

IJsselmuiden, DPO dagelijkse artikelen

Gemeente Kampen



IJsselmuiden, DPO dagelijkse artikelen

Gemeente Kampen

Rapportnummer:	203X01297.086812_2
Datum:	14 december 2015
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer R. Jager
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer
Trefwoorden:	supermarkten, dagelijkse artikelen, DPO, centrumontwikkeling, schaalvergroting
Bron foto kافت:	Hollandse Hoogte 9
Beknopte inhoud:	Dit onderzoek en advies geeft inzicht in de aanbod- en verzorgingsstructuur in IJsselmuiden en de actuele ontwikkelingsmogelijkheden voor de dagelijkse artikelsector. Daarnaast wordt een visie gegeven op de wenselijkheid van uitbreiding van supermarkten en de randvoorwaarden daarvoor.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. SAMENVATTING EN CONCLUSIES	5
3. AANBOD EN VRAAG	9
3.1 Het aanbod kwantitatief	9
3.2 Structuur en kwaliteit	11
3.3 Vraagpotentieel	13
3.4 Koopstromen	14
4. BELEID, PLANNEN EN TRENDS	17
4.1 Inleiding	17
4.2 Detailhandelsbeleid	17
4.3 Plannen in IJsselmuiden en omgeving	19
4.4 Trends en ontwikkelingen	19
5. FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE	23
5.1 Huidig functioneren detailhandel	23
5.2 Toekomstig functioneren detailhandel	24
5.3 Conclusie	25
6. VISIE DAGELIJKSE ARTIKELENSECTOR	27
6.1 Ontwikkelingsperspectief	27
6.2 Buurt-, wijkcentra en verspreide bewinkeling	27
6.3 Visie op de dagelijkse artikelensector	29
6.4 Effecten	31
6.5 Conclusie	32
BIJLAGE	
Bijlage: Begrippenlijst	1

1. INLEIDING

Achtergrond

In 2015 is het detailhandelsbeleid van de gemeente Kampen geactualiseerd. Het beleid dient als ontwikkelings- en toetsingskader voor nieuwe initiatieven.

In IJsselmuiden is in de dagelijkse sector een aantal ontwikkelingen actueel. De planvorming voor het centrumproject Slenke Es verloopt om diverse redenen minder snel dan verwacht en er zijn enkele verzoeken voor verbetering en uitbreiding van supermarkten buiten het centrum.

De gemeente Kampen wil daarom inzicht in de actuele ontwikkelingsmogelijkheden voor de dagelijkse artikelensector in IJsselmuiden. Dit middels een visie op de aanbod- en verzorgingsstructuur en advies over de wenselijkheid van de initiatieven en daarbij eventueel te stellen randvoorwaarden.

Vraagstelling

Voorliggend onderzoek en advies gaat in op:

- Het huidige economisch functioneren van de dagelijkse artikelensector en supermarkten in IJsselmuiden en de uitbreidingsmogelijkheden hiervoor.
- De visie voor de toekomstige dagelijkse artikelenstructuur en daarbinnen de supermarkten.
- Het toekomstperspectief voor supermarkten en in hoeverre en onder welke voorwaarden Slenke Es een geschikte locatie is voor vestiging van een moderne supermarkt.
- De wenselijkheid van de uitbreidingsinitiatieven buiten het centrum.

Opzet rapportage

In hoofdstuk 2 zijn de hoofdconclusies van het onderzoek en advies samengevat. Hoofdstuk 3 beschrijft de aanbod- en vraagstructuur voor de dagelijkse artikelensector. In hoofdstuk 4 komen het detailhandelsbeleid van de gemeente Kampen, plannen en relevante trends en ontwikkelingen in de dagelijkse artikelensector aan bod. Hoofdstuk 5 beschrijft de marktruimte voor dagelijks artikelensector in IJsselmuiden, gevolgd door de visie op de dagelijkse artikelensector en de ontwikkelingsrichting voor de verschillende aankoopplaatsen in hoofdstuk 6.

2. SAMENVATTING EN CONCLUSIES

Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste conclusies uit het onderzoek en het advies. De achterliggende analyses staan in de volgende hoofdstukken.

Compleet aanbod dagelijkse artikelen

IJsselmuiden beschikt in de dagelijkse sector met 14 verkooppunten en 3.775 m² winkelvloeroppervlak (wvo¹), over een redelijk winkelaanbod. Ten opzichte van naar inwonertal vergelijkbare plaatsen valt op dat:

- het aanbod zowel in m² wvo als in aantal winkels duidelijk beneden het gemiddelde in vergelijkbare kernen ligt;
- er vooral minder speciaalzaken zijn;
- drie van de vier supermarkten relatief kleinschalig en solitair gevestigd zijn.

Het in kwantitatieve zin beperkte dagelijkse aanbod is deels te verklaren door de ligging vlakbij Kampen, met een gevarieerd en redelijk sterk supermarktaanbod, maar ook door het kleine aantal speciaalzaken in IJsselmuiden, het ontbreken van kleinere (buurt) winkelconcentraties en de relatief kleine omvang van de supermarkten.

Gemiddeld lage koopkrachtbinding

De inwoners van IJsselmuiden zijn redelijk op het eigen aanbod georiënteerd: 82% van de koopkracht blijft binnen de eigen woonplaats. Ten opzichte van het gemiddelde in naar inwonertal vergelijkbare plaatsen in Oost-Nederland (88% koopkrachtbinding) is dit cijfer echter relatief laag. De nabijheid van Kampen, met een gevarieerd supermarktenaanbod, is hierop van invloed, maar ook de lagere aantrekkingskracht van de lokale verzorgingsstructuur speelt een rol. Het winkelaanbod heeft wel een duidelijke bovenlokale functie. Circa 34% van de totale omzet is afkomstig van buiten de eigen woonplaats.

Bovengemiddeld functioneren

Met een omzet van € 9.400,- per m² wvo (excl. BTW) functioneert de dagelijkse artikelensector op een bovengemiddeld niveau. Het relatief beperkte winkelaanbod, met kleine supermarkten, realiseert bij een gemiddeld lage lokale binding, een hoge vloerproductiviteit. Het landelijk gemiddeld ligt op circa € 7.467,- per m² wvo.

Markt- en uitbreidingsmogelijkheden

In de kern IJsselmuiden is voor dagelijkse artikelensector in de huidige en toekomstige situatie, de markt- en uitbreidingsruimte benaderd. Hierbij is uitgegaan van een beperkt hogere koopkrachtbinding, tot het gemiddelde voor naar inwonertal vergelijkbare kernen in Oost-Nederland. Voor de bevolking is uitgegaan van een voortgaande, kleine bevolkingsgroei van 11.970 inwoners in 2015 naar 12.500 in 2020 en 13.000 inwoners in 2025.

¹ Zie voor de definities van de belangrijkste gehanteerde begrippen bijlage 1.

Tabel 1.1: Ontwikkelingsmogelijkheden dagelijkse artikelensector IJsselmuiden

	2015	2020	2025
Totaal te onderbouwen marktruimte (m ² vvo):	850 à 975	1.300 à 1.550	1.500 à 1.750

Puur cijfermatig is er ruimte voor versterking van de dagelijkse artikelensector. De marktruimte voor 2015 komt in grote lijnen overeen met de benaderde marktruimte voor IJsselmuiden uit de detailhandelsnota uit 2010. Door onder andere de groei van de bevolking neemt de ruimte in de toekomst iets toe.

Visie dagelijkse artikelensector IJsselmuiden

In lijn met het gemeentelijke detailhandelsbeleid uit 2010 en de actualisatie hiervan in 2014, wordt in voorliggend onderzoek geconcludeerd dat versterking van het dorpscentrum van IJsselmuiden met een tweede supermarkt haalbaar en wenselijk is. Dit zowel vanuit kwantitatief, kwalitatief en ruimtelijk perspectief.

Naast versterking van de centrumfunctie van het Markeresplein e.o., kan overwogen worden om een deel van de eventueel resterende marktruimte, te gebruiken om een gezonde balans te houden tussen een sterk dorpscentrum én een goede ruimtelijke spreiding van eigentijdse supermarkten over het dorp. Dit sluit aan bij de gemeentelijke ambitie voor behoud van detailhandelsvoorzieningen op buurt- en wijkniveau, dicht bij de consument (dagelijkse boodschappen)

In de visie zijn de criteria geformuleerd waaraan de wenselijke dagelijkse artikelenstructuur en supermarkten in IJsselmuiden moeten voldoen. Geadviseerd wordt om alléén aan supermarkten die voldoen aan deze criteria, de mogelijkheid te bieden om te moderniseren. Bij het voldoen aan de criteria en dus passendheid in de wenselijke structuur, krijgt de betreffende supermarkt de status 'Buurtsteunpunt'.

Advies

BRO adviseert op basis van het uitgevoerde onderzoek:

1. Vast te houden aan het huidige beleid ter versterking van het Markeresplein e.o. als centrum van IJsselmuiden.
2. Eventueel resterende marktruimte alléén in te zetten voor uitbreiding van supermarkten die voldoen aan de gestelde criteria voor versterking van de wenselijke dagelijkse verzorgingsstructuur op buurt- en wijkniveau.
3. Niet passende supermarkten geen ruimte te bieden voor versterking, te blijven streven naar verplaatsing hiervan naar bestaande winkelcentra en de bestemming op vrijkomende locaties te verwijderen.

Op basis van de vermelde criteria voor versterking van de wenselijke dagelijkse verzorgingsstructuur adviseert BRO de Boni-supermarkt de status 'Buurtsteunpunt' te geven. Hier is een beperkte uitbreiding mogelijk. Beide andere solitaire supermarkten in IJsselmuiden voldoen niet aan de criteria.

Geadviseerd wordt te blijven streven naar verplaatsing hiervan en tegelijkertijd verwijdering van de winkelbestemming (voor in elk geval dagelijkse artikelen) op de vrijkomende locaties.

Effecten op de bestaande detailhandelsstructuur in IJsselmuiden en Kampen

Er zijn geen wezenlijke effecten te verwachten op de detailhandelsstructuur in IJsselmuiden en aan de Kamper zijde van de IJssel. Ook de nieuwe ontwikkeling Stationskwartier zal van de versterking van de dagelijkse verzorgingsstructuur in IJsselmuiden, geen wezenlijke effecten ondervinden.

3. AANBOD EN VRAAG

3.1 Het aanbod kwantitatief

IJsselmuiden telt in totaal 14 dagelijkse artikelenwinkels, met in totaal circa 3.775 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Het merendeel van de winkels verkoopt 'Levensmiddelen'. Dit zijn de zeven (vers)speciaalzaken en vier supermarkten. De twee drogistrijen en één apotheek behoren tot de hoofdbranche 'Persoonlijke verzorging'.

Tabel 3.1: Aanbod dagelijkse artikelensector IJsselmuiden naar hoofdbranche

	IJsselmuiden (11.970 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (10.000 tot 15.000 inwoners)		
	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	11	3.305	300	18	4.660	259
Persoonlijke verzorging	3	470	157	4	670	168
Totaal dagelijkse artikelen	14	3.775	270	22	5.330	242

Bron: Locatus 2015

Relatief beperkt dagelijkse artikelenaanbod

Op 1 november 2015 telde de kern IJsselmuiden 11.970 inwoners². Ten opzichte van plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal zijn er in IJsselmuiden opvallend weinig dagelijkse artikelen winkels. Ook het totale verkoopvloeroppervlak ligt aanzienlijk lager dan in naar inwonertal vergelijkbare plaatsen: 3.775 m² wvo in IJsselmuiden tegen 5.330 m² wvo gemiddeld. Per inwoner is in IJsselmuiden 0,32 m² wvo aan dagelijkse artikelen beschikbaar, t.o.v. 0,45 m² wvo gemiddeld in kernen met een vergelijkbaar inwonertal.

Het verschil is grotendeels te verklaren door de ligging vlakbij Kampen, met een gevarieerd en redelijk sterk supermarktaanbod, met bovendien veelal een moderne maatvoering. In het dorp IJsselmuiden zijn vooral het beperkte aantal speciaalzaken, het ontbreken van kleinere winkelconcentraties en de relatief kleine omvang van de meeste supermarkten belangrijke oorzaken.

Gemiddeld kleine supermarkten

Er zijn in IJsselmuiden vier supermarkten: Aldi, Lidl, Boni en Plus. In totaal beslaan zij ca. 3.100 m² wvo. Met een gemiddelde van circa 770 m² wvo zijn de supers verhoudingsgewijs klein en ook aanzienlijk kleiner dan het landelijk gemiddelde van 950 m² wvo. De supermarkten zijn samen goed voor 82% van het dagelijkse artikelenaanbod in IJsselmuiden. Dit is hoger dan het landelijke aandeel van supermarkten in het verkoopvloeroppervlak van 69%. Dit relatief hoge aandeel komt niet door de omvang van de supers zelf – ze zijn immers klein – maar door het ontbreken van speciaalzaken, zoals eerder geconcludeerd.

² Bron: Gemeente Kampen, november 2015

Kaart 3.1: Supermarktstructuur in IJsselmuiden



Tabel 3.2: Supermarkten IJsselmuiden

Formule	Adres	m ² vvo
Boni	Goudplevier	830
Aldi	Burg. van Engelenweg	790
Plus	Markeresplein	760
Lidl	Graffhorsterweg	710
Totaal		3.090

Bron: Locatus 2015



Van het totale verkoopvloeroppervlak wordt ongeveer de helft ingenomen door de discountformules Aldi en Lidl. Dit cijfer ligt aanmerkelijk hoger dan hun gezamenlijke landelijke marktaandeel (in omzet) van ruim 17%³.

Het marktaandeel van de supermarkten binnen de totale dagelijkse sector groeit landelijk nog steeds, in zowel bestedingen als vloeroppervlak. Momenteel bedraagt het supermarktaandeel in vloeroppervlak landelijk 69%, met een toename van 2 procentpunt alleen al in de afgelopen 5 jaar. In IJsselmuiden ligt het aandeel dus aanzienlijk hoger.

3.2 Structuur en kwaliteit

Winkelstructuur dagelijkse artikelen IJsselmuiden

De dagelijkse verzorgingsstructuur in IJsselmuiden bestaat uit het dagelijkse artikelenaanbod in het centrum, daarbuiten aangevuld met drie solitaire supermarkten en enkele verspreid gevestigde winkels.

Centrum/Markeresplein e.o.

De belangrijkste aankoopplaats in IJsselmuiden is het centrum. Rond het Markeresplein/Hogehuisstraat en verspreid in de Dorpsweg, zijn in totaal 26 winkels gevestigd (dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen) met in totaal 3.500 m² wvo.

Het dagelijkse winkelaanbod beslaat in totaal 1.170 m² wvo en bestaat uit één supermarkt (Plus, ca. 750 m² wvo) en een redelijk compleet basisaanbod van zes (vers)speciaalzaken en één drogist. Plus is de voornaamste trekker, maar is met ca. 750 m² wvo naar huidige maatstaven klein. Op vrijdag is er een kleine warenmarkt. De inrichting van de openbare ruimte is sterk voor verbetering vatbaar.

Er is opvallenderwijs geen leegstand rond het Markeresplein, wat anno 2015 als een positief gegeven mag worden beschouwd. Wellicht is het zelfs een indicatie van enige schaarste aan winkelvastgoed in het centrum.

Voor een dorpscentrum is de wervingskracht niet optimaal, door het ontbreken van een grotere, eigentijdse supermarkt of een tweede complementaire supermarkt. Het winkelaanbod in het centrum is sinds 2006 nauwelijks veranderd.

Slenke Es

Het centrumplan 'Slenke Es' moet de centrumfunctie een impuls geven en verder versterken. Om diverse redenen, waaronder de economische crisis, fusies en overnames van supermarktorganisatie, verloopt de planvorming minder snel dan verwacht. In eerdere planvarianten was sprake van toevoeging van een extra supermarkt, sloop/nieuwbouw en toevoeging van winkels en het realiseren van extra parkeergelegenheid en appartementen.

³ DistriFood/Nielsen, januari 2015

Verspreid dagelijkse artikelenaanbod

Het overige winkelaanbod aan dagelijkse artikelen is in IJsselmuiden met drie solitaire supermarkten en enkele verspreide speciaalzaken erg beperkt. Er zijn geen winkelconcentraties op buurt- of wijkniveau. De supermarkten zijn op onderstaande aspecten beoordeeld.

Tabel 3.3: Supermarkten en kwaliteiten

	Aldi	Boni	Lidl	Plus
Marktsegment	- discount	- midden	- discount	- midden
Externe presentatie	matig - m.n. zijde Burg. Van Engelenweg is (zeer) slecht	voldoende - goed zichtbaar - nette presentatie	voldoende - goed zichtbaar - vanaf Grafhorsterweg	voldoende - matig zichtbaar - vanaf Markeresplein
Ruimtelijke inpassing	slecht - matige inpassing t.o.v. omliggende woningen - geen clustering met winkels - matige relatie met woonbuurten	voldoende - geen clustering met winkels - onderdeel combi-natiegebied voorzieningen (kerk, scholen, medisch) - trekker Action op korte afstand - goede relatie met woonbuurten	redelijk - solitair op gemiddeld terrein (be-drijvigheid/school/sport) - geen clustering met winkels - matige relatie met woonbuurten	goed - wel clustering met winkels - goede relatie parkeren - goede relatie woonbuurten
Bevoor-rading	slecht - aan straatzijde - openlucht - rommelig - omliggende woningen - niet gescheiden van parkeren - conflicten langzaam verkeer	redelijk - aan achterzijde - openlucht - rommelig - geen omliggende woningen - wel gescheiden van parkeren	redelijk - aan achterzijde - openlucht - wel omliggende woningen - niet gescheiden van parkeren	redelijk - aan achterzijde - openlucht - wel omliggende woningen - niet gescheiden van parkeren
Parkeer-capaciteit	40-50	60-70	70-80	50-60 achterzijde + extra op Markeresplein
Bereikbaarheid	voldoende - ontsluiting van parkeren is matig/slecht	goed	zeer goed	goed

Aankoopplaatsen in de omgeving

Het landelijk gebied in de omgeving van IJsselmuiden zoals Kampereiland/Mandjeswaard en de kleinere kernen als Grafhorst (1.000 inw.) en 's-Heerenbroek hebben geen dagelijks winkelaanbod. Ook de Troefmarkt in Wilsum (850 inw.) is recent gesloten. Mede hierdoor heeft IJsselmuiden een goede bovenlokale verzorgingsfunctie.

Aan de andere zijde van de IJssel, is het supermarktaanbod in Kampen nabij. Er is een goede ruimtelijke spreiding van de supermarkten en is er een evenredige verdeling tussen de marktsegmenten. Opvallend is dat veel supermarkten solitair en/of perifeer liggen, zonder ruimtelijk-functionele relatie met de aanwezige winkelcentra. Supermarkt Jumbo aan de Industrieweg verplaatst begin 2016 naar het nieuwe winkelcentrum Hanzewijk.

In totaal zijn er in de plaats Kampen acht supermarkten met samen circa 7.450 m² wvo en een gemiddelde omvang van 931 m² wvo per supermarkt.



3.3 Vraagpotentieel

Bevolking en ontwikkeling

Het dorp IJsselmuiden telt op 1 november 2015 circa 11.970 inwoners⁴. Volgens het Woonplan Kampen 2012-2016⁵, worden er in IJsselmuiden circa 85 woningen per jaar bijgebouwd, met name in uitbreidingsplan De Meer (totaal ca. 350 woningen in de eindsituatie) en rond de Slenke Es. Mogelijk verdwijnt er ook een aantal woningen door herstructurering van corporatiebezit. De verwachting is dat ook in de periode na 2020, de woningbehoefte zal blijven bestaan.

Voor de toekomst wordt uitgegaan van een lichte groei van het huidige inwonertal. Uitgegaan wordt van een geraamd inwonertal voor IJsselmuiden in 2020 van 12.500 inwoners en in 2025 van 13.000 inwoners. Dit is overigens nadrukkelijk een raming.

⁴ Bron: gemeente Kampen, november 2015

⁵ Woonplan Kampen 2012-2016, gemeente Kampen

Bestedingen

Het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Kampen ligt met € 13.200,- per hoofd van de bevolking circa 12,2% onder het landelijke gemiddelde inkomen van € 14.900,-⁶. In de distributie-planologie is het gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen indien het inkomensniveau meer dan 5% afwijkt van het landelijk gemiddelde⁷. Landelijk wordt ca. € 2.462,- aan dagelijkse artikelen besteed⁸. Voor IJsselmuiden wordt gerekend met gecorrigeerde besteding per hoofd van de bevolking per jaar van ca. € 2.385,- aan dagelijkse artikelen.

3.4 Koopstromen

In koopstromen wordt onderscheid gemaakt in koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeiing. De mate waarin de lokale consument zijn bestedingen doet in de eigen gemeente of woonplaats is de koopkrachtbinding. Naast de koopkrachtbinding bestaat een deel van de omzet uit bestedingen van consumenten die niet afkomstig zijn uit het lokale marktgebied. Dat is de koopkrachttoevoeiing.

Matige koopkrachtbinding aan dagelijkse artikelen

Het koopstromenonderzoek Oost-Nederland uit 2015 van de provincie Overijssel geeft een goed en recent inzicht in de koopstromen voor IJsselmuiden⁹. De koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van IJsselmuiden is met 82% redelijk op niveau, zij het in de beneden marge. De afvloeiende omzet komt vrijwel volledig terecht bij de dagelijkse artikelenwinkels in de stad Kampen. In totaal gaat circa 16% van de bestedingen van de inwoners van IJsselmuiden naar winkels in Kampen. Waarschijnlijk zijn deze koopstromen vooral gericht op de landelijk bekende supermarkten die in IJsselmuiden ontbreken (Albert Heijn, Jumbo), drogisten en speciaalzaken. Ten opzichte van 2010 zijn de cijfers onveranderd.

Tabel 3.4: Koopkrachtbinding dagelijkse sector IJsselmuiden

	Binding	
	2010	2015
IJsselmuiden	82%	82%
Overig gemeente Kampen	15%	16%
Elders Nederland	2%	3%
Totaal	100%	100%

Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015, I&O

⁶ Gemiddeld inkomen per hoofd van de bevolking, gemeente Kampen 2012, CBS 2015

⁷ Dit is de 'inkomenselasticiteit'. Uitgangspunt is dat voor elk procent dat het gemiddeld inkomensniveau boven/beneden het gemiddelde ligt, een kwart procent meer/minder wordt uitgegeven aan dagelijkse artikelen

⁸ CBS, Inkomen en bestedingen.

⁹ Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015, I&O, september 2015

In vergelijking met woonplaatsen met 10.000 tot 20.000 inwoners in Oost-Nederland, is de gemeten koopkrachtbinding relatief laag. Deze behalen gemiddeld een koopkrachtbinding van ca. 88%. De korte afstand naar Kampen, met een divers deels eigentijdser (supermarkt)aanbod, speelt hierbij mee, maar ook de matige kwaliteit en spreiding van het eigen supermarktaanbod is een verklaring voor de lage koopkrachtbinding.



Koopkrachttoevloeiing

In IJsselmuiden komt volgens het koopstromenonderzoek 34% van de omzet van buiten de eigen plaats; de 'koopkrachttoevloeiing'. Ongeveer 27% van de totale omzet komt van inwoners uit de rest van de gemeente Kampen, 6% komt van daarbuiten. Dit is een relatief hoog aandeel. Klaarblijkelijk heeft het dagelijkse aanbod in IJsselmuiden een bijzondere aantrekkingskracht.

Tabel 3.5: Aandeel omzet uit toevloeiing IJsselmuiden, dagelijkse sector

	2010	2015
Omzetaandeel uit overig Kampen	25%	27%
Omzetaandeel elders NL	9%	6%
Totaal omzetaandeel van buiten IJsselmuiden	34%	34%

4. BELEID, PLANNEN EN TRENDS

4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk vat het recent geactualiseerde detailhandelsbeleid van de gemeente Kampen samen en beschrijft de voornaamste trends en ontwikkelingen in de detailhandel en voor het consumentengedrag.

4.2 Detailhandelsbeleid

Algemeen

De gemeente Kampen voert al jaren een consistent detailhandelsbeleid. Het huidige detailhandelsbeleid heeft haar basis in het rapport 'Kampen, ontwikkelingsmogelijkheden buurt- en wijkwinkelcentra' uit 2010. In 2014 is het detailhandelsbeleid van de gemeente Kampen geactualiseerd. Dit is beschreven in het rapport 'Kampen, Actualisering detailhandelsbeleid' (november 2014) en inmiddels als gemeentelijk beleid bestendigd. De volgende uitgangspunten staan hierin centraal.

Vraag van de consument is leidend

Een goede voorzieningenstructuur om de lokale en regionale consument zo optimaal mogelijk te bedienen moet centraal staan. Er moet gestreefd worden naar een zo uitgebreid en gevarieerd mogelijk pakket aan winkels op de daarvoor meest geschikte locaties binnen de ruimtelijke en functionele aanbodstructuur.

Heldere positionering winkelgebieden

Kampen streeft naar een evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden elk een eigen rol binnen de structuur vervullen en elkaar aanvullen door hun kenmerken, kwaliteiten en bezoekdoelen. Dit schept duidelijkheid voor de consument en investeerders en versterkt de integrale structuur (combinatiebezoeken).

Compactheid en concentratie

Voor de herkenbaarheid moet worden uitgegaan van compacte winkelgebieden en verspreide bewinkeling moet worden teruggedrongen. De meerwaarde van concentratie c.q. clustering van winkels is dat de bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. Concentratie biedt consumenten gemak, resulteert in meer bezoekers en minder verkeersbewegingen.

Duurzaam ruimtegebruik

Nieuwe ontwikkelingen dienen bij voorkeur plaats te vinden in of aansluitend op bestaande concentraties. De Ladder voor Duurzame Verstedelijking is hierbij bepalend.

Vernieuwing faciliteren

De vernieuwing in de detailhandel gaat in hoog tempo verder. Het is noodzakelijk om (verantwoord) mee te bewegen met de wensen van de consumenten, ondernemers en andere marktpartijen. Waar mogelijk moet medewerking worden verleend aan kwalitatieve impulsen, innovatieve concepten of vervanging van 'oud door nieuw'.

De markt verleiden met duidelijkheid

Een actueel, helder en vasthoudend beleid wordt door (landelijk opererende) retailketens, vastgoedpartijen en belangenorganisaties zeer gewaardeerd en vormt een belangrijk criterium bij investeringsstrategieën.

Ambities gemeente Kampen zijn leidend

Het gemeentelijk detailhandelsbeleid borduurt voort op de geformuleerde ambities:

- De binnenstad is het hoofdwinkelgebied voor Kampen en de regio met een accent op recreatief winkelen en boodschappen doen. Hier bestaat een nauwe relatie met haar functie als toeristisch-recreatieve bestemming.
- Behoud van detailhandelsvoorzieningen op buurt- en wijkniveau, dicht bij de consument (dagelijkse boodschappen).
- Verdere clustering van grootschalig en volumineus aanbod (doelgerichte aankopen).
- Openstaan voor innovatieve detailhandelsinitiatieven met meerwaarde voor de verzorgingsfunctie van de gemeente Kampen.

IJsselmuiden

Voor IJsselmuiden is vooral het beleid gericht op de buurt- en wijkcentra en de verspreide bewinkeling relevant. Het centrum van IJsselmuiden kan vanuit distributieplanologisch perspectief worden beschouwd als een wijk(winkel)centrum, zij het met bijzondere (cultuurhistorische, stedenbouwkundige) kenmerken. Voor buurt en wijkwinkelcentra geeft het detailhandelsbeleid aan dat dat de strategie hiervoor een bestendinging is van het al eerder gevolgde beleid.

Voor IJsselmuiden zijn twee punten uit het detailhandelsbeleid belangrijk:

- **IJsselmuiden centrum** (Markeresplein samen met Slenke Es) heeft het verzorgingsniveau van een wijkwinkelcentrum. Zo mogelijk moeten in deze centra twee supermarkten zijn gevestigd, aangevuld met winkels voor de dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen (groenteboer, bakker, drogisterij, bloemist, huishoudelijke artikelen e.d.);
- De **solitaire supermarkten** in IJsselmuiden consolideren (niet uitbreiden) en zo mogelijk verplaatsen naar het centrum.

4.3 Plannen in IJsselmuiden en omgeving

In IJsselmuiden, en daar waar relevant de rest van de gemeente Kampen, bestaan de volgende plannen voor detailhandel.

IJsselmuiden

Centrum

- Herontwikkeling en versterking met het Centrumplan Slenke Es, met o.a. toevoeging van een complementaire supermarkt (omvang niet bekend), herontwikkeling en/of toevoeging van enkele winkels en de realisatie van appartementen.
- Plus supermarkt: de huidige eigenaar heeft een wens voor uitbreiding (omvang niet bekend)

Overig IJsselmuiden

- Lidl Grafhorsterweg: De afgelopen jaren heeft Lidl diverse verzoeken voor uitbreiding ingediend. Meest recent heeft Lidl in augustus 2015 het verzoek ingediend de huidige supermarkt te herontwikkelen, met een plan met een omvang van 2.000 m² bvo. De gemeente Kampen heeft aan dit verzoek geen medewerking verleend.
- Boni Goudplevier: in het recente verleden heeft de eigenaar diverse malen verzocht om uit te mogen breiden. Het meest recente verzoek is van oktober 2015, waarin de uitbreidingswens uit 2012 om uit te breiden tot 1.065 m² wvo (ca. +240 m² wvo) nogmaals wordt gemotiveerd. De gemeente Kampen heeft hierop nog geen besluit genomen.

Kampen

Vanwege de korte afstand, de - naar verwachting - goede bereikbaarheid en de omvang van de ontwikkeling, zijn in Kampen de volgende ontwikkelingen relevant:

- Herontwikkeling winkelcentrum Hanzewijk: opening begin 2016, o.a. inclusief verplaatsing Jumbo Industrieweg.
- Winkelcentrum Stationskwartier in Kampen-Zuid: nieuw winkelcentrum met detailhandel, waaronder mogelijk twee supermarkten.

4.4 Trends en ontwikkelingen

De consument is veranderlijk. De eisen en het koopgedrag van vandaag zijn al heel anders dan een aantal jaren geleden. Ook de komende jaren zal de consument zich anders gedragen dan vandaag, onder andere door de invloed van talloze ontwikkelingen: vergrijzing, eenpersoonshuishoudens, internet, etc. Het winkellandschap krijgt te maken met een ander soort klant die actiever en creatiever moet worden benaderd.

Schaalvergroting

De trend tot schaalvergroting zet zich door in vrijwel alle winkelbranches. Voor een rendabele bedrijfsvoering is een steeds groter winkelvloeroppervlak nodig. Dat geldt zeker

voor de supermarktbranche. Supermarkten worden steeds groter, ook in kleinere plaatsen. Ook bij discountformules doet deze schaalvergroting zich voor. Moderne vestigingen van Aldi of Lidl omvatten minimaal 1.000 m² wvo. Duidelijk groter dan in IJsselmuideren nu het geval is.

Consument wordt mobieler

Door de toenemende mobiliteit kiest de consument er steeds makkelijker voor om buiten de eigen wijk of woonplaats inkopen te doen en te winkelen. De dagelijkse boodschappen doet men echter bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Er is dus in principe altijd perspectief voor dagelijkse aanbod in plaatsen van voldoende omvang. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, adequate bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc.



Parkeren & bereikbaarheid steeds belangrijker

Het aantal auto's en het autogebruik groeien nog steeds. Het belang van een goede bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden voor winkels en zeker voor supermarkten neemt toe. De consument parkeert de auto liefst 'in' de winkel. Niet voor niets wordt vaak gezegd 'no parking, no business'.

Populariteit webwinkelen stijgt, komst Pick Up Points en maaltijdboxen

De online consumentenbestedingen nemen nog steeds toe. Kleding, reizen en consumentenelektronica voeren daarbij de boventoon. Dagelijkse artikelen worden nog nauwelijks via internet aangeschaft, al kan de komst van Pick Up Points (waar o.a. Albert Heijn en Jumbo mee experimenteren) en experimenten met online supermarkten (zoals Pic-Nic.nl), daar op termijn mogelijk wel verandering in brengen. Ook de opkomst van aan huis bezorgde maaltijd- en versboxen is een opvallende trend.

De rol van supermarkten in boodschappencentra

Binnen de in eerste instantie op boodschappen gerichte wijk- en dorpscentra, zoals het centrum in IJsselmuiden, hebben supermarkten een belangrijke rol. Zij zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. Een doorsnee-supermarkt van 1.000 à 1.200 m² vwo trekt ca. 12.000 bezoekers per week. De andere winkels (dagelijks én niet-dagelijks) en andere centrumvoorzieningen profiteren van deze trekkracht.

De consument combineert het bezoek aan een supermarkt vaak met andere zaken. Onderzoek geeft aan dat in wijkwinkelcentra ca. 70% van de bezoekers in eerste instantie voor supermarktbezoek komt en hiervan combineert bijna de helft (45%) het bezoek ook met andere winkels¹⁰.

Een ander onderzoek¹¹ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een zeer hoog niveau ligt. Hierbij wordt het combinatiebezoek positief beïnvloed als de supermarkt zeer dicht bij de andere winkels ligt. Uit dit onderzoek onder 4.750 bezoekers van supermarkten in 30 centra komt verder het volgende naar voren:

- Gemiddeld loopt 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
- In centra waar de supermarkt een directe ruimtelijke relatie heeft met het overige winkelaanbod (op zeer korte afstand, tot 50 meter en entree in het zicht) ligt het combinatiebezoek door supermarktklanten (73%) beduidend hoger dan in centra waar de supermarkt op afstand en/of buiten het zicht ligt (49%).
- Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten (75%) hoger dan bij klanten van discountsupermarkten (40%).
- De omvang van de supermarkt heeft geen invloed op het aandeel supermarktklanten dat één of meer andere winkels binnen loopt tijdens hetzelfde bezoek.

De onderzoekers komen tot de slotconclusie dat supermarkten een zeer belangrijke bijdrage leveren aan het voortbestaan van een gevarieerd aanbod dagelijkse speciaalzaken in dorps- en wijkcentra. Deze punten zijn vooral voor het centrum van IJsselmuiden van belang.

¹⁰ Strabo 2010: De veranderende rol van de supermarkt in winkelcentra

¹¹ DTnP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

5. FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE

5.1 Huidig functioneren detailhandel

De bevolkingsontwikkeling, bestedingen en koopstromen zijn van grote invloed op het huidig en toekomstig functioneren van de winkels in IJsselmuiden. Door confrontatie van vraag en aanbod wordt het economisch functioneren van het winkelaanbod bepaald. Uit de benadering volgt de vloerproductiviteit: de gemiddelde omzet per m² wvo. Dit is de gangbare indicator voor het economisch functioneren van het winkelaanbod.

Aanbod functioneert bovengemiddeld

Het dagelijkse artikelaanbod in IJsselmuiden functioneert bovengemiddeld. De zeer hoge gemiddelde omzet van circa € 9.400,- per m² wvo (excl. BTW) duidt op een hoge druk op de beschikbare fysieke ruimte bij met name de supermarkten. De winkels zijn feitelijk te klein voor hun verzorgingsfunctie en bieden de consument onvoldoende (bewegings)ruimte.

Het relatief beperkte winkelaanbod, met kleine supermarkten, realiseert bij een gemiddeld lage lokale binding, een hoge vloerproductiviteit. Het landelijk gemiddeld ligt op circa € 7.467,- per m² wvo.

Tabel 5.1: Huidig functioneren dagelijks winkelaanbod IJsselmuiden (excl. BTW)

	2015
Inwoners	11.970
Besteding per hoofd (€)	2.385
Bestedingspotentieel (€ mln.)	28,5
Koopkrachtbinding	82%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	23,4
Koopkrachttoevoeiing	34%
Omzet door toevoeiing (€ mln.)	12,1
Totale besteding (€ mln.)	35,5
Totaal oppervlak (m ² wvo)	3.775
Omzet per m ² wvo (€)	9.400
Vergelijkbare omzet per m ² wvo (€)	7.467
Cijfermatige uitbreidingsruimte	975

Uitgaande van deze cijfers is er in de huidige situatie een behoorlijke (cijfermatige) uitbreidingsruimte te benaderen van bijna 1.000 m² wvo. Deze ruimte is vergelijkbaar met

de benadering voor de uitbreidingsruimte voor IJsselmuiden in het detailhandelsrapport uit 2010¹².

5.2 Toekomstig functioneren detailhandel

Uitgangspunten koopstromen

Op basis van de inschatting van het toekomstige inwonertal, het bestedings- en koopgedrag en ontwikkelingen in IJsselmuiden en omgeving is hieronder de haalbare distributieve ruimte voor de toekomst benaderd. Hierbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- De bevolking in IJsselmuiden zal de komende decennia toenemen tot circa 12.500 inwoners in 2020 en circa 13.000 inwoners in 2025.
- De bestedingen in de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector, maar ook de gemiddelde omzet per m² (vloerproductiviteit) zijn constant gehouden. Het is immers onduidelijk hoe deze zich zullen ontwikkelen.
- Met optimalisering van het winkel- en supermarktenaanbod, kan de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector toenemen tot het gemiddelde voor andere kleinere kernen in Oost-Nederland van circa 88%.
- De koopkrachttoevloeiing zal als percentage omzetaandeel, ongeveer gelijk blijven.

Tabel 5.2: Toekomstig functioneren dagelijks winkelaanbod IJsselmuiden (excl. BTW)

	2020		2025	
	Min.	Max.	Min.	Max.
Inwoners	12.500	12.500	13.000	13.000
Besteding per hoofd (€)	2.385	2.385	2.385	2.385
Bestedingspotentieel (€ mln.)	29,8	29,8	31,0	31,0
Koopkrachtbinding	84%	88%	84%	88%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	25,0	26,2	26,0	27,3
Koopkrachttoevloeiing	34%	34%	34%	34%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	12,9	13,5	13,4	14,1
Totale besteding (€ mln.)	37,9	39,7	39,5	41,3
Totaal oppervlak (m ² wvo)	3.775	3.775	3.775	3.775
Omzet per m ² wvo (€)	10.050	10.550	10.475	10.950
Vergelijkbare omzet per m ² wvo (€)	7.467	7.467	7.467	7.467
Cijfermatige uitbreidingsruimte in m ² wvo	1.300	1.500	1.500	1.750

¹² De becijferde uitbreidingsruimte in de actualisatie van het detailhandelsbeleid uit november 2014 betreft de gehele gemeente Kampen. Op dat niveau kan alleen zicht worden geboden op de 'gemiddelde' uitbreidings(on)mogelijkheden. Tussen deelgebieden in de gemeente kan dit cijfer (sterk) afwijken. Voorliggend lokaal DPO is door de eenduidige geografische afbakening, het gebruik van actuele cijfers (o.a. koopstroomgegevens specifiek voor IJsselmuiden uit het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, sept. 2015) per definitie nauwkeuriger dan een DPO op een hoger schaalniveau.

5.3 Conclusie

Met een omzet van € 9.400,- per m² vwo (excl. BTW) functioneert de dagelijkse artikelen-sector op een bovengemiddeld niveau. Dit heeft voor een deel te maken met het relatief beperkte winkelaanbod en de nogal kleine supermarkten. Er is een distributieve uitbreidingsruimte te benaderen van circa 1.000 m² vwo in de huidige situatie, oplopend tot maximaal circa 1.750 m² vwo in de toekomst, mits er structuurversterking plaatsvindt (zie volgende hoofdstuk).

De hiervoor benaderde distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op diverse aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld weer versnellen of juist vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen stijgen of dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief en richtinggevend.



6. VISIE DAGELIJKSE ARTIKELENSECTOR

6.1 Ontwikkelingsperspectief

IJsselmuiden heeft een relatief beperkt winkelaanbod van dagelijkse artikelen. Buiten het centrumgebied zijn er geen kleinere winkelconcentraties aanwezig, alleen enige verspreide supermarkten. De supermarkten zijn alle relatief klein van omvang en liggen grotendeels op solitaire locaties. Een aantal supermarkten is ruimtelijk minder goed ingepast in haar omgeving. De grootste concentratie winkels ligt in het centrumgebied, rond het Markeresplein. De combinatie van dagelijkse- en niet-dagelijkse winkels, aangevuld met horeca en andere centrumfuncties, zorgen voor een aantrekkelijk en afwisselend centrum. De ruimtelijke inrichting moet echter wel worden verbeterd.

Het perspectief voor de dagelijkse artikelensector is in IJsselmuiden in principe gunstig. Hoewel het aanbod in vloeroppervlak en aantal winkels lager ligt dan andere in vergelijkbare plaatsen, is er wel sprake van een overzichtelijke structuur. Er is een redelijk evenwichtige geografische spreiding van supermarkten over het dorp, waardoor de lokale consumenten veelal op korte afstand beschikken over een supermarkt.

In de huidige situatie en in de toekomst is er kwantitatief (distributief) ruimte voor uitbreiding van het dagelijkse aanbod aanwezig. In dit hoofdstuk wordt aangegeven hoe deze ruimte het meest optimaal benut kan worden, ter versterking van de detailhandelsstructuur in IJsselmuiden.

6.2 Buurt-, wijkcentra en verspreide bewinkeling

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Kampen is beschreven in paragraaf 4.2. In dit beleid is voor de buurt- en wijkcentra de volgende ambitie vastgesteld:

- Een kwalitatief en kwantitatief zo compleet mogelijk aanbod van winkels en verwante publieksfuncties.
- Detailhandel moet bijdragen aan een aantrekkelijk woon- en verblijfsklimaat alsmede een goed investeringsklimaat en meer werkgelegenheid.
- Een overzichtelijk en toegankelijk aanbod, waarbij de 'menselijke maat' voorop staat.
- Een sterk en uitdagend ondernemingsklimaat voor detailhandel, met ruimte voor bij voorkeur innovatieve initiatieven.
- Het behouden van een zo compleet mogelijk pakket aan detailhandelsvoorzieningen op buurt- en wijkniveau dicht bij de consument en het optimaal benutten van kansen voor versterking op dit niveau

Voor IJsselmuiden is vooral het beleid voor buurt- en wijkcentra en voor verspreide bewinkeling belangrijk:

- **IJsselmuiden centrum** (Markeresplein samen met Slenke Es) is een wijkwinkelcentrum. Zo mogelijk moet in dit soort centra twee supermarkten zijn gevestigd, aangevuld met winkels voor de dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen (groenteboer, bakker, drogisterij, bloemist, slijterij, huishoudelijke artikelen e.d.);
- De **solitaire supermarkten** in IJsselmuiden consolideren (niet uitbreiden) en zo mogelijk verplaatsen naar het centrum.

Overweging kwantitatief en kwalitatief

Puur cijfermatig bestaat er relatief veel ruimte voor versterking van de dagelijkse artikeensector in IJsselmuiden. In lijn met het detailhandelsbeleid, wordt geadviseerd deze ruimte in eerste instantie in te zetten om de ambities voor een sterk centrum aan het Markeresplein te realiseren. Vanuit een duurzame ontwikkeling van het centrum met een goed toekomstperspectief, is het realiseren van twee sterke supermarkten aldaar nog steeds de juiste en meest duurzame keuze.

Het gevolg is een sterkere verzorgingsfunctie, die op de langere termijn het voortbestaan van het centrum en de diversiteit aan functies (dus ook niet-dagelijkse winkels, dienstverlening, horeca, maatschappelijk, etc.), optimaal ondersteunt.

Ruimtelijke spreiding en balans in supermarktomvang

Naast versterking van de centrumfunctie van het Markeresplein e.o., kan overwogen worden om de eventueel resterende marktruimte te gebruiken om een betere balans te krijgen tussen een sterk centrum én een goede ruimtelijke spreiding van supermarkten van een eigentijdse omvang over de kern IJsselmuiden, gevestigd op korte afstand van de consument. Dit sluit aan bij de gemeentelijke ambitie voor behoud van detailhandelsvoorzieningen op buurt- en wijkniveau, dicht bij de consument (dagelijkse boodschappen)

Geadviseerd wordt om alléén aan goed gesitueerde supermarkten eventueel de mogelijkheid te bieden om - binnen bepaalde grenzen - te moderniseren. De criteria staan benoemd in paragraaf 6.3. Indien een supermarkt voldoet aan de randvoorwaarden en dus past binnen de wenselijke structuur, krijgt deze de status 'Buurtsteunpunt'.

Geadviseerd wordt om niet goed gesitueerde, ongunstig gelegen en ruimtelijk-functioneel niet goed ingepaste supermarkten geen uitbreidingsruimte te bieden. Verplaatsing hiervan naar een betere locatie, bijvoorbeeld het centrum, met gelijktijdige opheffing van de detailhandelsbestemming op de vrijkomende locatie (in elk geval voor dagelijkse artikelen), zou het uitgangspunt moeten zijn. Dit resulteert in een goede verzorgingsstructuur en duurzame ruimtelijke ordening.

6.3 Visie op de dagelijkse artikelensector

BRO adviseert op basis van het uitgevoerde onderzoek naar de aanbodstructuur, het consumentengedrag, plannen, trends en ontwikkelingen en de voorgaande overwegingen voor een duurzame verzorgingsstructuur t.a.v. IJsselmuiden:

1. Vast te houden aan het huidige beleid ter versterking van het Markeresplein e.o.
2. Eventueel resterende marktruimte alleen in te zetten voor uitbreiding van supermarkten die voldoen aan de gestelde criteria voor versterking van de wenselijke dagelijkse verzorgingsstructuur op buurt- en wijkniveau.
3. Niet passende supermarkten geen ruimte te bieden voor versterking, te blijven streven naar verplaatsing hiervan naar bestaande winkelcentra en de bestemming op vrijkomende locaties te verwijderen.

1. Versterken Markeresplein e.o.

Het centrum van IJsselmuiden is voor de lokale inwoners de belangrijkste aankoopplaats in het dorp. Versterking van deze functie blijft het uitgangspunt. Toevoeging van een complementaire supermarkt van een eigentijdse omvang in dit centrum is de meest duurzame keuze voor het centrum en voor de verzorgingsstructuur in IJsselmuiden.

Supermarkten zijn de grote trekkers voor dorpscentra, ondersteund door een breed pakket aan speciaalzaken. Het centrum van IJsselmuiden, heeft het meeste toekomstperspectief met minimaal twee complementaire supermarkten. Hierdoor wordt een brede doelgroep aangesproken, vanuit een groter verzorgingsgebied dan bij solitaire supermarkten het geval is. De lokale bevolking en de inwoners in het buitengebied worden optimaal verzorgd. Behalve dagelijkse- en niet-dagelijkse winkels profiteren ook andere functies nadrukkelijk van hun wervingskracht, zoals dienstverlening, horeca en maatschappelijke functies. De centrumfunctie wordt hierdoor verbreed en de ontmoetingsfunctie versterkt.

De voorkeur gaat uit naar verplaatsing van één van de solitaire supermarkten in IJsselmuiden, bij voorkeur een discount supermarkt. Eventueel kan de huidige Plus-supermarkt verhuizen naar de Slenke Es, waarbij zich in de vrijkomende ruimte een nieuwe trekker vestigt.

Tevens moet worden gestreefd naar een extra trekker in de niet-dagelijkse artikelensector (Hema, verplaatsing Action, Blokker etc.)

Profiel wijkcentrum Markeresplein

- Accent op dagelijkse artikelen met aanvullend niet-dagelijks artikelenaanbod.
- Trekkersrol vervuld door minimaal twee, bij voorkeur complementaire supermarkten.
- Supermarkten van moderne omvang (servicesupermarkten ca. 1.200 - 1.500 m² wvo, discounters ca. 800 - 1.200 m² wvo)
- De supermarkten worden aangevuld met een zo compleet mogelijk aanbod aan specialzaken in de dagelijkse sector, winkels in de niet-dagelijkse sector en aanvullende centrumfuncties.
- Voldoende draagvlak in de directe omgeving.
- Centrale ligging in het verzorgingsgebied.

2. Verspreide supermarkten in principe onwenselijk

De volgende criteria zijn leidend om te bepalen of supermarkten binnen de wenselijke structuur passen:

- Een goede ruimtelijke spreiding over het stedelijk gebied
- Korte afstanden voor de consument
- Directe relaties met woonbuurten
- Goede functionele relaties met de directe omgeving (combinatie met overige detailhandel of publieksfuncties)
- Een goede ruimtelijke inpassing in de omgeving (bereikbaarheid, verkeer, parkeren en bevoorrading/laden en lossen)

Alleen indien een supermarkt voldoet aan de randvoorwaarden en dus past binnen de wenselijke structuur, krijgt deze de status 'Buurtsteunpunt'.

Op basis van de uitgevoerde analyse voldoet alleen de Boni-supermarkt aan de Goudplevier aan de genoemde criteria. BRO adviseert deze supermarkt de status 'Buurtsteunpunt' te geven. Na aftrek van de uitbreidingsruimte voor het centrumplan Slenke Es, resulteert naar verwachting voldoende uitbreidingsruimte om te voorzien in de modernisering van Boni. Gezien de dorpsverzorgende functie en het profiel van de toekomstige supermarkten in het centrum van IJsselmuiden, wordt geadviseerd uit te gaan van een maximale omvang van ca. 1.000 à 1.100 m² wvo.

De supermarkten van Lidl en Aldi voldoen in diverse opzichten niet aan de gestelde criteria. Dit met name vanwege de decentrale ligging in het stedelijke gebied, de grotere afstanden ten opzichte van de meeste IJsselmuiden consumenten, de matige verbindingen met de woonbuurten en het ontbreken van goede functionele relaties met de directe omgeving. Specifiek voor Aldi geldt daarnaast ook de slechte ruimtelijke inpassing in de directe omgeving en de slechte parkeerontsluiting en bevoorradingssituatie.

3. Niet passende supermarkten

BRO adviseert om supermarkten die niet voldoen aan de criteria voor de wenselijke verzorgingsstructuur op buurt- en wijkniveau, geen uitbreidingsruimte te bieden. Verplaatsing hiervan naar het centrum en het gelijktijdig verwijderen van de detailhandelsbestemming (voor in elk geval de dagelijkse sector) op de vrijkomende locatie, blijft het uitgangspunt. Dit resulteert in een goede verzorgingsstructuur en duurzame ruimtelijke ordening.

6.4 Effecten

Effecten op de bestaande detailhandelsstructuur

Het uitgevoerde DPO voor de dagelijkse artikelensector in IJsselmuiden toont aan dat er ruimte is voor uitbreiding van de dagelijkse artikelensector in IJsselmuiden met circa 1.000 tot (op termijn) 1.750 m² wvo. Versterking van het Markeresplein en toekennen van de status 'buurtsteunpunt' aan één locatie, valt binnen deze ruimte.

In de huidige situatie vloeit vanuit IJsselmuiden jaarlijks ca. € 4,6 mln. aan dagelijkse bestedingen naar de stad Kampen¹³; 16% van het lokale bestedingspotentieel. We veronderstellen dat na structuurversterking de koopkrachtbinding in het dorp toeneemt met maximaal +6% (zie tabel 5.2). Daarvan zal in absolute zin 5% (procentpunt) ten koste gaan van de afvloeiing naar Kampen, i.c. € 1,4 mln. Op de totale dagelijkse omzet in de stad Kampen (€ 85,1 mln.¹⁴) gaat het dus om circa 1,6%. Dit effect is derhalve zeer beperkt.

Naar verwachting kunnen in Kampen vooral de landelijk bekende supermarkten die niet IJsselmuiden zijn gevestigd (Albert Heijn, Jumbo), drogisterijen en dagelijkse speciaalzaken eventueel enige effecten ondervinden.

De nieuwe ontwikkeling Stationskwartier zal door de versterking van de dagelijkse verzorgingsstructuur in IJsselmuiden niet worden bedreigd. De functie van de geplande dagelijkse artikelenwinkels in het Stationskwartier is primair voor de inwoners van de direct omliggende wijken en reizigers per openbaar vervoer. IJsselmuiden ligt op een relatief grote afstand van deze nieuwe woonwijk, zeker voor de dagelijkse boodschappen.

De structuur is leidend

Door de versterking van het centrum en het beperkt uitbreiden van het beurtsteunpunt, kunnen de koopstromen binnen IJsselmuiden veranderen. Individuele winkels kunnen hiervan omzeteffecten ondervinden. De afgelopen jaren hebben kleinschaliger supermarkten en solitaire (vers)speciaalzaken op minder goede locaties, het moeilijker gekregen, onder andere door de voortgaande schaalvergroting van met name supermarkten

¹³ 16% van het totale bestedingspotentieel ad € 28,5 mln., zie tabel 5.1.

¹⁴ Raming o.b.v. 35.663 inwoners, koopkrachtbinding lokaal gemiddeld 89%, toevloeiing 11%.

en de economische recessie. Versterking van het de winkelstructuur kan voor de kleinere, verouderde supermarkten of voor een enkele verspreid gevestigde winkel resulteren in een minder goed functioneren. Dit leidt per saldo echter niet tot een verslechtering van de verzorgingsstructuur.

In de ruimtelijke ordening wordt op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur. Het gaat hierbij om de effecten op de structuur, dus het geheel van de winkelvoorzieningen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is geen ruimtelijk relevant argument. Essentieel is dat de consument moet blijven beschikken over voldoende keuzemogelijkheden op 'aanvaardbare' afstand van de eigen woning (conform de Europese Dienstenrichtlijn).

6.5 Conclusie

De gemeente Kampen kiest in haar detailhandelsbeleid voor versterking van het dorpscentrum aan het Markeresplein en omgeving. Voorliggend onderzoek toont aan dat versterking van het dorpscentrum met een tweede supermarkt haalbaar en wenselijk is. Dit vanuit zowel kwantitatief, kwalitatief als ruimtelijk perspectief.

BRO adviseert op basis van het uitgevoerde onderzoek:

1. Vast te houden aan het huidige beleid ter versterking van het Markeresplein e.o.
2. Eventueel resterende marktruimte alleen in te zetten voor uitbreiding van supermarkten die voldoen aan de gestelde criteria voor versterking van de wenselijke dagelijkse verzorgingsstructuur op buurt- en wijkniveau.
3. Niet passende supermarkten geen ruimte te bieden voor versterking, te blijven streven naar verplaatsing hiervan naar bestaande winkelcentra en de bestemming op vrijkomende locaties te verwijderen.

Op basis van de gestelde criteria voor versterking van de wenselijke dagelijkse verzorgingsstructuur wordt geadviseerd de Boni-supermarkt de status 'Buurtsteunpunt' te geven. Hier is een beperkte uitbreiding mogelijk. De beide andere solitaire supermarkten in IJsselmuiden (Aldi en Lidl) voldoen niet aan de criteria. Geadviseerd wordt om te blijven streven naar verplaatsing hiervan en verwijdering van de winkelbestemming op vrijkomende locaties.

Er zijn geen wezenlijke effecten te verwachten op de detailhandelsstructuur aan de Kamper zijde van de IJssel. Ook de nieuwe ontwikkeling Stationskwartier zal van de versterking van de dagelijkse verzorgingsstructuur in IJsselmuiden, geen effecten van enige omvang ondervinden.

Bijlage: Begrippenlijst

WVO en BVO

Winkelverkoop vloeroppervlak (WVO): de voor het publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte.

Bruto vloeroppervlak (BVO): zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn (incl. magazijn, kantoor, etalage, etc.). Gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

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

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachttoevloeiing

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

