



# Update ruimtelijk-economische studie winkelcentrum Kerschoten in Apeldoorn

Project 20091

Sanne Westerink

Rien Romijn

December 2020



## Inhoud

Update ruimtelijk-economische studie winkelcentrum Kerschoten in Apeldoorn .....	1
Introductie .....	4
<b>1. Inleiding .....</b>	<b>5</b>
1.1 Ligging en uitbreiding Winkelcentrum Kerschoten .....	5
1.2 Doelstelling onderzoek .....	6
1.3 Het verzoek: Ladder voor duurzame verstedelijking .....	6
1.4 Leeswijzer .....	7
<b>2. Detailhandelstructuur Apeldoorn Noord .....</b>	<b>8</b>
2.1 Ligging supermarkten en locatieafweging .....	8
2.2 Structuur Winkelcentrum Kerschoten .....	9
2.3 Gemeentelijk beleid .....	11
<b>3. Winkelcentrum Kerschoten .....</b>	<b>12</b>
3.1 Het uitbreidingsplan .....	12
3.1.2 De Beek door het winkelcentrum .....	13
3.2 Parkeren .....	13
3.3 Leegstand .....	14
<b>4. De marktanalyse .....</b>	<b>16</b>
4.1 Verzorgingsgebied en draagvlak .....	16
4.2 Bevolkingssamenstelling .....	18
4.3 Koopkracht, binding en toevloeiing .....	19
<b>5. De marktonderbouwing en de effecten .....</b>	<b>21</b>
5.1 Kwalitatief .....	21
5.2 Kwantitatief .....	23
5.3 Effecten op de detailhandelsstructuur .....	24
5.4 Toepassing Dienstenrichtlijn .....	27
<b>Bijlage I. Supermarktformules .....</b>	<b>29</b>
De formule DekaMarkt .....	29

Profiel Coop-formule .....	30
Consumentenonderzoek Deloitte (2019) .....	31
<b>Bijlage II. Trends en ontwikkelingen .....</b>	<b>33</b>
Keuze, kwaliteit en beleving in grote winkelgebieden.....	34
Gemak en snelheid in kleine winkelgebieden.....	34
Oude grenzen vervagen steeds verder .....	35
Verruiming winkeltijden.....	35
Doorvertaling trends naar winkelgebieden.....	35
Dagelijks doelgericht.....	36
Dagelijks recreatief.....	36

## Introductie

In oktober 2017 heeft Seinpost Adviesbureau een ruimtelijk-economische studie uitgevoerd naar de uitbreidingsplannen van winkelcentrum Kerschoten in Apeldoorn. Begin 2019 is deze door Seinpost Adviesbureau geactualiseerd. In mei 2020 is Seinpost opnieuw door initiatiefnemer Nieuw Winkel Vastgoed (NWW II B.V.) benaderd voor een actualisatie van de studie. Dit wordt ook wel een distributieplanologisch onderzoek (DPO) genoemd. De gemeente Apeldoorn heeft intussen een reactie gegeven op het onderzoek uit 2019. Daarin wordt o.a. aangegeven dat in het rapport voldoende aandacht nodig is voor de kwalitatieve onderbouwing en dat de gegevens uit het recent uitgevoerde Koopstromenonderzoek (KSO 2019) worden verwerkt.

In de aanpak van deze update is afgesproken dat:

- Er een locatiebezoek gebracht wordt aan het marktgebied vanwege de nieuwe ontwikkelingen (o.a. wijzigingen winkels winkelcentrum Kerschoten en opening Anklaar).
- Er nader wordt ingegaan op een goede afbakening van het verzorgingsgebied;
- Er met de gemeente is afgestemd of er nog plannen zijn met ander supermarktaanbod in de omgeving en dat de meest recente bevolkingsprognoses worden gebruikt;
- De cijfers van het DPO worden aangepast; we maken gebruik van de meest recente bestedingscijfers en normatieve omzetten per m<sup>2</sup> wvo. Aanvullend is het recent uitgevoerde koopstromenonderzoek verwerkt.
- De DPO-berekeningen van de marktruimte zijn toegelicht ten opzichte van de omvang van de beoogde ontwikkeling;
- De bijlagen een update hebben gekregen.

# 1. Inleiding

Winkelcentrum Kerschoten in Apeldoorn stamt uit de jaren '60 en is toe aan vernieuwing. Begin 2015 is gestart met de initiatieffase voor de uitbreiding, actualisatie en optimalisatie van het winkelcentrum. Het wijkwinkelcentrum is vooral een boodschappencentrum. De omvang (ca. 5.000 m<sup>2</sup> bvo) en het aanbod zijn nadrukkelijk gericht op het doen van de dagelijkse boodschappen en niet op recreatief winkelen. Dit is van groot belang om de planvorming te beoordelen. De eigendomsituatie is verdeeld: het vastgoed is anno mei 2020 in handen van 13 verschillende winkelvastgoedeigenaren. En er bevinden zich 26 maisonnettes boven de zuidzijde van van het winkelcentrum.

## 1.1 Ligging en uitbreiding Winkelcentrum Kerschoten

Winkelcentrum Kerschoten is gesitueerd in de gelijknamige wijk die stamt uit de wederopbouwperiode. Het wijkwinkelcentrum ligt in de wijk Kerschoten. Er zijn twee supermarktformules (DekaMarkt en Coop) en verschillende aanvullende winkels gevestigd. Opvallend in dit centrum is dat het gaat om twee fullservice supermarkten, die enigszins concurrerend zijn ten opzichte van elkaar in plaats van een discounter en een fullservice supermarkt die meer complementair zijn. Coop en DekaMarkt zijn al minstens 15 jaar in dit winkelcentrum gevestigd.

De concurrentie in Apeldoorn is hevig. Nieuwe, grotere winkellocaties in Apeldoorn trekken consumenten weg van Kerschoten vanwege een ruimer en moderner aanbod en meer parkeermogelijkheden. Omdat de gemeente Apeldoorn streeft naar een fijnmazige winkelstructuur, zodat de bewoners in de nabijheid boodschappen kunnen blijven doen, moet er geïnvesteerd worden in de herontwikkeling van het winkelcentrum om aantrekkelijk te blijven.

De twee supermarkten zijn de trekkers van het winkelcentrum, waardoor hun exploitatie bepalend is voor de mogelijkheden tot voortbestaan van de andere functies. De beide supermarkten zijn in deze tijd relatief klein van omvang. De vestiging van Coop betreft 1.108 m<sup>2</sup> bvo (886 m<sup>2</sup> wvo). De vestiging van DekaMarkt beschikt over 892 m<sup>2</sup> bvo, circa 714 m<sup>2</sup> wvo<sup>1</sup>. Daarnaast beschikt DekaMarkt over drie bergruimten aan de overzijde van de expeditiestraat. Deze omvang van beide supers voldoet niet aan de huidige maatstaven en dat maakt het winkelcentrum onvoldoende competitief. De supermarkten moeten uitgebreid worden tot een winkelvloeroppervlakte waarop zij marktconform kunnen exploiteren zodat zij ook een trekkende functie voor de andere voorzieningen kunnen behouden. In het uitbreidingsplan wordt in totaal 982 m<sup>2</sup> bvo supermarkt toegevoegd. Coop wordt in dit plan uitgebreid met 171 m<sup>2</sup> bvo en de DekaMarkt met 811 m<sup>2</sup> bvo waarvan 705 m<sup>2</sup> bvo op maaiveld (personeelsruimte op verdieping). Hierbij moet opgemerkt worden dat het gebruik van de drie bergruimtes (inefficiënt in het gebruik) wordt beëindigd zodat per saldo de toename geringer zal zijn. Het winkelvloeroppervlak (wvo) beslaat 80% van het bvo in dit soort winkelgebieden. Coop wordt volgens de planvorming 1.279 m<sup>2</sup> bvo (1.023 m<sup>2</sup> wvo) en DekaMarkt 1.703 m<sup>2</sup> bvo (1.362 m<sup>2</sup> wvo). Er komt circa 785 m<sup>2</sup> wvo supermarkt bij.

---

<sup>1</sup> Op basis van bvo/wvo = 100/80. Deze verhouding is ook voor de toekomstige situatie gebruikt. De genoemde metrages in dit rapport zijn in nauw overleg met Nieuw Winkel Vastgoed en SUM+ Architecten vastgesteld.

De noodzaak voor deze ingreep bij de supermarkten is nu nog groter dan destijds omdat de modernisering en uitbreiding van winkelcentrum Anklaar (het meest dichtbij gelegen winkelgebied in de naastgelegen wijk) in 2019 is afgerond (zie hoofdstuk 2).

De overige extra winkelmeters zijn slechts gering in omvang en zijn van architectonische betekenis i.v.m. de modernisering van winkelcentrum Kerschoten. Deze meters zijn bedoeld voor de overige winkels, dienstverlening en/of horeca. Per saldo is hier sprake van een toename van 165 m<sup>2</sup> bvo voor de hele strip. Elke winkel/horecagelegenheid/dienstverlening dus ca. 10 m<sup>2</sup> bvo. Daarom zal de ruimtelijk-economische studie zich toespitsen op de uitbreiding van beide supermarkten.

## 1.2 Doelstelling onderzoek

Seinpost Adviesbureau is door de initiatiefnemer van het plan Nieuw Winkel Vastgoed gevraagd een ruimtelijk-economische studie uit te voeren voor de uitbreiding aan de zuidzijde van deze supermarkten in Apeldoorn. Ook deze update maakt hier onderdeel van uit. Het onderzoek moet twee vragen beantwoorden:

1. Is er voldoende distributieve marktruimte voor de supermarktsector voor de uitbreiding van beide supermarkten in Apeldoorn, in kwantitatieve en kwalitatieve zin (de overige aanpassingen zijn minimaal);
2. Wat zijn de effecten op de detailhandelsstructuur waarbij rekening wordt gehouden met ruimtelijke overwegingen als het woon-, leef- en ondernemersklimaat en de leegstand.

## 1.3 Het verzoek: Ladder voor duurzame verstedelijking

In de afstemming met de gemeente Apeldoorn dienen in deze rapportage deze twee vragen (paragraaf 1.2) te worden beantwoord. Voor bestemmingsplanwijzigingen is een studie gewenst die de behoefte aan nieuwe detailhandel aantoonst en de ruimtelijke effecten van uitbreidingsplannen op andere winkelgebieden in kaart brengt. Binnen de ruimtelijke ordening ligt steeds meer de nadruk op zorgvuldig en duurzaam ruimtegebruik. De 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' is opgenomen in artikel 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro) als verplicht motiveringsinstrument wanneer sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Per 1 juli 2017 is de Ladder in de Bro aangepast. Uitbreiding met een oppervlak van meer dan 500 m<sup>2</sup> bvo (zoals deze in Kerschoten) moeten op basis van deze Ladder worden beoordeeld. Tevens moet worden bekeken of de jurisprudentie t.a.v. de Dienstenrichtlijn nog nieuwe inzichten vraagt.

In de case van Winkelcentrum Kerschoten is sprake van een herstructurering in bestaand stedelijk gebied. Er is sprake van een bestaand stedelijk gebied wanneer wordt gesproken over *“een bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur”*. Winkelcentrum Kerschoten voldoet aan deze definitie. De uitbreiding van het winkelcentrum betreft detailhandel en is groter dan 500 m<sup>2</sup> bvo: de ontwikkeling wordt daarom beschouwd als een nieuwe stedelijke ontwikkeling. De uitbreiding van het winkelcentrum vindt plaats aan de achterzijde waar nu onder andere parkeren is gesitueerd. De ontwikkeling legt een nieuw beslag op de ruimte waardoor de Laddertoets moet worden toegepast. Door het initiatief aan de hand van de Ladder te onderzoeken en indien haalbaar ruimtelijk te accommoderen, wordt de ruimte in een stedelijk

gebied optimaal benut.

De behoefte in een gebied kan op verschillende manieren worden bepaald. In 2014 is al een kwantitatieve onderbouwing gegeven door MKB. In deze update is meegenomen dat zich een tweede supermarkt aan de Vlijtseweg (Aldi) heeft gevestigd naast een vestiging van DekaMarkt. Ook de omvang en invulling van het vernieuwde winkelcentrum Anklaar is nu duidelijk geworden. Daarnaast moet er sprake zijn van een concreet initiatief. In dit geval gaat het om een initiatief van de Vereniging van Onderhoud, waar Nieuw Winkel Vastgoed deel van uitmaakt als grootste eigenaar met onroerend goed aan de zuidzijde. De behoefte wordt bepaald op verschillende manieren: onder andere door een kwantitatieve distributieve analyse (DPO) en een kwalitatieve analyse. Het is belangrijk te bezien of de uitbreiding van de twee supermarkten de detailhandelsstructuur lokaal en regionaal versterkt. Aandacht wordt hierbij besteed aan de beleidsmatige visie van de gemeente op de detailhandelstructuur, op stedenbouw, winkelleegstand, consumentenwensen en de mogelijke aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

#### **1.4 Leeswijzer**

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de relevante detailhandelstructuur van Apeldoorn. Hier wordt aandacht besteed aan de lokale ontwikkelingen in de detailhandel die relevant zijn voor de winkels in Kerschoten. In het derde hoofdstuk wordt kort stilgestaan bij het uitbreidingsplan van het winkelcentrum en de invloed die dit heeft op de (directe) leefomgeving. Hoofdstuk 4 betreft een marktanalyse waarbij het verzorgingsgebied wordt toegelicht. Hoofdstuk 5 gaat in op de marktmogelijkheden aan de hand van een distributieve analyse. De hoofdstukken samen vormen een analyse van de behoefte en mogelijke markteffecten in het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Ter achtergrondinformatie wordt in de bijlagen ingegaan op de belangrijkste trends op het gebied van detailhandel en meer specifiek voor de dagelijkse sector. De inhoud van de bijlagen wordt als bekend verondersteld bij het lezen van dit rapport.

## 2. Detailhandelstructuur Apeldoorn Noord

### 2.1 Ligging supermarkten en locatieafweging

Het Winkelcentrum Kerschoten is het oudste planmatig opgezette winkelcentrum in de wijk Kerschoten en is goed bereikbaar via de Apeldoornse ring. In de directe omgeving:

- is er een Aldi aan de Koninginnelaan (in 2016 is een grote moderne supermarkt gerealiseerd. Dit was een vernieuwing/vergroting van de bestaande Aldi),
- zijn er twee moderne supermarkten in winkelcentrum Anklaar (Albert Heijn en Lidl) en
- zijn er aan de Vlijtseweg een XL-formule van de DekaMarkt en een Aldi gevestigd.

In ieder van deze concurrerende winkelgebieden is kortgeleden geïnvesteerd. Er zijn geen (uitbreidings)plannen bij de gemeente bekend<sup>2</sup>.

**Figuur 1. Winkelgebied Anklaar (mei 2020)**



Er is in Anklaar ruimte gecreëerd voor een nieuw grootschalig winkelcentrum (inclusief de supermarkten Albert Heijn en Lidl) met gratis parkeren in een ondergrondse parkeergarage, gericht op de toekomstige consument. Het nieuwe winkelcentrum Anklaar is vanaf najaar 2019 in gebruik genomen. Het winkelcentrum heeft nog een aantal leegstaande panden, maar is over het algemeen goed gevuld.

In 2016 is de voormalige DekaMarkt aan de Vlijtseweg (toen 2.150 m<sup>2</sup> wvo) uitgebreid tot een grote DekaMarkt World of Food (2.749 m<sup>2</sup> wvo, bron: Locatus 2020). Er is hier bovendien in 2018 een nieuwe vestiging van Aldi gebouwd (maximaal beschikbaar 2.500 m<sup>2</sup> bvo, huidig ca. 1.000 m<sup>2</sup> wvo). De twee supermarkten liggen direct naast elkaar en maken gedeeltelijk gebruik van dezelfde parkeergelegenheid (parkeergarage) aan de Vlijtseweg. Door de ligging en omvang van deze beide supermarkten hebben zij een veel groter verzorgingsgebied dan dat van Winkelcentrum Kerschoten (Bron: KSO 2019 Oost-Nederland).

---

<sup>2</sup> Voor de rest van Apeldoorn Noord zijn geen harde of zachte plannen bekend bij de gemeente. De gemeente geeft aan dat enkel in winkelcentrum de Eglantier een nieuwe Jumbo wordt gebouwd. Winkelcentrum Eglantier valt buiten het verzorgingsgebied van winkelcentrum Kerschoten, waardoor de gevolgen van een nieuwe Jumbo aldaar te verwaarlozen zijn.



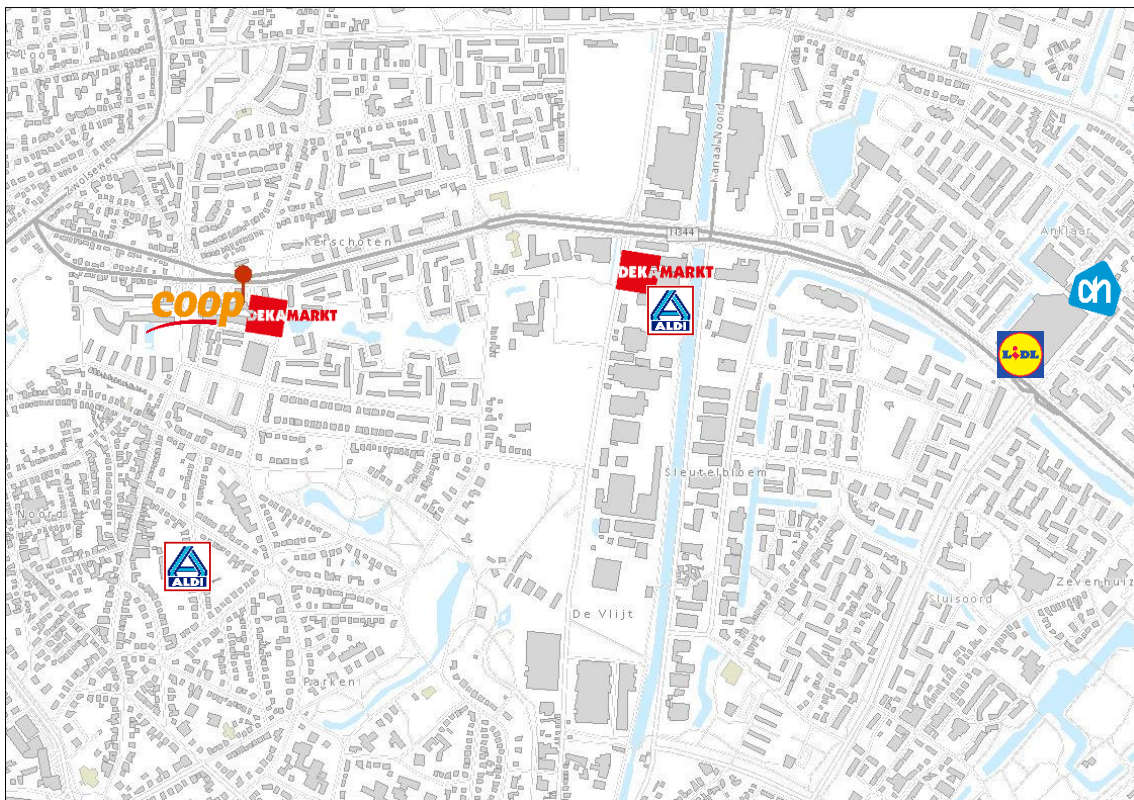
Figuur 2. Aldi Vlijtseweg



DekaMarkt Vlijtseweg



Figuur 3. Supermarktstructuur stadsdelen Noordwest en Noordoost en de ligging van Winkelcentrum Kerschoten



## 2.2 Structuur Winkelcentrum Kerschoten

Winkelcentrum Kerschoten is een van de geheel bewaard gebleven wijkwinkelcentra dat stamt uit de naoorlogse wederopbouwperiode. De winkelwand aan de noordzijde van het winkelcentrum is gebouwd in 1962 en vanwege haar architectuur door de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed benoemd tot een gebied van nationaal belang voor de wederopbouwperiode (1940-1965). Voor dergelijk cultureel erfgoed is de stedenbouwkundige structuur en de groenvoorziening erg belangrijk, wat functieverandering complex maakt.

**Figuur 4. Indruk noordelijke wand winkelcentrum Kerschoten (maart 2019)**



**Figuur 5. Indruk zuidelijke wand winkelcentrum Kerschoten (maart 2019)**



**Figuur 6. Indruk zuidelijke wand winkelcentrum Kerschoten (maart 2019)**



Winkelcentrum Kerschoten kan het beste getypeerd worden als een wijkwinkelcentrum. Winkelcentrum Kerschoten kent een hoog aandeel (vaste) klanten uit de buurt met als bezoekmotief 'dichtbij huis'. De supermarkten zijn gelegen in het centrale deel van het winkelcentrum waardoor de overige winkels kunnen profiteren van combinatiebezoek. DekaMarkt en Coop zijn beide fullservice supermarkten, wat kansen biedt voor het winkelcentrum om ook bezoekers te trekken vanuit de nabijgelegen villawijken. Het winkelcentrum sluit goed aan op de bevolkingssamenstelling en de bezoekers van Kerschoten. DekaMarkt en Coop zijn beide fullservice-supermarkten, waarbij DekaMarkt in het algemeen meer op prijs concurreert en Coop op serviceniveau.

Uit het meest recente Koopstromenonderzoek (2019) blijkt dat Winkelcentrum Kerschoten een marktaandeel scoort van 2,3% omzetaandeel binnen de totale dagelijkse sector van Apeldoorn. Ten opzichte van 2010 en 2015 is sprake van een daling (voorheen respectievelijk 4,4% en 3,7% omzetaandeel in de dagelijkse sector). Dit komt onder andere doordat omliggende winkelgebieden zijn doorontwikkeld, daar waar in Winkelcentrum Kerschoten afgelopen jaren niet is geïnvesteerd. Indien winkelcentrum Kerschoten kwalitatief wordt doorontwikkeld, verwacht Seinpost dat het haalbaar is om qua omzetaandeel terug te komen op het oude niveau. Winkelcentrum Kerschoten scoort in 2019 op de 14<sup>e</sup> plaats van de winkelgebieden in de gemeente (Bron: KSO 2019 Oost-Nederland).

De indruk die Seinpost kreeg bij het bezoek aan winkelcentrum Kerschoten in mei 2020 (i.v.m. deze update van het onderzoek) is dat de situatie t.o.v. 2017 verslechtert. Dit is zichtbaar door het achterblijven van investeringen (onderhoud en vernieuwing) en de groei van de leegstand. Recent is de

openbare ruimte van winkelcentrum Kerschoten echter wel verrijkt met een beek. De noodzaak om nu door te pakken en te komen tot de noodzakelijke investeringen lijkt daarom extra actueel.

Van alle units staan er september 2020 twee leeg. Zie brancheringskaart (figuur 7) inclusief update september 2020.

**Figuur 7. Branchering winkelcentrum Kerschoten 30 - 09 -2020**



Bron: Definitief ontwerp winkelcentrum Kerschoten, Sum+ Architecten, september 2020.

### 2.3 Gemeentelijk beleid

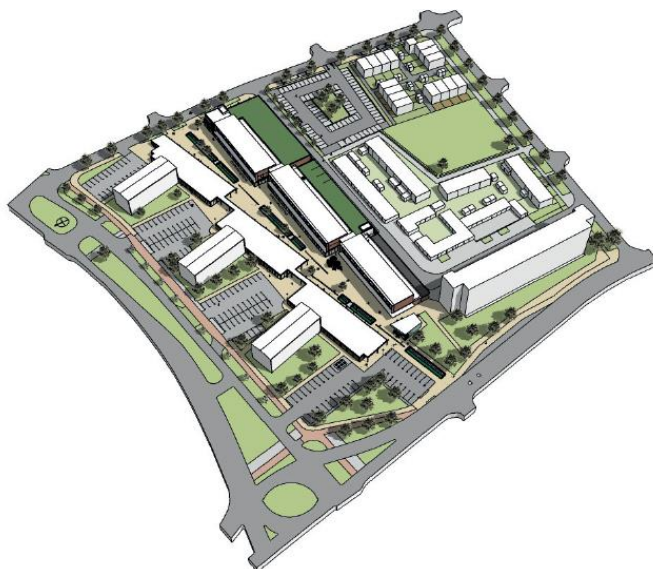
Vanaf de start van het herontwikkelingstraject van Kerschoten is overleg geweest met de gemeente. Hierbij bleek dat de gemeente instemt met het inzicht dat het winkelcentrum toe is aan modernisering en enige uitbreiding. Een belangrijk aandachtspunt is de ruimte die de huidige detailhandelsvisie (Detailhandelsvisie Apeldoorn 2014-2019) biedt voor verbetering en aanpak van de huidige winkelvoorraad. Er is in deze visie ruimte geboden aan marktpartijen om bestaande wijkcentra aan te pakken (en/of te saneren). Op deze manier worden marktpartijen aangespoord om de fijnmazige winkelstructuur van Apeldoorn te verbeteren en in stand te houden. Apeldoorn heeft al decennia een sterk ontwikkelde, planmatige, wijkwinkelstructuur (ook in vergelijking met andere steden van deze omvang). Dit is een beleidskeuze om de inwoners op korte afstand een aantrekkelijk boodschappen aanbod te bieden. Dit uitgangspunt is voor winkelcentrum Kerschoten van groot belang. Al jaren is het winkelcentrum een belangrijke (ontmoetings)plek voor inwoners uit omliggende wijken. Allereerst om hun dagelijkse boodschappen te doen, maar daarnaast heeft het winkelcentrum ook een sociaal-maatschappelijke functie. In de wijk Kerschoten vindt vergrijzing plaats. Juist voor deze doelgroep is het hebben van een dichtbij gelegen winkelcentrum van groot belang.

## 3. Winkelcentrum Kerschoten

### 3.1 Het uitbreidingsplan

Het plan van het winkelcentrum zet in op transformatie van de bestaande detailhandelsmeters en een afgewogen uitbreiding van het winkelvloeroppervlak. Het uitbreidingsplan van winkelcentrum Kerschoten zoals dat nu voorligt, is weergegeven in figuur 8. Daar waar de uitbreiding van de supermarkten noodzakelijk is voor hun voortbestaan, ligt de situatie voor de overige winkels aan de noordzijde van het winkelcentrum anders. De uitbreiding die hier plaatsvindt, is cosmetisch en heeft vooral tot doel het winkelcentrum een betere en meer herkenbare uitstraling te geven. Uitgangspunt bij de transformatie is dat het winkelcentrum zich moet presenteren als een aantrekkelijk winkelgebied. Door in te zetten op een open en transparante uitstraling aan de noord- en westzijde kan het winkelcentrum zich als zodanig manifesteren. De distributieve onderbouwing betreft gezien de impact daarom eigenlijk alleen die van de beide supermarkten.

**Figuur 8. Het uitbreidingsplan van Winkelcentrum Kerschoten**



Bron: Definitief ontwerp winkelcentrum Kerschoten, Sum+ Architecten, december 2019.

#### 3.1.1 Stedenbouwkundige aandachtspunten

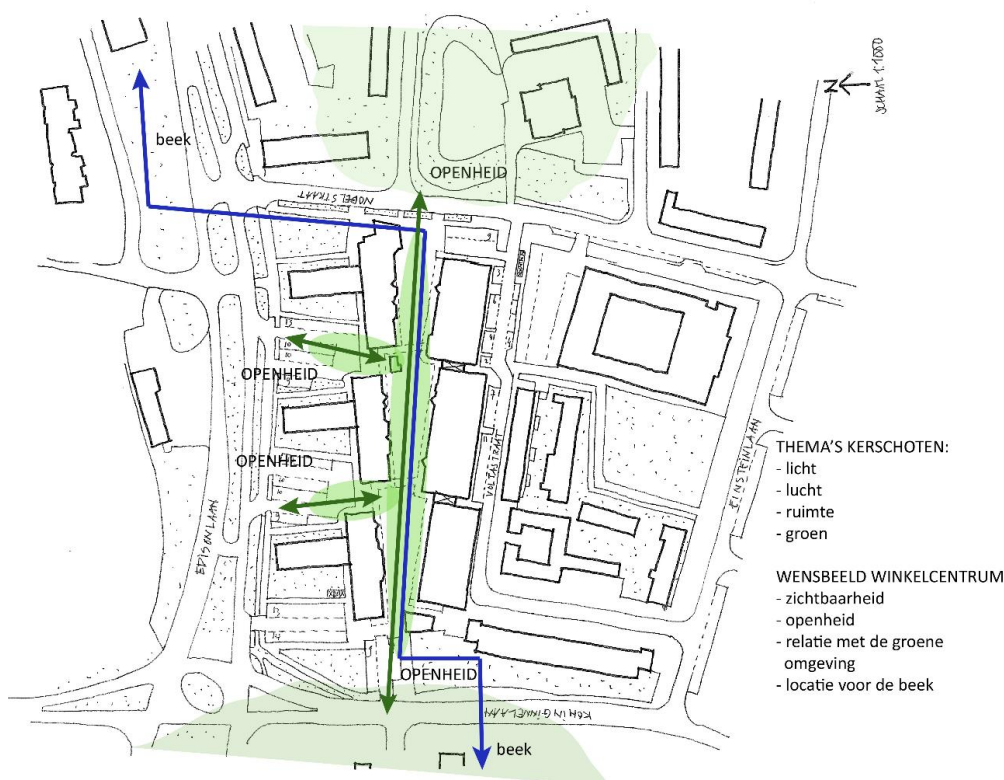
De herontwikkeling brengt een aantal stedenbouwkundige gevolgen met zich mee. Allereerst zijn de stalen luifels verwijderd die in de jaren '80 zijn toegevoegd aan de constructie. De winkelpui wordt naar voren getrokken tot onder de bouwkundige luifel. Het streven is de verbinding van de drie stedenbouwkundige kamers te herstellen. Door deze herontwikkeling blijft de stedenbouwkundige opzet van het centrum met zijn bijzondere cultuurhistorische betekenis volledig behouden. Door de (oorspronkelijke) zichtlijnen van west naar oost te herstellen wordt meer openheid en zichtbaarheid gecreëerd voor de trekkers van het centrum. Zoals te zien op de kaart zijn zowel DekaMarkt als Coop

gelegen aan de zuidzijde van winkelcentrum Kerschoten. De huidige parkeergelegenheden zijn gesitueerd aan de noordzijde van het centrum.

### 3.1.2 De Beek door het winkelcentrum

Het systeem van sprengen en beken is kenmerkend voor Apeldoorn. De gemeente is daarom vanuit ecologisch, cultuurhistorisch en recreatief oogpunt actief met het herstel van dit systeem. In 2011 is besloten dat de beek Kerschoten geheel hersteld wordt en door het winkelcentrum gaat lopen. Deze keuze is gemaakt omdat het centrum beschouwd wordt als belangrijke ontmoetingsplek voor de wijk. De gemeente verwacht dat deze ingreep meer verbinding brengt met de wijk. Ook voegt de beek sfeer en karakter toe wat volgens de gemeente de belevingswaarde van het winkelcentrum verhoogt (Bron: Visie Beek in Kerschoten, 2011). In 2019 zijn de werkzaamheden voor het aanleggen van de beek begonnen. Tijdens de rondgang in mei 2020 blijkt deze te zijn gerealiseerd en is de beplanting aangelegd. De veronderstelde effecten van de aanleg van de Beek worden nog afgewacht met als vraag of ook het economisch functioneren van het centrum een impuls krijgt. Ervaringen in andere winkelcentra leren dat het onderhoud van dit soort openbare ruimte om continue aandacht vraagt.

Figuur 9. Stedenbouwkundige aandachtspunten in de uitbreiding van Winkelcentrum Kerschoten



Bron: Definitief ontwerp winkelcentrum Kerschoten, Sum+ Architecten, december 2019.

### 3.2 Parkeren

Voor de verkeersontsluiting verandert functioneel gezien relatief weinig; de huidige locaties aan de noordzijde worden gehandhaafd. De uitbreiding van de supermarkten moet vertaald worden naar meer

parkeergelegenheden om te kunnen voldoen aan de boodschappenfunctie (volgens CROW normen). Op dit moment beschikt winkelcentrum Kerschoten over circa 156 parkeerplaatsen. Deze worden zowel door bezoekers van het winkelcentrum als door de bewoners van bovenliggende appartementen gebruikt. Dit is te weinig, ook wanneer gerekend wordt op basis van 'dubbel gebruik'. In het concept-uitbreidingsplan voor het winkelcentrum wordt dit aantal uitgebreid met 100 parkeerplekken. Op de hoek van de Nobelstraat wordt een nieuwe parkeerlocatie toegevoegd (+22 parkeerplekken), aan de Voltastraat wordt met name ten behoeve van de supermarkten het bestaande parkeren gebundeld en uitgebreid (+78 parkeerplekken).

### 3.3 Leegstand

In het koopstromenonderzoek 2019 (Bron: KSO 2019 Oost-Nederland) bedroeg de leegstand in detailhandel in Apeldoorn 5%. Dit is lager dan het leegstandspercentage in 2015 (8%) en ligt onder het landelijk gemiddelde (6,7%). Winkelcentrum Kerschoten heeft afgelopen jaren structureel te maken gehad met leegstaande panden. Dit duidt erop dat het winkelcentrum momenteel niet goed in de markt ligt. Dit is te verklaren door de hoognodige vernieuwingsslag waarbij zowel het huidige beperkte supermarktaanbod, als de beperkte parkeermogelijkheden alsook de totale uitstraling fors verbeterd moeten worden. Door te investeren in het winkelcentrum en het aanbod te moderniseren en actualiseren wordt het winkelcentrum aantrekkelijker voor de consument. Verwacht wordt daarom dat de renovatie nieuw leven blaast in Winkelcentrum Kerschoten en daarmee nieuwe winkeliers/ondernemers aantrekt. Hierbij is van belang dat het bestaande MKB tot nu toe goed weet te presteren naar de consument uit de eigen buurt en wijk. Deze 'gunfactor' moet zij weten vast te houden. Tijdens het bezoek aan het winkelgebied in mei 2020 werd dit bevestigd. Ingrepen zijn echt op korte termijn nodig, zowel wat betreft algehele uitstraling als trekkracht van de supermarkten.

#### Leegstand Koninginnelaan

In de nabije omgeving staat slechts één (klein) pand leeg aan de Koninginnelaan waar tientallen ondernemers zijn gehuisvest. De leegstand in dit gebied is uiterst beperkt, de straat biedt een levendig uiterlijk met allerlei speciaalzaken. Gelet op de omvang van het leegstaande pand, is het niet aannemelijk dat daarin een supermarkt zich zal vestigen.

#### Leegstand Vlijtseweg

Bij de realisatie van de planvorming aan de Vlijtseweg is een tweede supermarkt gehuisvest (Aldi naast DekaMarkt). Er is echter ook leegstand, zowel tegenover Aldi als boven naast DekaMarkt. Dit betreft in beide gevallen (tamelijk) grote units.

**Figuur 10. Leegstand aan de Vlijtseweg**



De leegstand aan de Vlijtseweg is ontstaan tijdens de planvorming en duurt nu al een tot vier jaar. Deze locatie is door de afgelegen ligging op een bedrijventerrein slechts geschikt voor winkels die het moeten hebben van autobereikbaarheid en niet van de omliggende buurt. Deze locatie staat daarmee in schril contrast tot de winkelsituatie in winkelcentrum Kerschoten die wijkgericht en kwalitatief hoogwaardig is.

## 4. De marktanalyse

Om cijfermatig de uitbreidingsmogelijkheden voor het winkelcentrum te berekenen moet een aantal aspecten in acht worden genomen. Verschillende ontwikkelingen, zoals de concurrentiepositie en de koopkrachtbinding en -toevloeiing hebben tenslotte effect op de (potentiele) bestedingen in Winkelcentrum Kerschoten.

### 4.1 Verzorgingsgebied en draagvlak

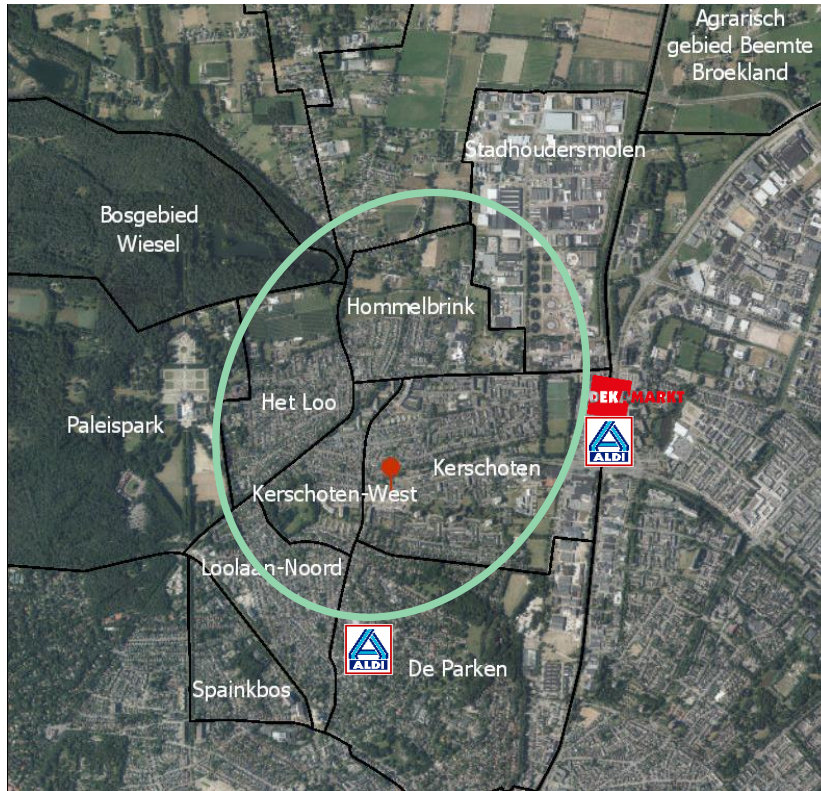
In 2020 telt de gemeente Apeldoorn 163.810 inwoners, waarvan circa 143.280 in de stad Apeldoorn en 20.530 in omliggende dorpen en in het buitengebied. De stad Apeldoorn wordt verdeeld in 8 wijken: Centrum, West, Zuid-West, Zuid, Zuid-Oost, Oost, Noord-Oost en Noord. Winkelcentrum Kerschoten heeft een primair verzorgende functie voor een groot deel van de wijk Noord. Deze wijk telt in totaal circa 12.700 inwoners.

In eerdere onderzoeken (o.a. MKB Adviseurs, 2014) werd een deel van de wijk Noord beschouwd als het primaire verzorgingsgebied van Winkelcentrum Kerschoten. In dit onderzoek wordt een vergelijkbaar verzorgingsgebied gehanteerd.

Het primaire verzorgingsgebied is afgebakend op basis van de loop- en fietsafstand van 5 tot maximaal 10 minuten. Daarnaast is het gebied afgebakend op het noordwesten van Apeldoorn en omgeving. Het primaire verzorgingsgebied wordt daardoor begrensd door Industriegebied de Vliet en de Laan van Kerschoten. **Het primaire marktgebied wordt gevormd door het grootste deel van de wijk Noord. De buurten Het Loo, Kerschoten-West, Kerschoten, Stadhoudersmolen en Hommelbrink behoren in zijn geheel tot het primaire verzorgingsgebied. De buurten Parken en Loolaan-Noord worden voor een kwart toegerekend aan het primaire verzorgingsgebied en voor drievierde aan het secundaire verzorgingsgebied.** De noordelijk gelegen dorpskernen Wenum, Wiesel en Beemte incl. het bijbehorende agrarisch gebied van Wenum liggen op grotere afstand en zijn meegenomen als secundair verzorgingsgebied omdat in deze kernen geen supermarkten aanwezig zijn. Aanvullend behoren de buurten Paleispark en Spainbos tot het secundaire verzorgingsgebied. In figuur 11 is het primaire verzorgingsgebied van winkelcentrum Kerschoten weergegeven.



Figuur 11. Primaire verzorgingsgebied winkelcentrum Kerschoten



In onderstaande tabel 1 zijn de inwoners van het primaire verzorgingsgebied en secundaire verzorgingsgebied weergegeven. Het primaire verzorgingsgebied van winkelcentrum Kerschoten bedraagt 8.116 inwoners. Het secundaire verzorgingsgebied is ter grootte van ongeveer 6.692 inwoners.

Tabel 1 Inwoners primaire en secundaire verzorgingsgebied winkelcentrum Kerschoten

Kenmerk	Buurt	Aantal inwoners 2020	Primair marktgebied	Secundair
8.01	De Parken	2.435	609	1.826
8.02	Spainbos	1.165		1.165
8.03	Loolaan-Noord	2.049	510	1.539
8.04	Het Loo	1.332	1.332	
8.05	Kerschoten-West	1.073	1.073	
8.06	Kerschoten	3.665	3.665	
8.07	Paleispark	54		54
8.08	Stadhoudersmolen	159	159	
8.09	Hommelbrink	768	768	
17.01	Wenum	340		340
17.02	Beemte	140		140
17.04	Wiesel	978		978
17.05	Wenum agrarisch	790		790
			<b>8.116</b>	<b>6692</b>

De supermarkten Aldi en Dekamarkt aan de Vlijtseweg, Aldi Koninginnelaan en AH en Lidl in Anklaar vallen buiten het primaire verzorgingsgebied. Deze zijn uiteraard wel van invloed op de toevloeiing en afvloeiing naar dit gebied. De combinatie en omvang van Dekamarkt World of Food en de nieuwe Aldi resulteert in een verzorgingsgebied dat een groot deel van Apeldoorn bestrijkt. Het is daarom een winkellocatie die het moet hebben van haar autobereikbaarheid. De XL van Dekamarkt is in die zin te vergelijken met een AH XL of Jumbo Foodmarkt.

## 4.2 Bevolkingssamenstelling

De bevolkingssamenstelling en ontwikkeling zegt iets over het lokale draagvlak in het verzorgingsgebied. Het verzorgingsgebied kent een relatief stabiel inwonertal. Volgens prognoses van de gemeente Apeldoorn stijgt de bevolking in Apeldoorn in 2025 van 162.431 inwoners naar 162.630 inwoners, maar in 2030 daalt het aantal inwoners weer naar 162.351. Omdat de daling naar 2030 toe op buurtniveau zeer gering is, gaan wij in dit onderzoek uit van een **constant primair verzorgingsgebied in 2030**.

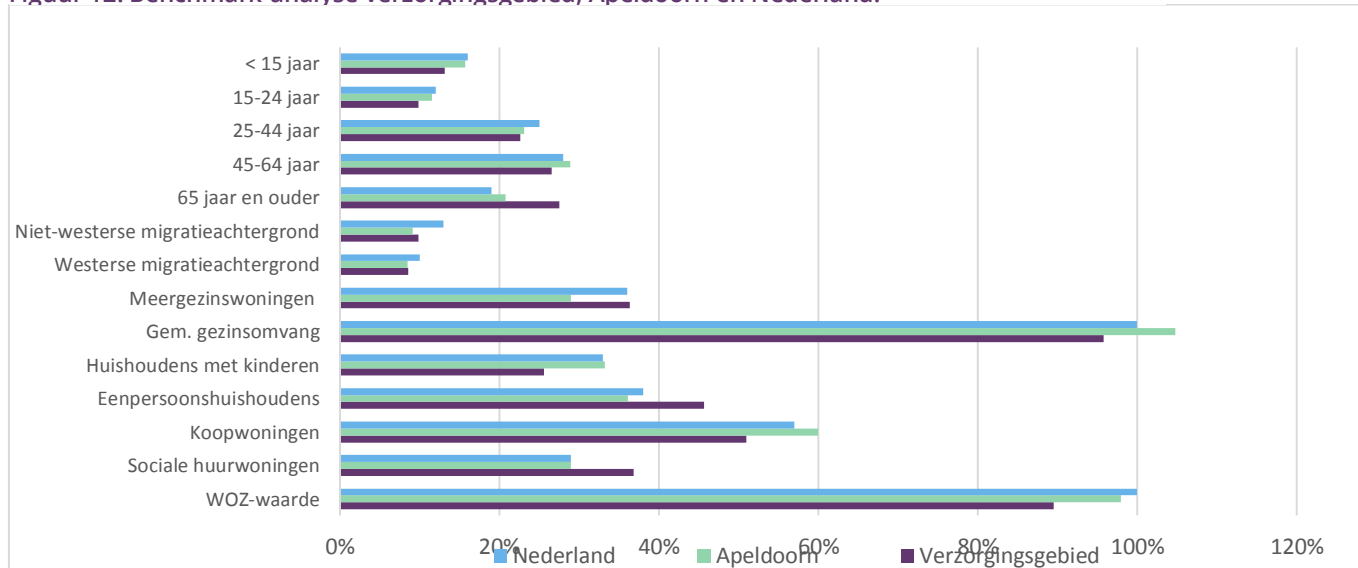
De bevolkingssamenstelling is geanalyseerd aan de hand van een benchmark (zie figuur 12). Op een aantal kenmerken wordt het verzorgingsgebied vergeleken met Apeldoorn en Nederland. Uit figuur 12 blijkt een afwijkend beeld als naar de bevolkingssamenstelling en woningvoorraad wordt gekeken. Er is sprake van een relatief oude bevolking: er wonen gemiddeld minder kinderen en volwassenen tot 64 jaar. De groep 65+ is oververtegenwoordigd in het primaire verzorgingsgebied van winkelcentrum Kerschoten. Dit sluit aan bij de ambitie van winkelcentrum Kerschoten om een dementievriendelijk winkelcentrum te zijn. De buurt Kerschoten (waar circa de helft van het primaire verzorgingsgebied woont) beschikt over relatief veel sociale huurwoningen met een lage WOZ-waarde ten opzichte van Nederland. Dit in tegenstelling tot de buurten Het Loo en Hommelbrink, waar veel koopwoningen zijn met een hoge WOZ-

waarde.

Het inkomensniveau in het primaire verzorgingsgebied verschilt per buurt, maar is gemiddeld genomen vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde. Het aandeel inwoners met een niet-westerse achtergrond is opvallend laag voor een naoorlogse wijk als Kerschoten.

Zoals eerder benoemd is een aantal buurten van de wijk Noord vanwege de afstand (deels) buiten beschouwing gelaten. Wij benaderen deze wijken als secundair verzorgingsgebied vanwege de afwezigheid van een full-service supermarkt in dit gebied. Deze wijken (Parken, Spainkbos) zijn hogere inkomenswijken en westelijk en zuidelijk gelegen van het primair verzorgingsgebied. Naar verwachting is een deel van deze bewoners gericht op Winkelcentrum Kerschoten voor de dagelijkse boodschappen. Discounter Aldi in Parken voorziet in slechts een deel van de dagelijkse behoeften.

**Figuur 12. Benchmark-analyse verzorgingsgebied, Apeldoorn en Nederland.**



Bron: CBS 2019.

### 4.3 Koopkracht, binding en toevloeiing

#### Inkomensniveau

Het inkomensniveau van de gemeente Apeldoorn ligt net onder het gemiddelde besteedbaar inkomen van geheel Nederland. Dit verschil bedraagt circa 2% (Bron: CBS). Het gemiddeld besteedbaar inkomen in Apeldoorn-Noord ligt echter iets hoger dan het gemeente gemiddelde. Er is daarom geen afwijking in de koopkracht opgenomen op basis van inkomensniveau. Landelijk bedragen de gemiddelde bestedingen per persoon in supermarkten € 2.075 (Bron: Omzetkengetallen 2019, Inretail van juli 2020). Op de bestedingscijfers is geen correctie uitgevoerd.

#### Binding en toevloeiing

In het meest recente koopstromenonderzoek (2019) zijn de cijfers voor binding en toevloeiing opgenomen. In dit onderzoek is de binding en toevloeiing in de dagelijkse sector alleen op

gemeenteniveau bepaald. Er zijn geen recente koopkrachtbindingscijfers op winkelcentrumniveau beschikbaar.

Zoals eerder in paragraaf 2.2 aangegeven, is het marktaandeel van winkelcentrum Kerschoten afgelopen jaren teruggelopen. Dit komt o.a. doordat omliggende winkelgebieden zijn doorontwikkeld. In eerdere rapportages werd gesproken over een koopkrachtbinding van 60-70%. Dit percentage is haalbaar indien het winkelcentrum een kwaliteitsimpuls krijgt, maar is anno 2020 niet realistisch. Wanneer we de gegevens van het meest recente Koopstromenonderzoek vergelijken met voorgaande jaren, dan is een teruggang in de dagelijkse omzet van winkelcentrum Kerschoten zichtbaar. Rekenen met een bindingspercentage van 55% in de huidige situatie is realistisch, vooral omdat omliggende winkelgebieden (Koninginnelaan, Vlijtseweg en Anklaar) recent zijn opgeknapt en daardoor modernere en ruimere supermarkten bevatten. Landelijk zien we de wensen van de consument veranderen. Supermarkten moeten uitbreiden om de bezoekers het gewenste serviceniveau en uitgebreide assortiment aan te kunnen bieden. Het winkelcomfort voor de klant staat centraal.

Bij de berekening van de marktruimte in het verzorgingsgebied van Winkelcentrum Kerschoten in 2030 is uitgegaan van een herstel van de binding. Uitgangspunt is een bindingspercentage van 70% vanwege de sterke concurrentiepositie door de aanwezigheid van twee enigszins verschillende fullservice supermarktformules met ieder een eigen signatuur (prijsstelling en service). Naar verwachting leidt de planvorming tot een hogere, meer normale, koopkrachtbinding:

- omdat een groter supermarktaanbod meer assortiment biedt en dit ruimer presenteert (dus aantrekkelijker voor de consument);
- en vanwege de algehele modernisering van het winkelcentrum (inclusief een betere bereikbaarheid en meer en betere parkeermogelijkheden).

De aanwezigheid van verschillende speciaalzaken (waaronder een visspecialzaak) met veel vaste klanten duidt op een hogere binding van de dagelijkse sector als geheel.

In de eerdere analyses voor winkelcentrum Kerschoten is een koopkrachttoevloeiing berekend van 40%. Door ontwikkelingen aan de Vlijtseweg en bij winkelcentrum Anklaar, is dit percentage anno 2020 voor winkelcentrum Kerschoten niet meer haalbaar. Dat zal in de huidige situatie gedaald zijn naar circa 25%. Omdat er sprake blijft van een open marktgebied en een goede bereikbaarheid vanuit het secundaire gebied rekenen wij in dit onderzoek met een toevloeiingspercentage van maximaal 35% indien winkelcentrum Kerschoten een kwaliteitsimpuls heeft ondergaan en de supermarkten zijn uitgebreid. De afwezigheid van full-service supermarkten in de aangrenzende villabuurt (secundair marktgebied) en de afwezigheid van winkels in de omringende dorpen (Wiesel en Uddel) zorgen dan voor een herstel van de toevloeiing naar het winkelcentrum. In tabel 2 staan de koopkrachtbinding en -toevloeiing die zijn gehanteerd in dit onderzoek samengevat.

**Tabel 2. Koopkrachtbinding en -toevloeiing**

	<b>Binding 2020</b>	<b>Binding 2030</b>	<b>Toevloeiing 2020</b>	<b>Toevloeiing 2030</b>
<i>Winkelcentrum Kerschoten</i>	55%	70%	25%	35%

Bron: KSO 2019 Oost-Nederland, bewerkt door Seinpost.

## 5. De marktonderbouwing en de effecten

Na de marktanalyse gaat dit hoofdstuk in op de marktbehoefte. Aan de hand van de Ladder kunnen de gewenste inzichten verschaft worden om te kunnen besluiten over een nieuwe stedelijke ontwikkeling.

### 5.1 Kwalitatief

Winkelcentrum Kerschoten is het enige volwaardige wijkwinkelcentrum in het noordwestelijke deel van Apeldoorn. Dat wil zeggen een combinatie van twee supermarkten en een reeks kleinschalige food- en non-foodwinkels, ambachten, diensten en horeca, omringd door comfortabel ruim parkeren op maaiveld. Winkelcentrum Anklaar ligt in het noordoostelijke deel van Apeldoorn en beide supermarkten Aldi en DekaMarkt World of Food op het bedrijventerrein Vlijtseweg tussen beide winkelcentra in. Aan de Koninginnelaan is een in 2016 gemoderniseerde Aldi gevestigd. Daarnaast bevinden zich er vele specialisten, zoals bijvoorbeeld een slager, een wijnwinkel en verschillende drogisterijen. Deze voorzieningen zijn vooral complementair aan de voorzieningen in winkelcentrum Kerschoten. Winkelcentrum Kerschoten is een winkelcentrumconcept dat zich sinds begin jaren zestig van de vorige eeuw in de markt bewezen heeft. Een groot deel van deze centra in Nederland is recentelijk gerenoveerd en uitgebreid, waarmee duidelijk wordt dat ze voorzien in een blijvende behoefte bij de consument. Kerschoten heeft vanuit dit oogpunt toekomstperspectief binnen de Apeldoornse detailhandelsstructuur.

Daarnaast dient in het kader van zorgvuldig ruimtegebruik (Bro) een stedelijke ontwikkeling in bestaand stedelijk gebied te worden geprefereerd boven een ontwikkeling buiten stedelijk gebied. Deze ambitie is tevens beschreven in de detailhandelsvisie van Apeldoorn. Winkelcentrum Kerschoten is als onderdeel van de wijk Kerschoten tot cultureel erfgoed benoemd. Dat betekent dat de bebouwing in zijn oorspronkelijke architectuur en stedenbouwkundige context zo veel mogelijk herkenbaar moet blijven. Functiewijziging richting wonen, kantoren, openbare functies, etc. is door de specifieke opzet als tweezijdig winkelcentrum met een verblijfsgebied in het midden nauwelijks denkbaar. Een winkelinvulling zoals de huidige, is de beste garantie tot behoud van het totale ruimtelijke ensemble zoals door de overheid beoogd.

De uitbreiding van de supermarkten als onderdeel van een cultuurhistorisch waardevol geacht winkelcentrum creëert een sterke kwalitatieve impuls voor winkelcentrum Kerschoten. Dit is belangrijk voor de supermarkten, maar ook voor het voortbestaan van het gehele winkelcentrum en de concurrentiepositie t.o.v. omliggende winkelcentra. Supermarkten trekken wekelijks circa 10.000 bezoekers naar een wijkwinkelcentrum en zijn daarom van groot belang voor de overige dagelijkse en niet-dagelijkse winkels. Afgelopen jaren is een daling te zien in de omzet van winkelcentrum Kerschoten en is het winkelcentrum verloederd. Deze daling van de omzet is mede het gevolg van de omvang van de huidige supermarkten. Door de beperkte omvang kunnen beide supermarkten in deze tijd niet langer concurreren met omliggende supermarkten die wel over voldoende metrage beschikken en die bovendien uitstekend bereikbaar zijn, inclusief een ruim aanbod aan gratis parkeerplaatsen. Wanneer de supermarkten in winkelcentrum Kerschoten niet de gelegenheid worden geboden om met hun tijd mee te gaan, dan zullen zij op enig moment de huur opzeggen of onderuit gaan. En als de supermarkten 'gaan', dan is het een kwestie van tijd totdat de overige winkels 'gaan'. Om het voortbestaan van dit

winkelcentrum te waarborgen is daarom een kwaliteitsimpuls, inclusief uitbreiding, van groot belang. Alleen als het winkelcentrum gemoderniseerd en uitgebreid wordt, kan het voldoende consumenten blijven trekken.

De huidige supermarkten hebben op dit moment een (te) beperkte omvang: DekaMarkt beslaat 714 m<sup>2</sup> wvo en Coop heeft 886 m<sup>2</sup> wvo. Een supermarkt van een moderne omvang ontbreekt in Winkelcentrum Kerschoten. De moderne consument wil een zo ruim mogelijk aanbod op één winkellocatie. Voor een goed functionerende fullservice supermarkt is daarom minimaal tussen de 1.000 en 1.200 m<sup>2</sup> wvo nodig. Een goed exploitabel oppervlak voor de supermarkten is derhalve noodzakelijk voor het voortbestaan van het winkelcentrum. Winkelcentrum Kerschoten is onderdeel van de detailhandelsstructuur maar vervult momenteel een minimale functie in het supermarktkanaal. Deze functie kan het winkelcentrum beter vervullen wanneer de supermarkten een eigentijdse omvang hebben. De noodzaak voor deze uitbreiding is de afgelopen jaren alleen maar groter geworden. In de omgeving hebben zich supermarkten gevestigd (Aldi) of zijn reeds uitgebreid (Aldi, Dekamarkt, AH en Lidl).

In het begin zal er een situatie zijn waarbij de beide supermarkten groeien naar een normale exploitatie. In eerste instantie zal men genoeg moeten nemen met een lagere vloerproductiviteit. Dit is deels te verklaren doordat de gevestigde supermarkten zullen vernieuwen en uitbreiden met o.a. nieuwe services. Voorbeelden hiervan zijn een koffiecorner, zelfscanning of een afhaalconcept. Beide supermarktformules zetten in op een nieuwe beleving die mensen moet inspireren. Ook wordt daarbij ingezet op comfort door bijvoorbeeld meer ruimte te creëren rondom de kassa's, in de gangpaden en op de versafdelingen. Deze vernieuwingen komen het winkelplezier van alle bezoekers ten goede, maar maken de supermarkten in het bijzonder extra aantrekkelijk voor oudere bezoekers. De bevolking rondom winkelcentrum Kerschoten is sterk aan het vergrijzen, waardoor andere vraagstukken in en rond het winkelcentrum van steeds groter belang zijn (eenzaamheid, dementie, etc.). In die hoedanigheid vervult het winkelcentrum ook een sociaal-maatschappelijke functie, waarbij ontmoeten en gehoord worden van groot belang zijn. Supermarkten van een moderne omvang voorzien in deze maatschappelijke functie, bijvoorbeeld door een koffiecorner.

De uitbreiding van Winkelcentrum Kerschoten speelt in op de grote groep ouderen die in de wijk wonen. Ouderen zijn vaak minder mobiel wat de nabijheid van een supermarkt dichtbij huis erg belangrijk maakt. En die moeten dan ook rollator- en scootmobiel-vriendelijk zijn. De supermarkten blijven gesitueerd in het centrale gedeelte van het centrum. Dit sluit daarmee aan op de gemeentelijke detailhandelsvisie om bestaande wijkcentra te vernieuwen en versterken.

Samenvattend kan geconcludeerd worden dat het hoog tijd is winkelcentrum Kerschoten kwalitatief te versterken. De openbare ruimte moet worden afgerond en daarnaast zijn moderne supermarkten van groot belang, evenals voldoende parkeerplekken. Voor winkelcentrum Kerschoten geldt dat niets doen achteruitgang is. In een omgeving waar omliggende winkelgebieden doorontwikkelen, is dit niet wenselijk en zal dit uiteindelijk grote gevolgen hebben. Naast dat het winkelcentrum cultuurhistorisch van groot belang is, vervult het ook een belangrijke sociaal-maatschappelijke functie. Het is belangrijk dat dit behouden blijft. Door uit te breiden kan het winkelcentrum inspelen op de dynamiek van de supermarktsector en het consumentengedrag. Dit is essentieel i.v.m. het voortbestaan.

## 5.2 Kwantitatief

Er is uitgegaan van een analyse voor alleen de supermarktsector in het primaire verzorgingsgebied (uitleg paragraaf 4.1). Het gaat hier enkel om de huidige Dekamarkt en Coop, immers zijn er geen andere supermarkten aanwezig in het huidige verzorgingsgebied. Het initiatief betreft specifiek de supermarktbranche (het overige is cosmetisch en erg kleinschalig, in totaal 165 m<sup>2</sup> bvo). Eerst zijn de marktmogelijkheden berekend op basis van het huidige winkelvloeroppervlak en daarna die voor de situatie in 2030.

Bij de analyse moeten ook de relevante trends betrokken worden, waaronder de toename van online aankopen. De online aankopen van voeding en andere dagelijkse producten groeien. Inmiddels ligt het marktaandeel van online dagelijkse boodschappen op meer dan 5% volgens GfK, en 4% volgens Strabo (juni 2020). De verwachting is dat dit zal stijgen, volgens ING (2019) naar circa 10% in 2025, volgens Seinpost naar maximaal 5-8%. Wat de blijvende gevolgen zijn van het coronavirus op online boodschappen doen is op dit moment lastig in te schatten. Verwacht wordt dat het aantal mensen dat (af en toe) gebruik maakt van online bezorgdiensten toeneemt. Ook de wens van de consument zal iets veranderen (extra waarde aan grote gangpaden etc.).

Hoewel het online aandeel stijgt, groeit ook het fysieke kanaal. Per saldo zullen de fysieke bestedingen blijven groeien bovenop de verwachte prognose van het marktaandeel van de online bestedingen in de dagelijkse sector.

Bij de berekening van de marktbehoefte is rekening gehouden met de eerder genoemde bevolkingsprognose, de bestedingen per hoofd en de winkelomzet in de supermarktsector. Deze bestedingen zijn exclusief de bestedingen in online aankopen. Er is geen correctie meegenomen in inkomensniveau omdat deze vergelijkbaar is met het Nederlands gemiddelde (zie paragraaf 4.2). Wat betreft bestedingscijfers is gerekend met de gepubliceerde cijfers uit 2020. In de distributieve analyse is daarom aangenomen dat de bestedingen per hoofd constant blijven (voor supermarkten op € 2.075,- excl. BTW). In de huidige situatie is gerekend met de landelijke norm van de omzet per m<sup>2</sup> wvo in de supermarktbranche van € 8.037. Om de toekomstige marktmogelijkheden te bepalen is gerekend met een omzet die 10% lager ligt namelijk € 7.233 per m<sup>2</sup> wvo (Bron: Inretail / Panteia, Omzetkengetallen 2019, 2020). Dit is realistisch voor winkelcentrum Kerschoten omdat het om een uitbreiding van bestaande supermarkten gaat. Hun omzetclaim zal niet evenredig meegroeien met de uitbreiding omdat het accent ligt op meer comfort en ruimte voor de klant. De cijfers in tabel 3 geven een beeld van de uitbreidingsruimte bij supermarkten in dit verzorgingsgebied (Kerschoten) op basis van het en geplande aanbod in 2020 en 2030.

Tabel 3. Uitbreidingsruimte supermarktsector

Marktruimte Benadering	2020	2030
Inwoners verzorgingsgebied	8.116	8.116
Omzet per hoofd gecorrigeerd	€ 2.075	€ 2.075
Bestedingspotentieel	€ 16.841.000	€ 16.841.000
Koopkrachtbinding (in %)	55%	70%
Totaal gebonden omzet	€ 9.262.000	€ 11.788.000
Koopkrachttoevloeiing (in%)	25%	35%
Omzetpotentieel totaal	€ 12.350.000	€ 18.136.000
Gemiddelde omzet per m2 WVO	€ 8.037	€ 7.233 (-10%)
Haalbaar aanbod in M2 WVO	1.537	2.507
Aanwezig aanbod in M2 WVO	1.600	2.385
<b>Uitbreidingsruimte in m2 WVO</b>	<b>-63</b>	<b>122</b>
Omzet per m2 WVO van aanwezig aanbod	7.719	7.604
Afwijking t.o.v. gemiddelde omzet per m2 wvo	-4%	5%

Bron: Inretail / Panteia, Locatus, 2020 & KSO 2019 Oost-Nederland, bewerkt door Seinpost Adviesbureau

Deze berekening toont dat er binnen het verzorgingsgebied voldoende marktruimte is voor uitbreiding van de supermarktsector. De supermarkten in het winkelcentrum Kerschoten zijn de enige supermarkten in het verzorgingsgebied, waardoor de uitbreidingsruimte toe te rekenen valt aan beide supermarktformules. Daarnaast zijn er in het verzorgingsgebied geen leegstaande panden die voldoen aan de eisen voor een nieuwe supermarkt, zodat hiermee geen rekening hoeft te worden gehouden. Tot slot zijn er geen onherroepelijke planologische besluiten die een nieuwe supermarkt toestaan, zodat geen rekening hoeft te worden gehouden met de "harde plancapaciteit". Alle bestemmingsplannen waarin nieuwe supermarkten of de uitbreiding daarvan zijn toegestaan, zijn inmiddels gerealiseerd en bij het bestaande aanbod betrokken.

In totaal wordt met de uitbreiding van Coop en Dekamarkt in de huidige situatie ongeveer 785 m<sup>2</sup> wvo toegevoegd. De prognose voor 2030 geeft - inclusief de uitbreiding van winkelcentrum Kerschoten volgens de planvorming- een resultaat waarbij de berekeningen van de marktruimte vrijwel precies bij aansluit (overschot 122 m<sup>2</sup> wvo in 2030).

De conclusie is dat er straks op basis van de kengetallen en de trends & ontwikkelingen een passende marktruimte voor supermarkten is indien de plannen in zijn geheel doorgaan. Er kan worden voldoen aan de behoefte.

### 5.3 Effecten op de detailhandelsstructuur

De herontwikkeling zorgt voor de modernisering en actualisering van Winkelcentrum Kerschoten, een winkelcentrum dat nauwelijks is aangepast sinds de jaren 60. Doel van de herontwikkeling is om het winkelcentrum van een eigentijds karakter te voorzien. Het winkelcentrum krijgt een meer open karakter met duidelijke zichtlijnen. Dit maakt winkelen aangenamer wat zorgt voor meer binding met de consument. Er wordt daarnaast meer ruimte gerealiseerd voor de supermarkten en de ondersteunende winkels die gebruikt worden voor meer comfort, service en een betere uitstraling richting de consument.



De presentatie van de supermarkten wordt hiermee verbeterd en het assortiment verbreed. Aanvullend wordt ook de parkeervoorziening aangepast.

Het initiatief sluit aan op de detailhandelsvisie van de gemeente Apeldoorn waarin marktpartijen uitgenodigd worden om het bestaande winkelaanbod te moderniseren en uit te breiden. Ook biedt deze visie ruimte voor schaalvergroting van bestaande winkelcentra.

Daarnaast geven de trends aan dat de supermarktsector onderhevig is aan veel dynamiek. De supermarktbestedingen zijn de afgelopen 10 jaar met bijna 30% gestegen en nemen nog steeds toe, het marktaandeel van het supermarktkanaal in de foodbestedingen stijgt, het aanbod groeit mee. Het aantal supermarkten tussen de 1.000 en 2.500 m<sup>2</sup> wwo neemt toe, terwijl het aantal supermarkten met een winkelvloeroppervlak kleiner dan 1.000 m<sup>2</sup> wwo afneemt. Het planconcept voor de uitbreiding van de supermarkten sluit aan op deze ontwikkelingen. Deze uitbreidingen sluiten ook aan op de trend dat de omvang van winkels in winkelvloeroppervlak toeneemt, terwijl het aantal winkels afneemt. Tegen bovengenoemde achtergrond kan de supermarktuitbreiding in winkelcentrum Kerschoten worden gezien als een moderniseringsslag die met elke levensvatbare supermarkt moet worden gemaakt om de balans tussen de verschillende winkelgebieden op wijkniveau te bewaren en de beoogde spreiding van dit soort winkelconcepten ten behoeve van de consument in stand te houden. Ook in winkelcentrum Anklaar zijn dergelijke aanpassingen doorgevoerd, met zelfs nog een groter ruimtebeslag. Deze schaalvergroting moet mede worden gemaakt om de concurrentie aan te kunnen gaan met DekaMarkt World of Food en Aldi aan de Vlijtseweg.

Allereerst behelst de uitbreiding een toevoeging van in totaal 785 m<sup>2</sup> wwo voor de twee supermarkten. Deze is noodzakelijk gezien hun concurrentiepositie. Dit resulteert in een DekaMarkt van circa 1.703 m<sup>2</sup> bvo / 1.362 m<sup>2</sup> wwo en 1.279 m<sup>2</sup> bvo / 1.023 m<sup>2</sup> wwo voor Coop. Beide nieuwe maatvoeringen zijn in de huidige markt passend voor het functioneren van supermarkten op wijkniveau. Coop kiest voor een supermarkt die qua metrage kleiner is dan Dekamarkt, maar past binnen de eigen formule. Met een winkelvloeroppervlak van boven de 1.000 meter ontstaat een moderne supermarkt die goed kan functioneren op wijkniveau. Dit past bij de opzet van het winkelcentrum. De overige speciaalzaken in het winkelcentrum liften mee op dit verbeterde supermarktaanbod.

Het plan is met name kwalitatief ter optimalisering van de supermarkten en ter actualisering van het winkelcentrum. Op basis van de analyse is hiervoor de benodigde marktruimte geconstateerd in het eigen verzorgingsgebied. De uitbreiding resulteert naar verwachting niet in de sluiting van een andere supermarkt in de nabije omgeving. Die hebben hun eigen marktsegment (Aldi) of hun eigen marktgebied (AH en Lidl voor Apeldoorn Noordoost) en DekaMarkt World of Food voor heel Apeldoorn (gezien de opzet van deze XL). Er is in de behoefteberekening ook geen extra toevloeiing vanuit andere wijken meegenomen dan die vanuit de buurten in het zuiden of de dorpen in de omgeving (zie paragraaf 4.2). De effecten van de herontwikkeling van Kerschoten op de detailhandelsstructuur en het kernwinkelgebied zullen derhalve beperkt blijven.

Daarnaast zal er, ook na de geplande uitbreiding, geen sprake zijn van ontwrichting in de detailhandelsstructuur. De kans is reëel dat de leegstand die op dit moment bestaat in het winkelcentrum makkelijker en beter ingevuld wordt in de nieuwe situatie, omdat het winkelcentrum dan

veel aantrekkelijker is voor consumenten en daarmee voor ondernemers. Kerschoten is als wijkwinkelcentrum op voldoende afstand van het kernwinkelgebied en het concurrerende winkelgebied Anklaar gelegen. Het is als winkelcentrum ook beperkt van omvang. Het is derhalve niet te verwachten door de beoogde uitbreiding van het winkelcentrum Kerschoten structurele leegstand zal ontstaan in het winkelcentrum, of daarbuiten.

Aldi aan de Koninginnelaan en DekaMarkt World of Food en Aldi Vlijtseweg hebben hun eigen verzorgingsgebieden. Er is gerekend met een koopkrachtafvloeiing van 30%. Dit aandeel past prima in het marktaandeel van de Aldi (landelijk 6%). Aldi werkt als discounter ook aanvullend op de beide fullservice supermarkten van Kerschoten. Bij DekaMarkt World of Food is sprake van 'eigen' concurrentie. Deze supermarkt functioneert gezien de schaal en kwaliteit op stedelijk niveau. Dat geldt eveneens voor Aldi. De komst van Aldi naar de Vlijtseweg is eerder concurrerend voor haar (eigen) positie aan de Koninginnelaan dan voor de fullservice supermarkten in Kerschoten of Anklaar. Naar verwachting zal de herontwikkeling van Winkelcentrum Kerschoten van beperkte betekenis zijn op het functioneren van winkelcentrum Anklaar. De toename van het bindingspercentage van Kerschoten (het primaire eigen verzorgingsgebied) zal enige invloed hebben op de omzet van de supermarkten in de omgeving. De hogere binding heeft minder verspreide afvloeiing tot gevolg. Het verwachte effect hiervan zal relatief beperkt blijven doordat dit omzetverlies gedeeld wordt door de verschillende (solitaire) supermarktlocaties. Afgelopen jaren is de dagelijkse omzet van winkelcentrum Kerschoten teruggelopen. Door de supermarkten nu uit te breiden, kunnen ze concurreren met omliggende supermarkten en daardoor in omzet stijgen richting het oude niveau. Door een kwaliteitsimpuls zal de marktpositie herstellen. Voor de consument blijven er sowieso altijd supermarkten beschikbaar binnen fiets- en loopafstand.

De modernisering zorgt voor een toekomstbestendige locatie waar de consument op een aanvaardbare afstand in zijn eerste levensbehoeften kan voorzien. Een investering in een aantrekkelijke winkellocatie in de wijk sluit daarmee aan op de ambitie om de fijnmazige structuur van de detailhandel in Apeldoorn te versterken (detailhandelsvisie 2014-2019). De realisatie van een modern winkelcentrum met uitbreiding van de twee fullservice supermarkten doet recht aan de spreiding van wijkwinkelgebieden en versterkt het totale voorzieningenniveau in Apeldoorn. Door de beoogde uitbreiding en kwalitatieve verbetering blijft de belangrijke functie op wijk- en buurtniveau behouden (inclusief de sociaal-maatschappelijke functie). Hoewel er leegstand is in winkelcentrum Kerschoten, is er in de wijk (al jaren) eigenlijk geen leegstand m.u.v. die aan de wijkgrens liggende bedrijventerrein aan de Vlijtseweg. Maar dat betreft winkelfuncties die op een bedrijventerrein thuishoren en niet passen binnen een fijnmazige detailhandelstructuur gericht op het doen van de dagelijkse boodschappen.

De herontwikkeling moet helpen winkelcentrum Kerschoten bij de tijd te houden en biedt daarmee een oplossing voor de recentelijke leegstand. Het huidige beeld voor nieuwvestiging/heropvulling laat te wensen over. De uitbreiding om mee te gaan in de sterke concurrentiestrijd is in die zin een noodzakelijke voorwaarde. Er moet nu i.v.m. de toenemende concurrentie geïnvesteerd worden. Hiermee kan tevens de bestaande waarde van het cultuurhistorische erfgoed behouden worden. Het woon- en leefklimaat wordt hierdoor niet verder aangetast maar naar verwachting juist verbeterd.

Aan de hand van de Ladder is aangetoond dat sprake is van een behoefte aan het initiatief van Winkelcentrum Kerschoten. Deze behoefte is berekend door middel van een distributieve analyse en een kwalitatieve analyse. De uitbreiding van de supermarkten en de bijbehorende parkeergelegenheid is noodzakelijk voor het behoud van de huidige (buurt)functie (het eigen ruimtelijke verzorgingsgebied). Bovendien kan de uitbreiding zo worden opgevangen binnen bestaand stedelijk gebied en zijn de eigenaren bereid te investeren in de modernisering van Winkelcentrum Kerschoten. Het is daarom logisch dat de uitbreiding van de supermarkten hier wordt gehuisvest. De uitbreiding versterkt daarmee ook de lokale fijnmazige detailhandelsstructuur.

#### 5.4 Toepassing Dienstenrichtlijn

Sinds de uitspraak van Appingedam (Europese Hof) is de jurisprudentie t.a.v. de Dienstenrichtlijn veranderd. Deze richtlijn is van toepassing verklaard op detailhandel. In artikel 14 lid 5 Dienstenrichtlijn is opgenomen dat de overheden de toegang tot of de uitoefening van een dienstenactiviteit op hun grondgebied niet afhankelijk mogen maken van de toepassing van economische criteria, waarbij:

- de verlening van de vergunning afhankelijk wordt gesteld van het bewijs dat er een economische behoefte of marktzaak bestaat;
- van een beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van de activiteit, of;
- van een beoordeling van de geschiktheid van de activiteit in relatie tot de door de bevoegde instantie vastgestelde doelen van economische planning.

Een bestemmingsplan (c.q. omgevingsplan) kan eisen in de zin van de Dienstenrichtlijn bevatten. Onder het begrip 'eis' valt onder meer 'elke verplichting, verbodsbepaling, voorwaarde of beperking uit hoofde van de wettelijke en bestuurlijke bepalingen van lidstaten' (artikel 4, punt 7 Dienstenrichtlijn). In het huidige bestemmingsplan van Kerschoten wordt overigens geen onderscheid gemaakt in soorten winkels.

Het Hof van Justitie trekt dus de conclusie dat de bestemmingsplanvoorschriften, voor zover zij betrekking hebben op de detailhandel in supermarkten, binnen de werkingssfeer van de Dienstenrichtlijn vallen en daarom getoetst moeten worden op eventuele strijdigheid of conformiteit met de Dienstenrichtlijn. (bron: <https://europadecentraal.nl/praktijkvraag/is-dienstenrichtlijn-toepassing-op-detailhandel-supermarkten/>)

De gemeente zal dus moeten toetsen of de eis die zij stelt in het bestemmingsplan (namelijk een maximale verkoopvloeroppervlakte voor supermarkten)

- niet op economische criteria gegrond is,
- voldoet aan de beginselen van non-discriminatie, evenredigheid en proportionaliteit, en
- of de eis eventueel gerechtvaardigd kan worden op grond van dwingende redenen van algemeen belang.

De vraag is hoe de gemeente planologisch zal omgaan met het nieuwe bestemmingsplan. Als daar wordt aangeduid waar en hoe groot supermarkten mogen worden dient dit tegen het licht van de werking van de Dienstenrichtlijn te worden gehouden.

In het onderzoek van Seinpost wordt niet uitgegaan van economische criteria maar van ruimtelijk-economische criteria (de wijk, de leefbaarheid, de ligging in de wijk van het winkelgebied en het functioneren van een wijkwinkelcentrum) evenals sociaalmaatschappelijke criteria (belang winkelcentrum voor inwoners). De omvang van de nieuwe beoogde supermarkten is er een die past bij het functioneren van deze twee bedrijven (Coop en Dekamarkt) en zij sluit ook aan op ontwikkelingen elders en die in de directe omgeving. Hierbij zijn actuele gegevens gehanteerd. De belangrijkste reden die er is om mee te werken aan deze beide uitbreidingen (Coop en Dekamarkt) is de positie van het hele winkelgebied, deze komt in gevaar als de modernisering geen gestalte kan krijgen. Dit past bij het al jaren gehanteerde beleid van de gemeente Apeldoorn voor haar wijkwinkelcentra. Bij de onderbouwing is in dit onderzoek rekening gehouden met de positie van andere supermarkten en hun verzorgingsniveau en –segment.

Concluderend is het beleid van de gemeente Apeldoorn erop gericht de dienstenactiviteit detailhandel, met inbegrip van supermarkten, in wijkwinkelcentra als Kerschoten te versterken. Op andere locaties zoals bedrijventerreinen worden de mogelijkheden voor deze vormen van reguliere detailhandel beperkt. Dit beleid komt ten goede aan de leefbaarheid en vitaliteit van de winkelgebieden en voorkomt leegstand. Het is een dwingende reden van algemeen belang om vanuit deze doelen vestigingseisen te stellen buiten de winkelgebieden en de vestigingsmogelijkheden in met name de wijkwinkelcentra te faciliteren.

## Bijlage I. Supermarktformules

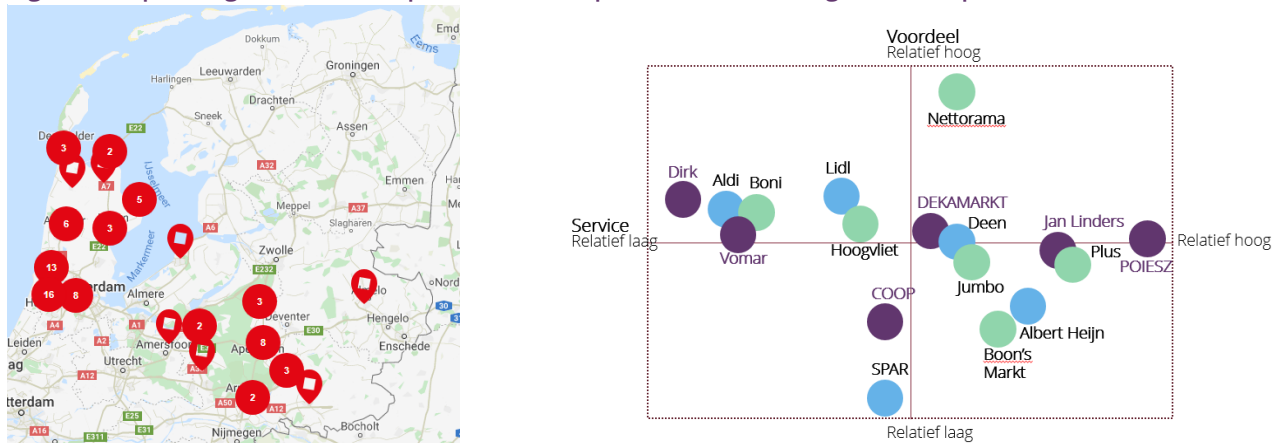
### De formule DekaMarkt

DekaMarkt is een regionale supermarktformule die met name actief is in Noord-Holland, het noordelijke deel van Zuid-Holland en Gelderland. DekaMarkt exploiteert circa 81 supermarkten, bij een totale omvang van circa 107.400 m<sup>2</sup> wvo (Bron: Locatus 2020). In 2014 lag dat cijfer op 93.000 m<sup>2</sup> wvo, en in 2010 op 86.000 m<sup>2</sup> wvo. DekaMarkt is daarmee een snel groeiende supermarktformule in Nederland (bron: Locatus, Top 100 formules in Nederland).

DekaMarkt is onderdeel van Detailresult Groep, met als zusterbedrijf Dirk van den Broek, en behoort samen met 13 andere supermarktformules tot de inkooporganisatie Superunie. De omzet van Detailresult is van gestegen van € 1,99 miljard in 2014 naar € 2,1 miljard in 2018.

DekaMarkt onderscheidt zich van andere supermarktformules door zich te profileren als service-supermarkt met een vriendelijke prijsstelling. Zij is in het kerstrapport 2019 als zevende geëindigd. In de vier kwadranten gerangschikt naar Voordeel en Service naar het oordeel van de consument ligt DekaMarkt precies centraal in de figuur (zie figuur 13).

Figuur 12. Spreiding DekaMarkt-supermarkten, en prestatie-waarderingsniveau supermarkten



Bron: Site DekaMarkt, GfK panelservices en Foodmagazine

DekaMarkt hanteert verschillende supermarktconcepten: van buurtsupers, reguliere supermarkten tot regiosupers. De World of Food is het grootste concept dat nu wordt toegepast in Beverwijk in het Marlo Center. De supermarkt beschikt over een wokrestaurant, uitgebreide versafdelingen, een koffie- en notenbranderij, een chocolatier en een bar voor smoothies. Daarnaast is er een drogisterijafdeling met 220 zelfzorggeneesmiddelen en de 'World of Beauty' met 250 artikelen voor wellness en persoonlijke verzorging. Op basis van de lokale winkelervaringen worden elementen uit de World of Food ingevoerd bij de andere DekaMarkten maar dan op kleinere schaal.

**Figuur 13. Impressies World of Food en kidscorner Dekamarkt Santpoort-Noord.**



Sommige Dekamarkten hebben een DekaDrive om de online bestelde producten af te halen, besteld via de site of de Deka App.

Een aantal Dekamarkten beschikt over een groot non-food assortiment, dat kan straks ook in Santpoort-Zuid het geval zijn. De nieuwe Dekamarkt in Krommenie is in 2013 verkozen tot de mooiste supermarkt. In de nieuwe winkels hanteert Dekamarkt het marktconcept, waarbij de supermarkt de uitstraling krijgt van een markt, met meer beleving.

### Profiel Coop-formule

Er zijn in Nederland circa 317 Coop-supermarkten (bij een totale omvang van 247.550 m<sup>2</sup> wvo). De winkels opereren onder de namen Coop, CoopCompact en Coop Vandaag (bron: [www.Coop.nl](http://www.Coop.nl)). De formule is de laatste jaren sterk gegroeid in aantal vestigingen vooral vanwege de overname van een flink aantal C1000-supermarkten. Coop scoort het beste onder de oudere klanten, 32,4 procent van de omzet is afkomstig van gezinnen waarvan de hoofdkostwinner gepensioneerd is of met de vut is (bron: [www.distrifood.nl](http://www.distrifood.nl)). Coop is vooral een supermarktformule op franchise. De zelfstandige ondernemers hebben daarbij extra ruimte contact op te bouwen met de eigen buurt of wijk.

**Figuur 14. Stadswinkel Coöp**



Bron: [www.retailwatching.nl](http://www.retailwatching.nl)

De formule van Coop is evenals bij andere formules zich steeds aan het doorontwikkelen, bijvoorbeeld naar stadswinkels. Een stadswinkel voor dagelijkse boodschappen en met een eigen keuken waar dagelijks verse meeneemaaltijden bereid worden.

Figuur 15. Marktaandelen supermarkten

Formule	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Albert Heijn	34,3	32,8	33,6	33,5	33,7	34,0	34,1	35,0	35,2	35,3	34,9	34,9
C1000	13,2	11,7	11,5	12,1	12,0	9,5	5,8	1,1	–	–	–	–
Jumbo	4,8	4,9	5,5	7,4	9,6	11,2	14,0	17,4	18,4	18,7	19,2	21,0
Jumbo Groep	–	–	–	21,8	21,7	20,7	19,8	18,5	18,4	18,7	19,2	21,0
Superunie	30,7	29,6	29,6	29,2	29,0	28,8	29,0	29,2	29,1	n.b.	n.b.	n.b.
Coop	2,5	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	2,9	3,0	3,1	3,1	3,3	3,7
Plus	6,1	6,0	6,0	5,9	5,8	5,8	5,9	6,2	6,2	6,4	6,4	6,5
Nettorama	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1,0	1,0	1,1
Dirk	–	–	–	–	3,7	3,6	3,8	3,8	3,7	3,8	3,7	3,7
Dekamarkt	–	–	–	–	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8	1,7
Emté	1,7	1,8	1,9	1,9	2,7	2,7	2,7	2,7	2,6	2,5	–	–
Hoogvliet	1,9	1,9	2,0	2,0	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Jan Linders	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Deen	1,9	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1	2,0
Poesz	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Spar*	2,2	2,3	2,2	2,1	1,9	1,8	1,7	1,7	1,6	1,2	1,2	1,2
Vomar	1,6	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	–	–	–	–	–	–
Boon's Markt/MCD	–	–	–	–	1,0	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
Aldi	8,5	8,3	7,9	7,9	7,6	7,4	7,4	7,3	7,0	6,7	6,1	5,9
Lidl	4,8	5,4	5,6	6,7	7,5	9,0	9,7	10,0	10,3	10,5	10,9	10,7
Marqt**	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	0,2	0,2
Overig	0,7	0,8	0,8	10,6	0,6	0,5	–	–	–	–	–	–

Bron: [www.distrifood.nl](http://www.distrifood.nl)

Het marktaandeel van Coop is de afgelopen jaren gegroeid van 2,5% naar 3,7%. Coop is voor haar klanten meestal de primaire supermarkt, ofwel de supermarkt waar de klant de meeste van haar boodschappen doet. Een discounter (Aldi) of lage prijzenformule (Lidl) fungeert vaak als secundaire of tertiaire supermarkt. In de primaire supermarkt wordt € 63,- per week uitgegeven, bij de secundaire supermarkt € 23,- en bij de tertiaire € 16,- (Bron: Consumentenonderzoek Deloitte 2019).

### Consumentenonderzoek Deloitte (2019)

De bezoekfrequentie van (full-)service supermarkten is groter dan bij discounters, gemiddeld 2 keer per week t.o.v. 1 keer per week. De reikwijdte van de (full-)service supermarkten is lager omdat er meer van dat soort supermarkten zijn en de afstand tot de meest nabije vestiging een belangrijke rol speelt (Deloitte, 2019). Een duidelijk voorbeeld hiervan is Coop die zich vooral richt op de eigen buurt of wijk. De meest bezochte supermarkt is Albert Heijn (57%), gevolgd door Jumbo (31%).

In tegenstelling tot discounters functioneren ruime servicesupermarkten als katalysator voor andere winkels in een winkelgebied. In Kerschoten is zowel de Coop als de DekaMarkt in een buurtwinkelgebied gevestigd wat het voordeel biedt van combinatiebezoeken. DekaMarkt is voor 2,2% van de Nederlandse supermarktklanten de primaire supermarkt, in 2016 was dat 2,1%, en in 2015 1,8%. DekaMarkt is voor 1,7% de secundaire supermarkt en voor 0,9% de tertiaire supermarkt (Deloitte, 2019).

Bij de meeste service-supermarkten zie je een veel groter verschil tussen het primaire en secundaire percentage, die fungeren met name als primaire supermarkt. Bij discounters als Aldi en Lidl is een omgekeerd beeld zichtbaar. DekaMarkt vertoont een gemixt beeld, ze kan zowel als primaire als secundaire supermarkt fungeren. DekaMarkt vervult een goede aanvullende functie ten opzichte van de food-speciaalzaken.



## Bijlage II. Trends en ontwikkelingen

### Omzet en bezoekfrequentie nemen verder toe

In 2020 stijgt de omzet van supermarkten naar verwachting met 3%, voornamelijk door een toename van de koopkracht (ING, 2019). Er wordt vanuit gegaan dat deze ontwikkeling voortduurt: de omzet in de dagelijkse sector blijft de komende jaren stijgen. Dit in tegenstelling tot de bestedingen in de niet-dagelijkse sector, waar tussen globaal 2009 en 2019 er sprake was van een teruggang en daarna een lichte groei.

### Toenemende oriëntatie op supermarkt

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

### Combinatiebezoek van supermarkten

Consumenten bezoeken meer formules dan vroeger. Zij hebben doorgaans een vaste servicesupermarkt als eerste aankoopplaats, maar bezoeken daarnaast (met een lagere frequentie) afwisselend andere supermarkten.

### Supermarkten worden steeds groter

Het gemiddelde winkelvloeroppervlak van een supermarkt is sinds 2005 toegenomen van 768 vierkante meter naar 1.087 vierkante meter begin 2020. Een grotere supermarkt kan beter voorzien in de behoeften van de kritische consument met hoge eisen aan gemak en service.

### Afname aantal versspecialisten, maar ook een revival

De afname van vers speciaalzaken zet voort, vooral bakkers en groentewinkels merken deze krimp. Dit komt voornamelijk doordat supermarkten flink investeren in de kwaliteit van producten, versconcepten en foodservice. Versspecialisten richten zich hierdoor op interessante nieuwe markten, zoals uitbreiding met lunchrooms, het aanbieden van complete versmaaltijden en transformatie tot traiteur. In totaal is er nog wel een lichte groei (0,3%) van de totale omzet van versspecialisten in 2018. Dit komt voornamelijk door de stijging van het aantal speciaalzaken met productgroepen waarin supermarkten minder sterk zijn, zoals vis (Rabobank, 2019).

### Opkomst gespecialiseerde supermarkten

De laatste jaren zien we een duidelijke trend met de opkomst van biologische en niet-westerse supermarkten die zich steeds verder professionaliseren en waar ook schaalvergroting optreedt. Er zijn zelfs supermarkten voor restpartijen, diepvriessupermarkten en andere gespecialiseerde vormen maar die ontwikkelen zich nog niet zo gestaag (Poolse supermarkt, Aziatische supermarkt etc.). Speciaalzaken beslaan ruim 10% van het marktaandeel, maar dit percentage loopt al langere tijd terug. Ook de omzet bij de speciaalzaken krimpt. De food-speciaalzaken hebben in de periode 2006-2016 hun omzet met 15% zien dalen en vertonen daarna een stabiel beeld. Ook in 2019 was geen sprake van groei.

### **Online én offline omzet groeit**

De online aankopen van voeding en andere dagelijkse producten groeien. Inmiddels ligt het marktaandeel van online dagelijkse boodschappen op meer dan 5% volgens GfK en 4% volgens Strabo (juni 2020). De verwachting is dat dit zal stijgen, volgens ING (2019) naar circa 10% in 2025 maar 5-8% is volgens Seinpost reëler. Hoewel het online aandeel stijgt, groeit namelijk ook het fysieke kanaal. Per saldo zullen de fysieke bestedingen blijven groeien bovenop de verwachte prognose van het marktaandeel van de online bestedingen in de dagelijkse sector.

### **Prijs-kwaliteit steeds belangrijker**

Consumenten letten bij de aanschaf van dagelijkse boodschappen meer op een goede prijs-kwaliteit verhouding. Vooral het middensegment, B-merken, heeft het moeilijk, omdat de consument enkel nog bereid is voor producten met een duidelijke meerwaarde meerprijs te betalen. Voorbeelden van producten met meerwaarde zijn: kant-en-klaar producten, verse producten (eventueel voorgesneden en voorbereid) en lokale, gezonde en duurzame producten.

### **Consument heeft definitief de macht**

Door de opkomst van online winkelen is de klant daadwerkelijk koning geworden. Hij kan 24/7 producten aanschaffen en thuis laten bezorgen. Winkelbezoek is een keuze geworden. Winkels en winkelgebieden die niet aan de hoge eisen voldoen, laat de consument links liggen. Dat heeft geleid tot een shake out van winkelformules die onvoldoende kwaliteit en/of service bieden. Ook heeft het geleid tot de ondergang van winkelgebieden die voor de kritische consument niet onderscheidend of interessant genoeg waren. Onder druk van de consument zijn winkels gaan investeren in kwaliteit, uitstraling, service en verruimde openingstijden.

### **Keuze, kwaliteit en beleving in grote winkelgebieden**

Door de opkomst van webwinkels moeten consumenten voor aankoop van producten niet langer naar de winkel, maar is winkelbezoek een keuze geworden: zij kunnen de producten net zo gemakkelijk online bestellen en laten bezorgen. Deze nieuwe realiteit heeft enkele jaren geleid tot dalingen van bezoekersaantallen, de laatste jaren is dat weer redelijk stabiel. In antwoord op deze ontwikkeling gaan winkels steeds meer (merk)beleving bieden en krijgen steeds meer een showroomfunctie (opkomst flagship stores) waarin consumenten de producten kunnen zien, voelen, testen en/of ervaren. Voor zowel winkels als voor winkelgebieden geldt dat de aankoopfunctie afneemt en de marketingfunctie toeneemt. Winkelgebieden zullen steeds méér moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.

### **Gemak en snelheid in kleine winkelgebieden**

In kleine winkelgebieden waar van oudsher vooral dagelijkse artikelen worden aangeboden, wil de consument vooral gemak en snelheid. Hij wil niet teveel tijd kwijt zijn aan het halen van dagelijkse benodigdheden: winkels en winkelgebieden spelen hierop in met kant en klaar producten, afhaal-service, parkeergemak, korte loopafstanden ed.

### Oude grenzen vervagen steeds verder

De traditionele grenzen tussen detailhandel, horeca, vermaak, dienstverlening en ambacht vervagen in hoog tempo. Dit wordt ook wel aangeduid met de term 'blurring'. Er komen allerlei nieuwe concepten op waar zowel producten worden verkocht als een hapje en een drankje, de grote steden lopen hierin voorop. Was vroeger het aankopen van voeding een saaie dagelijkse bezigheid, nu zien we overal food-markets met gezonde streekproducten, kooklessen en proeverijen opkomen. Food lijkt het nieuwe recreatieve winkelen geworden. Jumbo is hiervan met zijn food market een goed voorbeeld.

### Verruiming winkeltijden

Vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van openingstijden toe. Veel gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Het aandeel van de zondagsomzet bij de supermarkten is in de loop der jaren gegroeid van 0,7% (2007) naar 5,4% in de eerste helft van 2018. Dit gaat vooral ten koste van de omzet op vrijdagen, zaterdagen en koopavonden. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentra als woonboulevards en outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om op alle dagen later open te gaan en later te sluiten en de koopavond op te heffen. Ondertussen zie je dat de winkels op drukke plekken 's-avonds langer open blijven, zowel doordeweeks als in het weekend. Een voorbeeld is het vernieuwde Hoog Catharijne in Utrecht dat op de doordeweekse dagen tot 20.00 uur open is (persbericht september 2017).

### Doorvertaling trends naar winkelgebieden

De boven beschreven trends en ontwikkelingen hebben verschillende gevolgen en uitwerkingen per type winkelgebied. Seinpost signaleert al enige tijd dat er een verdergaande polarisatie optreedt tussen kansrijke en kansarme winkelgebieden. De consument kiest, afhankelijk van het motief en moment, voor een bezoek aan een winkelgebied wat hem het meeste te bieden heeft. Wij maken onderscheid in vijf verschillende typen winkelgedrag met bijbehorende typen winkelgebied.

Winkels en winkelgebieden zullen in onze stellige optiek niet verdwijnen, wel is een sterkere polarisatie te verwachten in functie en in functioneren. De beste kansen liggen er voor de grotere winkelgebieden in de steden die van oudsher al een mix boden van retail, horeca en vermaak. Hier is een verdere verschuiving van 'places to buy' naar 'places to be' te verwachten, aangename plekken waar je kan rondkijken, verblijven en anderen kan ontmoeten. Hier willen retailers zich graag vestigen met grote indrukwekkende winkels (flagship stores) die sterk op beleving zijn gericht en een lifestyle neerzetten.

Tegelijkertijd blijven kleinere convenience-centra nabij de woning kansrijk, goed en snel bereikbaar en geschikt voor allerlei dagelijkse boodschappen, serviceverlening en een sociale functie. Ook fungeren deze centra als afhaalplek voor online bestelde goederen. Tot slot zijn er kansen voor retail op alle plekken waar traffic is (treinstations, tankstation, kantoren, ziekenhuis, grote evenementen). Deze spelen in op specifieke behoeften van consumenten die 'onderweg' zijn.

Echter een aanzienlijk deel van de huidige voorraad winkelmeters heeft onvoldoende kwaliteit in huis om zich in een van de genoemde richtingen te kunnen profileren, daardoor dreigt een toenemende polarisatie tussen kansrijke en kansarme winkelsteden en -gebieden. Bij overheden (gemeenten, provincies) ligt de taak duidelijker keuze te maken in het beleid, dus niet langer alles overeind willen

houden, maar kiezen voor dat wat het meest kansrijk is en dat versterken. Dat betekent dat kansarme winkelgebieden hun winkelfunctie grotendeels zullen verliezen of alleen in sterk afgeslankte vorm nog bestaansrecht houden. In onze optiek zijn er in de toekomst meerdere verschillende soorten winkelgebieden te onderscheiden. Bestaande winkelcentra - en -gebieden zullen zich in een van de richtingen verder moeten ontwikkelen en profileren.

### **Dagelijks doelgericht**

In de toekomst zal het aankopen van dagelijkse artikelen polariseren. Het doelgericht dagelijks aankopen doen (bulkartikelen, commodities) gaat al voor een deel online, waarbij boodschappen thuis worden bezorgd of bij een pick -up point worden opgehaald. Gemak en snelheid zijn hier key -woorden. De maaltijd box zal nog een groei doormaken. De invulling van de supermarkt -meters verandert met meer accent op vers en ambacht en tegelijkertijd op service. Het winkelgebied zal veel meer een sociale en dienstverlenende functie krijgen.

### **Dagelijks recreatief**

De aandacht voor lekker en gezond eten en voor koken zal naar verwachting nog verder toenemen. Food-concepten spelen daarop in zoals eigentijdse supermarkten en in een verscluster. Vers en ambachtelijk zijn keywords. Denk hierbij aan de Jumbo versmarkt en de overname van La Place. Food en horeca gaan versmelten en food wordt theater, waarin de consument op zoek is naar het verhaal bij het voedsel wat hij eet. Food als drager van het nieuwe recreatieve winkelen. Een dergelijke ontwikkelingsrichting is mogelijk ook voor (een aantal) middelgrote en kleinere winkelgebieden weggelegd, en dus niet alleen in de grootste centrumgebieden.