel veel mensen samenkomen (OV-stations, drukke winkelstraten e.d.).
		 SLUITINGEN EN FAILLISEMENTEN ZETTEN CENTRA ONDER DRUK Met name de niet-dagelijkse detailhandel staat onder druk. Verschillende formules sluiten (veel van hun) vestigingen, denk recent aan Blokker en Steps. Anderen gaan failliet. De meeste klappen vallen in het middensegment. De afgelopen jaren gingen formules als Didi, Intertoys, Kijkshop, Charles Vögele, MS Mode, Scapino en Miss Etam failliet.	 GROTE IMPACT E-COMMERCE Gevoed door Corona wordt inmiddels zo'n 6% van de totale bestedingen in dagelijkse artikelen online gedaan. Een verdere groei zal niet uitblijven, ook lokale supermarkten moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en ze ook bedienen met een goede webshop.

1.4 BELEIDSKADER

LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING >>

Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit Ruimtelijke ordening (Bro) dienen overheden nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard te motiveren. Per 1 juli 2017 zijn de drie treden van de Ladder losgelaten en geldt:

Artikel 3.1.6 lid 2: De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van **de behoefte aan die ontwikkeling**, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Met de nieuwe Ladder is het mogelijk om bij flexibele bestemmingsplannen te besluiten om de Ladderplicht door te schuiven naar het moment van uitwerking. Het opstellen van de motiveringen blijft maatwerk, waarbij de specifieke lokale omstandigheden van groot belang blijven. Een onderzoek naar de behoefte heeft slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.

PROVINCIAAL BELEID >>

De provincie Flevoland heeft geen specifiek detailhandelsbeleid. In het Provinciaal omgevingsplan uit 2006 is opgenomen dat de vestiging van detailhandel uitsluitend geacommodeerd dient te worden in of aansluitend aan bestaande bebouwde gebieden. De vestiging van zogenaamde weidewinkels wordt uitgesloten. De detailhandelsstructuur is complementair opgebouwd naar functionele en aan locatie gebonden winkelcentra. De functie van een winkelcentrum is afhankelijk van de positie van de kernen in de (provinciale) stedelijke hoofdstructuur en de locatie binnen de kernen. In de aanvullende Beleidsregel locatiebeleid stedelijk gebied 2011 zijn alleen voor GDV en PDV specifieke regels opgenomen.

GEMEENTELIJK BELEID >>

De detailhandelsvisie van de gemeente Almere (2020) wijst met name naar het behoud van de bestaande fijnmazige detailhandelstructuur van Almere met daarin het belang van de stadsdeelcentra en de ondersteunende centra. Dit betekent dat nieuwe ontwikkelingen in de stad hierop aan moeten sluiten en binnen deze structuur dienen te vallen. Verspreide bewinkeling en het ontwikkelen van nieuwe centra (buiten die in de nieuwe woongebieden) wordt tegen gegaan. Het verplaatsen van een supermarkt in de ondersteunende structuur vanuit de wijk is alleen mogelijk wanneer aangetoond kan worden dat er op de huidige locatie geen toekomstperspectief is voor de supermarkt. Daarnaast moet dan ook aangetoond worden dat de relocatie geen negatieve gevolgen heeft voor de bestaande structuur

en leefbaarheid van de wijk. Dit onderzoek is inmiddels uitgevoerd, met voor Lidl positieve uitkomsten. Met de nieuwe maatvoering houdt Lidl zich aan de bovengrens voor de supermarkt in de ondersteunende centra (1.500 m² wvo). Daarnaast betekent de verplaatsing van de Lidl dat in het huidige pand aan het Saffraanplein geen supermarkt zal komen. Hiermee wordt de kwalitatieve winkelstructuur versterkt en verduurzaamd.

2 BEHOEFTE VERPLAATSING LIDL

In dit hoofdstuk wordt zowel aan de hand van kwantitatieve toetsen als door middel van een kwalitatieve beredenering nagegaan in hoeverre er behoefte is aan de verplaatsing en uitbreiding met 700 m² wvo van de Lidl aan het Saffraanplein in Almere.

2.1 KWANTITATIEVE TOETSEN

Voor de kwantitatieve toets zijn twee methoden gehanteerd:

1. Supermarktdichtheden;
2. Distributieve berekening (DPO), op het niveau van het onderzoeksgebied.

AD 1. SUPERMARKTDICHTHEDEN >>

Het metrage van het supermarktaanbod in het onderzoeksgebied, Almere-Stad, de gemeente Almere en Nederland is in onderstaande tabel afgezet tegen het aantal inwoners.

	SUPERMARKTDICHTHEID (M2/INW.)
Onderzoeksgebied	0,45
Almere-Stad	0,18
Gemeente Almere	0,22
Nederland	0,27

TABEL 3 SUPERMARKTDICHTHEID IN ALMERE

Uit de analyse blijkt dat het supermarktaanbod in Almere onder het gemiddelde van Nederland ligt. In het onderzoeksgebied ligt de dichtheid (inclusief de in ontwikkeling zijnde Aldi) op 0,45 m² wvo per inwoner. Dit is duidelijk hoger dan het landelijk gemiddelde van 0,27 m² wvo per inwoner. Deze hoge dichtheid in het onderzoeksgebied is grotendeels te verklaren door de functie van het centrumgebied. Inwoners van de omliggende stadsdelen zullen ook gebruik maken van het supermarktaanbod in het centrum van Almere. Om deze reden is een hogere supermarktdichtheid in centrumgebieden van grote steden gebruikelijk.

DISTRIBUTIEVE BEREKENING ONDERZOEKSGBIED >>

Door middel van een distributieve berekening (DPO) kan zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak worden gedaan

over het functioneren van de supermarktsector en daarmee de ontwikkelingsmogelijkheden. Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden van het aanbod kunnen worden verklaard door een te verwachten groei van het bevolkingsdraagvlak, door een bovengemiddeld functioneren van het huidige aanbod en/of door een groei in ambitie: een hogere, maar wel te verantwoorden binding en toevloeiing. Ook een combinatie hiervan kan een “driver” zijn achter de ontwikkelingsmogelijkheden.

Voor de huidige situatie blijkt uit de distributieve berekening dat het supermarktaanbod in het onderzoeksgebied ruim onder het landelijk gemiddelde functioneert (zie Bijlage 3). De huidige vloerproductiviteit in het onderzoeksgebied ligt op € 5.603, ca. 33% onder het landelijk gemiddelde van € 8.381.

Bij de distributieve berekening voor het onderzoeksgebied zijn de volgende (ken)getallen gehanteerd:

- Voor 2030 gaan we ervanuit dat de helft van de geplande woningen gerealiseerd is, dit brengt het inwoneraantal op 29.857 in 2030. Naar 2035 gaan we ervanuit dat de woningen allemaal gereed zijn en het inwoneraantal op 37.054 komt te liggen.
- Jaarlijks geldt een bestedingscijfer van € 2.135 per persoon in supermarkten (exclusief BTW). Dit cijfer is gebaseerd op de meeste recente omzetkengetallen van Panteia (2021). Het gemiddelde inkomen in het onderzoeksgebied ligt nu nog circa 10% onder het landelijk gemiddelde ligt. Om die reden ligt het feitelijke bestedingsbedrag lager. De bestedingen zijn hierop voor 2022 gecorrigeerd (met een prijselasticiteit van 0,4⁸ voor de dagelijkse sector).
- In de onderstaande tabel hebben we een inschatting voor het huidig functioneren van de reguliere supermarkten in het gebied opgenomen.

⁸ Bestedingspotentieel incl. inkomenscorrectie = (inwoners * bestedingscijfer) + ((inwoners * bestedingscijfer) * (0,4 * (inkomensindex - 100)/100) = (22.660*2.135)+((22.660*2.135)*(0,4*(100-100)/100) = € 48.000.000

WINKEL	INSCHATTING HUIDIG FUNCTIONEREN	TOELICHTING
Lidl Saffraanplein	++	Op dit moment enige discount supermarkt in het verzorgingsgebied. Aldi met moderne maatvoering in ontwikkeling.
Albert Heijn Lavendelplantsoen	+	Ruime full-service supermarkt (met enig aanvullend dagelijks aanbod) vervult een belangrijke functie voor inwoners van westzijde van verzorgingsgebied.
Jumbo Geinplein	+	Een van de weinige Jumbo vestigingen in Almere. Functioneert goed door Jumbo-schaarste en ruime maatvoering.
Albert Heijn Botplein	+	Ruime winkel met sterke wijkfunctie.
Dirk stadscentrum	+	Enige volwaardige en sterke supermarkt in het stadscentrum.
Aldi Regisseurstraat	0	Functioneert niet meer dan redelijk, vragelijk of deze supermarkt na realisering Aldi Markerkant open blijft.
Tanger Zoetelaarspassage	0	Tanger is verhuisd naar het oude pand van Lidl aan de Blekerstraat. Dit pand is iets kleiner dan het voormalige pand van Tanger.

TABEL 4 INSCHATTING FUNCTIONEREN REGULIERE SUPERMARKTEN ONDERZOEKSGBIED

- We gaan in de toekomstige situatie uit van een toevloeiing van 30%. Dit betekent dat van elke euro die er in het gebied wordt uitgegeven € 0,30 afkomstig is van inwoners van buiten het onderzoeksgebied. Deze hoge toevloeiing heeft deels te maken met de functie van het stadscentrum en deels met de aangekondigde komst van Aldi op Markerkant. Door zijn ligging op een bedrijventerrein, omringd door PDV-aanbieders, zal deze supermarkt een stadsdeelverzorgende functie gaan vervullen.
- We gaan in deze berekening uit van een hoger niveau voor de koopkrachtbinding. Deze zal door de aanstaande komst van Aldi op het bedrijventerrein en de versterking van Lidl naar verwachting stijgen tot minimaal 90% en maximaal 95%. De toevloeiing houden we als percentage constant.
- De gemiddelde vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde supermarkt per jaar en per m² wvo omzet. In Nederland is de gemiddelde vloerproductiviteit in supermarkten € 8.381 per m² wvo per jaar (exclusief BTW).
- Als gevestigd aanbod gaan we voor de huidige situatie uit van de 10.066 m² wvo aan supermarkten (met een combinatie van reguliere supermarkten en doelgroepsupermarkten). Voor 2030 en 2035 is dat 1.000 m² wvo meer, door de aangekondigde komst van Aldi op Markerkant. Dit brengt het supermarkt-aanbod in 2030 en 2035 op 11.066 m² wvo.

PARAMETER	2030		2035	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Inwoners	29.857	29.857	37.054	37.054
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.135	€ 2.135	€ 2.135	€ 2.135
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 64	€ 64	€ 79	€ 79
Bestedingspotentieel in € mln., incl. inkomenscorrectie	€ 61	€ 61	€ 76	€ 76
Koopkrachtbinding	90%	95%	90%	95%
Gebonden bestedingen in € mln.	€ 55	€ 58	€ 68	€ 72
Koopkrachttoevloeiing	30%	30%	30%	30%
Omzet door toevloeiing in € mln.	€ 24	€ 25	€ 29	€ 31
Totale bestedingen in € mln.	€ 79	€ 83	€ 98	€ 103
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 8.381	€ 8.381	€ 8.381	€ 8.381
Gerealiseerde vloerproductiviteit/functioneren	€ 7.110	€ 7.505	€ 8.824	€ 9.134
Haalbaar aanbod in m ² wvo	9.388	9.909	11.651	12.298
Supermarktaanbod	11.066	11.066	11.066	11.066
Uitbreidingsruimte in m² wvo	-1.678	-1.157	585	1.232

TABEL 5 INDICATIEVE UITBREIDINGSRUIMTE SUPERMARKTAANBOD ONDERZOEKSGBIED 2030 EN 2035

Uit de distributieve berekening blijkt dat binnen het onderzoeksgebied supermarkten gemiddeld een vloerproductiviteit hebben van zo'n € 5.600 per m² wvo per jaar (zie Bijlage 3). Dit is duidelijk lager (zo'n 33%) dan het landelijk gemiddelde. Dit is opvallend, omdat we eerder constateerden dat het functioneren van de reguliere supermarkten in het onderzoeksgebied gemiddeld genomen bovengemiddeld goed is. Dit kan betekenen dat de niet-reguliere, op specifieke doelgroepen gerichte supermarkten sterk ondergemiddeld functioneren. Het kan ook betekenen dat we de kooporiëntaties te voorzichtig hebben ingeschat. Uitgaande van de fors lagere vloerproductiviteit in het onderzoeksgebied in de huidige situatie is er met de genoemde aannames distributieve ruimte voor de komst van Lidl iets na 2030. Met de forse bevolkingsgroei, ook na 2030, is zelfs met de komst van Aldi de uitbreiding van Lidl ruim passend binnen de distributieve verhoudingen.

De behoefte aan de uitbreiding en verplaatsing van Lidl aan het Saffraanplein kan niet alleen kwantitatief, maar ook kwalitatief beargumenteerd worden. In onderstaande paragraaf gaan we hierop in.

2.2 RUIMTELIJK KWALITATIEVE TOETS

Naast kwantitatief kan de behoefte ook kwalitatief beargumenteerd worden. In deze paragraaf zullen de kwalitatieve argumenten voor de verplaatsing annex uitbreiding van Lidl Saffraanplein in Almere aan de orde komen.

- De Lidl aan het Saffraanplein is (net als verreweg de meeste van de overige reguliere supermarkten binnen het onderzoeksgebied) een succesvolle supermarkt. Het zal samen met (op termijn) de beide Aldi-vestigingen ook de enige discounter in de omgeving zijn. Een uitbreiding is nodig om het groeiend aantal consumenten aan de noordkant van Almere Stad in hun behoefte te kunnen blijven voorzien. Deze uitbreiding is niet mogelijk op de huidige locatie aan het Saffraanplein, waardoor moet worden uitgeweken naar een andere locatie. Op de Wisselweg, aan de rand van de Kruidenwijk, kan wel een Lidl met een moderne maatvoering worden gerealiseerd.
- De huidige Lidl is, samen met de Aldi in het stadscentrum, de enige reguliere supermarkt binnen het onderzoeksgebied die geen moderne maatvoering heeft. Daarmee zijn er, tot de komst van Aldi op de Markerkant, geen discounters binnen het stadsdeel Almere Stad die een moderne maatvoering hebben. De bewoners van het onderzoeksgebied moeten hiervoor uitwijken naar het aanbod in andere stadsdelen. Dit is met name voor de inwoners van de Kruidenwijk, maar ook een deel van de andere buurten binnen Almere Stad, een aanzienlijke afstand. De projectlocatie van Lidl Wisselweg ligt centraal binnen Almere Stad en kan zo goed de inwoners van het onderzoeksgebied bedienen.
- De ontwikkeling van de Lidl supermarkt met de bovengelegen woningen geeft een impuls aan het gebied Wisselweg. Momenteel is dit een braakliggend terrein. De locatie is door de ligging aan de goed bereikbare Spoordreef en nabij het station Almere Centrum echter een aantrekkelijke locatie, zowel voor voorzieningen als woningen. De komst van de ontwikkeling komt de levendigheid en leefbaarheid van het gebied ten goede.
- Er liggen concrete plannen voor omvangrijke woningbouwprojecten tussen de propositie aan de Wisselweg en het station Almere Centrum. De verplaatsing maakt dat Lidl kan inspelen op dit nieuwe potentieel. Lidl zou de dichtstbijzijnde reguliere supermarkt zijn voor de meeste van de nieuwe bewoners in het onderzoeksgebied.
- De huidige winkel van Lidl aan het Saffraanplein ligt verstopt in de wijk. De winkel is voor inwoners van buiten het zuidoostelijke deel van de Kruidenwijk slechts beperkt te bereiken. Daarbij is de aanrijroute met onder andere veel drempels en de harde barrière van de busbaan aan de noordzijde van de propositie onplezierig. Met name voor inwoners ten noorden van het Saffraanplein vormt de busbaan een barrière.

- De nieuwe locatie aan de Wisselweg is aanzienlijk beter te bereiken. Dit omdat de Wisselweg aansluit op de Spoordreef, één van de belangrijkste doorgaande routes binnen het onderzoeksgebied.
- Bezoekend en bevoorradend (auto)verkeer hoeft in de nieuwe situatie niet meer de buurt in. Hierdoor worden de negatieve gevolgen voor de verkeerveiligheid en leefbaarheid in de buurt opgeheven.
- Indien Lidl het Saffraanplein verlaat zou deze locatie herontwikkeld kunnen worden. Indien hiervoor woningen of een voorziening die voor minder vervoersbewegingen zorgt in de plaats komen, sluit dit beter aan op de structuur van de buurt dan een supermarkt. Ook voor omwonenden van het Saffraanplein zal de herontwikkeling van de achtergelaten locatie een kwaliteitsimpuls van de woonomgeving betekenen.

3 RUIMTELIJK-ECONOMISCHE EFFECTEN VERPLAATSING LIDL

In dit hoofdstuk staan de ruimtelijk-economische effecten van de voorgenomen relocatie en uitbreiding van Lidl Saffraanplein centraal. Per saldo is er sprake van een toevoeging van maximaal 700 m² wvo aan supermarktmeters. Er zal geen toevoeging van aanvullende detailhandel zijn. Wij concentreren ons in dit hoofdstuk daarom primair op de effecten van de supermarkt. Als gezegd zal de supermarkt door de relocatie naar de Wisselweg ook een krachtigere rol gaan vervullen voor inwoners van het onderzoeksgebied. Dit kan leiden tot verdringingseffecten op de supermarkten elders in Almere-Stad.

In dit hoofdstuk gaat paragraaf 3.1 in op positieve effecten. Hierbij gaat het zowel om de (ruimtelijk-)economische effecten als op de effecten op de ruimtelijk-functionele structuur. De eerstgenoemde zijn van (indicatief) kwantitatieve aard, de tweede type effecten zijn meer van kwalitatieve aard. Steeds staat centraal of er sprake is van een (ruimtelijke) structuurversterking: worden de ruimtelijke structuur van de Kruidenwijk (en overig onderzoeksgebied), Almere Stad en de gemeente er als geheel beter van. In paragraaf 3.2 staan de omzetteffecten op de bestaande winkel- en supermarktstructuur centraal. Vervolgens is in paragraaf 3.3 ingegaan op de effecten op leegstand en het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Tot slot is de uitbreiding in paragraaf 3.4 getoetst aan de ladder en aan het gemeentelijk beleid.

3.1 ECONOMISCH RUIMTELIJKE IMPULS

ECONOMISCHE IMPULS VOOR WIJK EN STADSDEEL >>

De relocatie en uitbreiding van Lidl van het Saffraanplein naar de Wisselweg in Almere zal een economische impuls geven in de vorm van:

- **Tijdelijke effecten:** Gedurende de realisering van de uitbreiding van de supermarkt (en de realisering van woningen op de huidige locatie) ontstaat tijdelijke werkgelegenheid, vooral in de bouwsector. Maatgevend voor het bepalen van deze tijdelijke (project)effecten zijn de stichtings- en overige (inrichtings)kosten, inclusief parkeren en aanpassingen aan de omliggende infrastructuur.
- **Structurele effecten:** De relocatie en uitbreiding van de supermarkt brengt niet alleen een tijdelijk effect gedurende de realisatiefase, maar ook een structureel werkgelegenheidseffect. De (additionele) omzetimpuls is hiervoor maatgevend. De uitbreiding van de Lidl levert niet alleen directe werkgelegenheid op maar ook nog indirecte (bij toeleverende bedrijven)

arbeidsplaatsen. De werkgelegenheidsvraag betreft hoofdzakelijk lager en middelbaar geschoold personeel. Bekend is dat lager opgeleiden veelal dicht bij hun woning werk vinden/hebben. Het gros van het werkgelegenheidseffect zal dus toe te schrijven zijn aan het onderzoeksgebied, of de rest van Almere Stad of andere omliggende wijken in de gemeente Almere.

UITSTRALINGSEFFECTEN >>

Naast de genoemde kwantitatieve economische effecten zal het project ook andere effecten hebben die lastig zijn te kwantificeren en moeilijk onder een noemer te vatten zijn. Dit zijn zogenaamde uitstralingseffecten. Relevant zijn onder meer:

- **Structuurversterking.** Door de relocatie en uitbreiding van Lidl is er per saldo sprake van structuurversterking. Immers, de winkel heeft op de huidige locatie en met de huidige maat een beperkte toekomst op de langere termijn. Door de verplaatsing naar een goed bereikbare locatie binnen het onderzoeksgebied wordt er een moderne supermarkt op een perspectiefrijke locatie gerealiseerd. De bewoners aan noordkant van Almere Stad behouden zo ook op de lange termijn een discounter met een goede bereikbaarheid vanaf hun woning.
- **Versterking vestigingsklimaat** Een aantrekkelijke supermarkt die aan de moderne maatstaven voldoet, draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven, en daarmee aan het concurrentieprofiel van de omgeving Wisselweg, de Staatsliedenwijk en heel Almere Stad.
- **Katalysator nieuwe investeringen.** Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de omgeving. Door de ontwikkeling wordt het gebied aantrekkelijker en zal het eerder nieuwe investeerders aantrekken. Dit geldt met name voor het aangrenzende bedrijventerrein. De ontwikkeling valt daarmee goed samen met de gemeentelijke woningbouwplannen op de Wisselweg en Spoorwegdreef, waarbij een (groot) deel van het kantoreengebied al wordt getransformeerd.
- **Sociale functie voor buurt en wijk.** (Dagelijkse) winkelvoorzieningen en met name de supermarkt zijn bij uitstek plaatsen waar buurtbewoners elkaar spontaan ontmoeten. De verplaatsing en uitbreiding van de supermarkt kan deze functie bewerkstelligen voor de inwoners van Staatsliedenbuurt en de direct aangrenzende wijken. De huidige winkel kan deze functie door de beperkte bereikbaarheid onvoldoende vervullen.

De genoemde uitstralingseffecten zijn het grootst in de directe projectomgeving, maar stralen ook uit naar buiten dat gebied.

3.2 EFFECTEN OP BESTAANDE STRUCTUUR

Uiteraard heeft een relocatie en uitbreiding van een supermarkt naast positieve economische en uitstralingseffecten ook verdringingseffecten. Het zal immers mogelijk ook gepaard gaan met omzetverlies van andere reeds gevestigde supermarkten. Hoe groter de omzetclaim en hoe meer overlap met het gevestigde aanbod, des te groter het verdringingseffect. Doordat een supermarkt voornamelijk een claim is op de dagelijkse bestedingen, treft het vooral het bestaande supermarktaanbod.

De mate van verdringing voor individuele supermarkten en winkelgebieden hangt vooral af van:

- **Overlap in formule en functie:** hoe meer gelijkenis met het format en overlap in functie (metrage, verzorgingsbereik, formule, prijsstelling, doelgroep), hoe groter het effect. Zo trekken speciale doelgroepsupermarkten klanten van verder weg dan een reguliere supermarkt. Een groot aandeel doelgroepsupermarkten in een gebied zorgt dan ook voor een toename van de toevloeiing. Hoe groot die toevloeiing precies is, is lastig in te schatten.
- **Verplaatsing en/of uitbreiding dan wel een nieuwe vestiging.** In aansluiting hierop speelt mee of het om een uitbreiding of een nieuwe vestiging betreft. Bij een uitbreiding is de additionele omzetclaim beperkter dan die van een nieuwe winkel. Immers, een belangrijk deel van de omzet van een te verplaatsen winkel wordt meegenomen. In dit geval gaat het om een verplaatsing over hemelsbreed 500 meter in combinatie met een uitbreiding van circa 700 m² wvo. Het verdringingseffect is de resultante van zowel uitbreiding als verplaatsing.
- **Overlap in verzorgingsgebied en afstand tot de supermarkt:** hoe groter de overlap, des te groter het effect. De afstand (in reistijd) tussen het project en de betreffende supermarkt is vaak maatgevend. Buiten de 10 autominuten is het effect vaak verwaarloosbaar. In dit geval zullen de effecten het meest voelbaar kunnen zijn bij de supermarkten in het onderzoeksgebied, en in veel mindere mate bij die in de overige delen van Almere Stad.
- **Het functioneren van de betreffende supermarkt:** naarmate een supermarkt beter functioneert, zal de relatieve verdringing groter zijn, zal deze ook fors worden gevoeld in termen van winstgevendheid, maar heeft het ook minder effect op het toekomstperspectief van de supermarkt. Supermarkten die al matig of slecht functioneren, lopen echter een groter gevaar onvoldoende perspectief te hebben als gevolg van de nieuwvestiging, gesteld dat er sprake is van overlap in functie, verzorgingsgebied en formule.

OMZETCLAIM EN OMZETHERKOMST SUPERMARKT >>

De uitbreiding van Lidl Saffraanplein (die gepaard gaat met de relocatie en nieuwbouw) behelst een toevoeging van circa 700 m² wvo. Op basis van de

landelijk gemiddelde vloerproductiviteit van € 8.381 per m² wvo⁹ en de gemiddelde vloerproductiviteit in het onderzoeksgebied van € 5.603 per m² wvo betekent dat rekenkundig een extra omzetclaim van circa € 3,92¹⁰ miljoen tot € 5,87¹¹ miljoen op jaarbasis (excl. BTW). Dit komt neer op een additionele omzet van circa € 75.500 tot € 113.000 per week (excl. BTW). Gerelateerd aan de omzetclaim van de huidige supermarkten in het onderzoeksgebied gaat het om een additionele claim van 6,8%¹². Omdat de uitbreiding gepaard gaat met een verplaatsing naar de Wisselweg (beter bereikbare locatie voor het onderzoeksgebied), gaan wij ervan uit dat een belangrijk deel van die additionele omzetclaim ten koste gaat van de reeds gevestigde reguliere supermarkten binnen het onderzoeksgebied.

EFFECTEN OP BESTAANDE SUPERMARKTSTRUCTUUR >>

- Bij het berekenen van de omzetverdringing gaan we uit van realisering van het initiatief in het spreekwoordelijke nu. Dus met de huidige situatie ten aanzien van draagvlak en concurrentie. De additionele omzetclaim van € 5,87 miljoen zou in dat geval te traceren zijn als omzetverlies bij het nu gevestigde supermarktaanbod in het onderzoeksgebied. Het gebruiken van het spreekwoordelijke nu betekent dat in een situatie met een grote bevolkingsgroei de omzetverdringing geringer is dan in een situatie zonder bevolkingsgroei.
- In de praktijk wordt een groot deel van het omzeteffect geneutraliseerd door het feit dat er sprake is van een zeer forse groei (+64%) van het bevolkingsdraagvlak.
- Op basis van het bovenstaande en de te verwachte herkomst van de meeromzet zullen de verdringingseffecten minimaal zullen zijn. Noch de supermarkten in het stadscentrum noch de supermarkten in de wijk zullen een substantieel effect ondervinden, zo is de verwachting. De meeste impact zal gevoeld worden door de nieuwe Aldi op Markerkant. Dit wordt gevoeld door de combinatie van de factor afstand en segmentering: beide supermarkten zijn als discountsupermarkt te kwalificeren.
- De verdringingseffecten vlakken na de eerste jaren van realisatie van beide winkels af. Dit heeft te maken met het feit dat de supermarkten eerder gerealiseerd zullen zijn dan dat de verwachte bevolkingsgroei volledig heeft plaats gevonden. De negatieve effecten in die eerste jaren zullen naar verwachting het meest voelbaar zijn bij winkels die een vergelijkbare formule en formaat hanteren en bij winkels die dichtbij de Lidl en Aldi gelegen zijn. De realisering van zowel een nieuwe Aldi als de verplaatsing van Lidl heeft dus met name een negatief effect op elkaar.
- Van verlies van toekomstperspectief als gevolg van de voorgenomen ontwikkeling zal echter geen sprake zijn, niet voor Aldi en niet voor de andere supermarkten in of buiten het onderzoeksgebied.

⁹ Omzetkengetallen 2022

¹⁰ Extra omzetclaim = vloerproductiviteit * voorgenomen groei = € 5.603*700 = € 3,92 miljoen

¹¹ Extra omzetclaim = vloerproductiviteit * voorgenomen groei = € 8.381*700 = € 5,87 miljoen

¹² Additionele claim = voorgenomen groei/bestaand wvo = 700/10.256 = 6,8%

3.3 EFFECTEN OP LEEGSTAND EN WOON-, LEEF- EN ONDERNEMERSKLIMAAT

LEEGSTAND >>

Almere kent in vergelijking tot de benchmark van 6% momenteel een iets hoger leegstandspercentage van 8% van de winkelmeters. Het leegstandspercentage in verkooppunten in Almere ligt echter net onder de benchmark (6% in Almere t.o.v. 7% in de benchmark).¹³ Deze leegstand concentreert zich met name in de grotere winkelgebieden als het stadscentrum en het centrum van Almere Buiten. De uitbreiding en nieuwbouw van Lidl betreffen een relocatie over hemelsbreed 500 meter (binnen het onderzoeksgebied). We gaan ervan uit dat het huidige complex herbestemd dan wel gesloopt zal worden, waarbij er sowieso geen winkelfunctie terugkeert.

Voor de toename van leegstand gaan we er op basis van ervaringscijfers van uit dat elke 1% omzetsdaling leidt tot een leegstandtoename van 0,5% van het huidige gevestigde aanbod. Immers, omzetsdaling gaat niet 1-op-1 gepaard met een stijging van leegstand. Dit komt doordat een (kleine) omzetsdaling ondernemers niet direct in de gevarenzone brengt. Daar waar dit mogelijk wel dreigt zullen ondernemers er alles aan doen de exploitatie te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten of ondernemersfee) en/of verhoging van de omzet. Mocht het aanbod (Q) toenemen, dan daalt de prijs (P) van vastgoed vermoedelijk, wat weer (meer) vraag oproept. Dit staat bekend als de prijselasticiteit van de vraag.

Een indicatieve omzetverdringing, uitgaande van de huidige situatie, van 3,4% kan theoretisch gezien leiden tot een leegstandtoename van maximaal circa 175 m² wvo in het onderzoeksgebied¹⁴. Ook zou (omdat de uitbreiding plaats vindt op een andere locatie) het achtergebleven pand als leegstaande detailhandel achter kunnen blijven. Daar is hier geen sprake van. De kans op uitval elders achten wij gering, laat staan dat de ontwikkeling leidt tot een dusdanig grote uitval of sterk oplopende leegstand dat daarmee sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat.

WOON-, LEEF- EN ONDERNEMERSKLIMAAT >>

Bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening hoort ook een plan dat niet leidt tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. In de jurisprudentie geldt als doorslaggevend criterium voor duurzame ontwrichting de vraag of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen.

¹³ KSO 2021

¹⁴ Berekening $0,5 * 3,4\% * 10.256 = 175$

Uitgaande van een verplaatsing over 500 meter hemelsbreed binnen het verzorgingsgebied en uitbreiding van een bestaande Lidl zal van een structuurversturende werking of ‘duurzame ontwrichting’ geen sprake zijn. Inwoners uit Almere (Stad) behouden een voldoende voorzieningenniveau op aanvaardbare afstand.

3.4 TOETS AAN BELEID

De bevindingen zoals die in dit hoofdstuk zijn gepresenteerd, worden hier afgezet tegen de beleidskaders, vanuit rijk (artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening, ook wel de ‘ladder voor duurzame verstedelijking’) en gemeente (detailhandelsvisie).

TOETS AAN DE (NIEUWE) LADDER >>

Is er behoefte aan de relocatie en uitbreiding van Lidl Saffraanplein naar de Wisselweg in Almere?

De relocatie en uitbreiding van Lidl kan gemotiveerd worden op grond van de kwalitatieve behoefte als wel als aan kwantitatieve behoefte. Zo is het een van de weinige discounters binnen het onderzoeksgebied, maar voldoet deze niet aan een moderne maatvoering, in tegenstelling tot het fullservice aanbod. Ook de behoefte om te reloceren valt goed te motiveren. De autobereikbaarheid van de huidige winkel is door busbanen en de weginfrastructuur matig, zowel van binnen de buurt als voor de rest van het onderzoeksgebied. Met relocatie naar de Wisselweg, liggend aan de Spoordreef, wordt voldaan aan de kwalitatieve behoefte van de consument, zonder dat dit het bestaansrecht van het gevestigde aanbod in Almere-Stad onder druk zet.

GEMEENTELIJK BELEID: DETAILHANDELSVISIE >>

De relocatie en uitbreiding van Lidl vanaf het Saffraanplein past eveneens binnen het detailhandelsbeleid van de gemeente Almere:

- Momenteel is Lidl onderdeel van de ondersteunende structuur in de gemeente Almere. Op de huidige plek is het toekomstperspectief als supermarktlocatie in het geding. Niet alleen door het beperkte metrage, maar ook door de matige bereikbaarheid. Van belang bij relocatie naar een beter bereikbare plek in de wijk is dat de te verplaatsen (en vergroten) supermarkt de bestaande structuur niet aan mag tasten. Mede door de toename van het bevolkingsaantal en het grote aantal woningbouwplannen in de directe omgeving is de kans klein dat de vestiging van Lidl op de nieuwe locatie de bestaande structuur en daar gevestigde supermarkten negatief zal beïnvloeden.

- De fijnmazigheid van de structuur van ondersteunende centra is van belang in Almere. De nieuwe locatie van de Lidl doet daaraan geen afbreuk. De supermarkt ligt momenteel binnen een straal van 500 meter van een ander ondersteunend winkelgebied (Lavendelplantsoen). De nieuwe locatie ligt buiten deze straal en ook buiten de 500 meter straal van het stadscentrum van Almere. Verplaatsing versterkt de fijnmazigheid juist.
- Ook qua maatvoering past de nieuwe Lidl-supermarkt in het vigerende detailhandelsbeleid.

BIJLAGE 1 BEGRIPPENLIJST

Bruto verkoopvloeroppervlak (bvo)

Zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.

Distributieplanologisch onderzoek (DPO)

Manier om de (extra) vraag naar detailhandel of winkelgebieden te becijferen. In het DPO wordt een vergelijking van de (ontwikkeling van de) vraag (inwoners in het verzorgingsgebied) met het bestaand aanbod gemaakt.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachttoevoeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Plancapaciteit

Alle in het bestemmingsplan planologische toegestane detailhandelsmeters, thans niet in gebruik zijnde als detailhandel, leegstand inbegrepen.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

BIJLAGE 2 SUPERMARKTAANBOD

NR	FORMULE	ADRES	M ² WVO	KASSA'S	OPMERKING
1	Lidl	Saffraanplein 29-31	800		
2	Albert Heijn	Lavendelplantsoen 60	1.500	20	
3	Jumbo	Geinplein 32-37	1.294	9	
4	Albert Heijn	Botplein 15	2.000	13	
5	Spar City	P.J. Oudweg 4	143	3	Gerealiseerd februari 2022
6	Amazing Oriental	Metropolestraat 64	970	n.b.	Voormalige Plus-vestiging
7	Aldi	Regisseurstraat 1A	710	n.b.	
8	Ekoplaza	Spoordreef 30	411	3	
9	Dirk van den Broek	Korte Promenade 2-6	1.488	11	
10	Tanger	Blekerstraat 14	750	n.b.	Tanger is inmiddels verhuisd van de Zoetelaarpassage naar de Blekerstraat.
TOTAAL ONDERZOEKSGBIED			10.066		
BUITEN ONDERZOEKSGBIED					
11	Albert Heijn	Rimsky Korssakovweg 9	1.470	17	Winkelcentrum Muziekwijk, voormalige C1000
12	Plus	Wim Kanplein 2	1.103	11	
13	Albert Heijn	Watercipesstraat 15	2.000	14	

TABEL 6 SUPERMARKTAANBOD BINNEN EN RONDOM ONDERZOEKSGBIED

Bron: Supermarktgidsonline.nl, Locatus middels opgave Lidl, eigen waarneming

BIJLAGE 3 DISTRIBUTIEVE BEREKENING HUIDIGE SITUATIE

In deze bijlage is de distributieve berekening van de huidige situatie in het verzorgingsgebied opgenomen. De distributieve berekening geeft weer hoe het huidige aanbod functioneert ten opzichte van het landelijk gemiddelde functioneren van supermarkten.

Bij de distributieve berekening voor de huidige situatie zijn de volgende (ken)getallen gehanteerd:

- **Inwoners.** Voor het draagvlak van het verzorgingsgebied is uitgegaan van de bestaande cijfers van CBS Statline, momenteel kent het onderzoeksgebied 22.660 inwoners.
- **Bestedingen per hoofd.** De bestedingen zijn gebaseerd op de Omzetkengetallen 2021 (Panteia en INretail). Per jaar besteedt een gemiddelde Nederlander € 2.135 in fysieke supermarkten. Het inkomen in het onderzoeksgebied ligt 10% onder het landelijk gemiddelde, waardoor het feitelijke bestedingsbedrag hoger ligt. De bestedingen zijn gecorrigeerd naar het lagere inkomen (met een prijselasticiteit van 0,4).
- **Koopkrachtbinding.** Vanwege de kenmerken van het onderzoeksgebied, met centrumsupermarkten en een dicht netwerk van wijksupermarkten, schatten wij de koopkrachtbinding in de huidige situatie in op zo'n 85%. Dit betekent dat van elke euro die bewoners van het onderzoeksgebied uitgeven in fysieke supermarkten, € 0,85 belandt in de kassa's van het hier gevestigde aanbod.
- **Koopkrachttoevloeiing.** We gaan in de huidige situatie uit van een toevloeiing van 30%. Dit betekent dat van elke euro die er in het gebied wordt uitgegeven € 0,30 afkomstig is van inwoners van buiten het onderzoeksgebied. Deze hoge toevloeiing heeft te maken met de mogelijkheden van discounters om klanten uit een groter gebied dan ander supermarkten aan te trekken.
- **Gemiddelde vloerproductiviteit.** De gemiddelde vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde supermarkt per jaar en per m² wvo omzet. In Nederland is de gemiddelde vloerproductiviteit in supermarkten € 8.381 per m² wvo per jaar (exclusief BTW).
- **Gevestigd aanbod.** Als gevestigd aanbod gaan we voor de huidige situatie uit van de 10.066 m² wvo aan supermarkten (met een combinatie van reguliere supermarkten en doelgroepsupermarkten).

PARAMETER	2023
Inwoners	22.660
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.135
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 48
Bestedingspotentieel in € mln., incl. inkomenscorrectie	€ 46
Koopkrachtbinding	85%
Gebonden bestedingen in € mln.	€ 39
Koopkrachttoevloeiing	30%
Omzet door toevloeiing in € mln.	€ 17
Totale bestedingen in € mln.	€ 56
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 8.381
Gerealiseerde vloerproductiviteit/functioneren	€ 5.603
Gevestigd aanbod	10.066

TABEL 7 FUNCTIONEREN HUIDIG SUPERMARKTAANBOD ONDERZOEKSGBIED