

An aerial photograph of a residential neighborhood. In the center, a large, modern building is under construction, featuring a prominent grey roof with a series of gables. The surrounding area consists of smaller, established houses with various roof colors and styles. A parking lot with several cars is visible to the left of the construction site. The overall scene is captured from a high angle, showing the layout of the streets and the density of the housing.

---

# JUMBO SCHERPENZEEL

## Ladderonderbouwing

30 juni 2022

RHO ADVISEURS



# RHO ADVISEURS

---

**DATUM** 30 juni 2022  
**KENMERK** 44002866.20211763.002JBr

**PROJECT** Scherpenzeel, Ladderonderbouwing Jumbo  
**PROJECTLEIDER** T. Walvius

**OPDRACHTGEVER** Rialto Vastgoedontwikkeling B.V.  
**PROJECTNUMMER** 20211763

**AUTEURS** Julia Breukelman, Tommy Walvius  
**STATUS** Definitief





# INHOUD

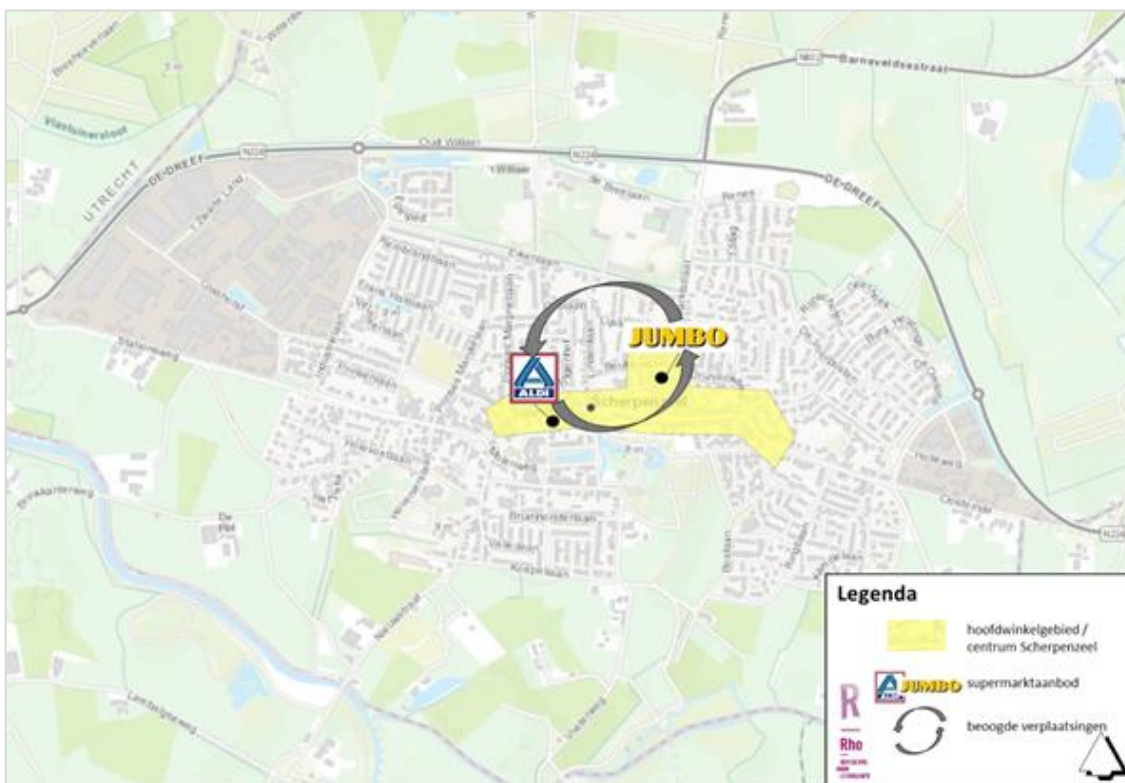
<b>beschrijving opgave en conclusies</b>	<b>4</b>
<b>1. Kwantitatieve behoefte - distributieplanologische marktanalyse</b>	<b>7</b>
1.1 Benchmarkanalyse winkelaanbod	7
1.2 Uitgangspunten distributieplanologische analyse	9
1.3 Distributieplanologische analyse	10
1.4 Conclusie	12
<b>2. Analyse kwalitatieve Behoeft</b>	<b>13</b>
2.1 Meerwaarde van de beoogde ontwikkeling	13
2.2 Meerwaarde formule voor het winkelaanbod	14
2.3 Conclusie	16
<b>3. Locatieafweging in relatie tot beleid</b>	<b>17</b>
3.1 Is de beoogde ontwikkeling mogelijk door het invullen van leegstaande panden?	17
3.2 Past de beoogde ontwikkeling binnen de beleidskaders?	17
3.2.1 Provinciaal beleid	17
3.2.2 Gemeentelijk beleid	18
3.3 Conclusie	19
<b>Bijlage 1 Begrippenlijst</b>	<b>20</b>
<b>Bijlage 2 Berekening gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo van het aanwezig en beoogd winkelaanbod in Scherpenzeel</b>	<b>22</b>

## BESCHRIJVING OPGAVE EN CONCLUSIES

In het centrum van Scherpenzeel zijn twee supermarkten gevestigd: Jumbo en Aldi. Het voornemen is om de bestaande supermarkt van Jumbo aan de Marktstraat 11 te verplaatsten naar de (voormalige) locatie van de Aldi aan de Dorpsstraat 238. De Aldi supermarkt verhuist op haar beurt naar de locatie van de Jumbo zoals weergegeven in figuur 0.1. Om deze schuifpuzzel op gang te brengen is Aldi inmiddels tijdelijk verhuisd naar de hoek van de Breelaan-Marktstraat.

Voorliggend bestemmingsplan heeft uitsluitend betrekking op de locatie aan de Dorpsstraat, waar Aldi tot voor kort gevestigd was. Het plangebied valt binnen twee bestemmingsplannen, namelijk het bestemmingplan 'Centrum' en 'Weijdelaer'. Binnen deze twee bestemmingsplannen zijn de beoogde functies reeds toegestaan. Echter niet in de omvang en op de manier zoals in de ontwerptekeningen is beoogd.

De gemeente Scherpenzeel staat positief tegenover de beoogde ontwikkeling en heeft aangegeven dat, om de ontwikkeling juridisch-planologisch te kunnen regelen, het opstellen van een nieuw bestemmingsplan noodzakelijk is. Het bestemmingsplan 'Dorpstraat – Vijverlaan' voorziet hierin.



Figuur 0.1 Beoogde verplaatsingen supermarkt aanbod Scherpenzeel (ondergrond: Locatus, 2019; bewerking Rho Adviseurs)

### PLAN

De Aldi-locatie aan de Dorpsstraat wordt gesloopt om plaats te maken voor de nieuwbouw van een supermarkt voor Jumbo van 1.830 m<sup>2</sup> bvo (bruto vloeroppervlak; inclusief magazijn, kantoor, personeelsruimte e.d.) en een inpandige laad/losvoorziening van 260 m<sup>2</sup> bvo. Boven de supermarkt komen 24 sociale huurappartementen, verdeeld over twee bouwlagen. Op het dak van de supermarkt wordt een 'daktuin' gerealiseerd. Hiermee wordt een nieuwe duurzame, toekomstbestendige invulling aan de Dorpsstraat gegeven op basis van reeds aanwezige en toegestane functies:

- Met de verplaatsing kan het winkelverkoop vloeroppervlak (wvo) van Jumbo worden vergroot van 1.031 m<sup>2</sup> wvo naar 1.362 m<sup>2</sup> wvo. Deze winkel kan gerealiseerd worden met meer ruimte en meer licht, waardoor er meer winkelcomfort komt voor de consument. De winkel zal volledig duurzaam en energiezuinig gerealiseerd worden.

- De verkeerssituatie wordt verbeterd en de verkeersveiligheid neemt toe. De vrachtwagens rijden door een inpandige laad- en loszone, waardoor er geen achteruitrijdende vrachtwagens meer zijn. Het laden en lossen vindt dus intern plaats, waardoor er sprake is van verminderde geluidsoverlast. Dit komt een gezonde woon- en leefomgeving in het centrum ten goede.
- De parkeersituatie aan de Dorpsstraat wordt verbeterd. Het parkeerterrein wordt opnieuw ingericht, waarbij het aantal parkeerplaatsen toeneemt.

## VRAAGSTELLING

Het ruimtelijk afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van stedelijke functies is de ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als nieuwe stedelijke ontwikkelingen planologisch mogelijk worden gemaakt. Wanneer er sprake is van een stedelijke ontwikkeling moet de behoefte aan die ontwikkeling aangetoond worden. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijke verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikking. De voorkeursvolgorde van de ladder is dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen 'bestaand stedelijk gebied' worden gesitueerd.

De eerste vraag is of de beoogde ontwikkeling aangemerkt wordt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Wanneer een bestemmingsplan voorziet in een planologische uitbreiding van meer dan 500 m<sup>2</sup> bvo detailhandel of meer dan 12 woningen wordt dit aangemerkt als stedelijke ontwikkeling (ECLI:NL:RVS:2017:1724).

Uit de tussenuitspraak d.d. 1 juni 2022 blijkt dat de oppervlakte van de interne laad-/losruimte betrokken moet worden bij de berekening van het ruimtebeslag van de nieuwe ontwikkeling (ECLI:NL:RVS:2022:1539). De uitbreiding bedraagt hiermee in totaliteit 590 m<sup>2</sup> bvo winkelruimte, inclusief de interne laad-/losruimte van 260 m<sup>2</sup> bvo, en 3 woningen:

1. **Detailhandel** - De projectlocatie heeft momenteel de bestemming 'Centrum' met functieaanduiding 'supermarkt' conform het vigerende bestemmingsplan Centrum (vastgesteld 2013). Binnen deze bestemming is een supermarkt reeds mogelijk. Het oppervlak van de supermarkt is gemaximaliseerd op 1.830 m<sup>2</sup> bvo. Het laden en lossen van de supermarkt vindt geheel inpandig plaats. Het betreft hier een distributiestraat van 260 m<sup>2</sup> bvo, waar de vrachtwagens doorheen moeten rijden. Het totale oppervlak komt hiermee op 2.090 m<sup>2</sup> bvo en wordt hiermee groter dan het huidige bestemmingsplan toestaat. Hoofdgebouwen mogen uitsluitend worden gebouwd binnen de aanduiding 'bouwwak'. Op basis van de huidige regeling meet het bouwwak circa 1.500 m<sup>2</sup> bvo. Dit betekent dat het bouwwak met circa 590 m<sup>2</sup> bvo moet worden verruimd. Een dergelijke uitbreiding wordt aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' zoals bedoeld in de ladder.
2. **Woningen** - Binnen de huidige bestemming 'Centrum' zijn alleen de bestaande woningen toegestaan. De te realiseren woningen liggen ook deels in het bestemmingsplan Weijdelaar waarin het nog mogelijk was om 21 woningen te realiseren. Per saldo worden met de ontwikkeling nog 3 woningen toegevoegd ten opzichte van de bestaande planologische mogelijkheden. De ontwikkeling wordt daarmee niet gezien als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' zoals bedoeld in de ladder.

Doordat de ontwikkeling bestaat uit het toevoegen van meer dan 500 m<sup>2</sup> bvo detailhandel wordt het aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' en dient de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen te worden.

Hiermee is de vraag voor dit onderzoek: **is er behoefte aan de beoogde, nieuwe stedelijke ontwikkeling van een uitbreiding van de supermarkt aan de Dorpsstraat?**

Het bevoegd gezag (in dit geval de gemeente Scherpenzeel) moet het mogelijk maken van deze stedelijke ontwikkeling motiveren op basis van de vereisten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Het betreft twee aspecten:

1. aangetoond moet worden dat er behoefte is aan de betreffende ontwikkeling;

2. aangetoond moet worden dat onderzocht is of de ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied kan worden gesitueerd, alvorens de mogelijkheid wordt geboden om de ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied mogelijk te maken (de zogenoemde voorkeursvolgorde in de locatieafweging). Aangezien de beoogde locatie binnen stedelijk gebied ligt, is hier geen verder onderzoek naar uitgevoerd.

Daarnaast is het van belang om te toetsen in hoeverre de beoogde ontwikkeling past binnen de beleidskaders van het gemeentelijke en provinciale beleid.

## LEESWIJZER

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden komen in dit onderzoek de volgende onderwerpen aan bod:

- een analyse van de kwalitatieve behoefte in het verzorgingsgebied (hoofdstuk 1);
- een analyse van de kwantitatieve behoefte in de vorm van een distributieplanologisch onderzoek (hoofdstuk 2);
- locatieafweging en toetsing aan het relevante detailhandelsbeleid (hoofdstuk 3).

Navolgend zijn de belangrijkste conclusies van het onderzoek opgenomen. Er is zoveel mogelijk aangesloten op het eerder uitgevoerde onderzoek van Areaal Advies (rapportage: Effectonderzoek schaalvergroting supermarkten Scherpenzeel, 2019).

## CONCLUSIES

### De kwantitatieve behoefte is aangetoond

Duidelijk is dat de huidige winkel van Jumbo te klein is voor een economisch-duurzame exploitatie. Dit gold ook voor de voormalige winkel van Aldi; de beoogde locatie. De uitgevoerde distributieplanologische analyse laat zien dat er voldoende marktruimte is voor de beoogde uitbreiding.

- Afgelopen jaren is het aantal inwoners in Scherpenzeel gegroeid; het ligt zelfs hoger dan eerder geprognosticeerd was voor 2030. Door verschillende woningbouwprojecten is een aanhoudende groei te verwachten, waarmee het omzetspotentieel de komende jaren toeneemt.
- Een aanzienlijk omzetspotentieel komt op dit moment terecht bij winkels buiten de gemeente. Het is reëel om te veronderstellen dat de bestedingen in eigen kern toenemen bij versterking van beide supermarkten.

Er zijn geen negatieve effecten in de vorm van relevante leegstand te verwachten. Hiermee bedoelen we leegstand die ook een (direct) een negatief effect heeft op het functioneren van omliggende winkels. Temeer het om een uitbreiding van een bestaande winkel gaat, waarmee zowel ondernemers als consumenten in het marktgebied al bekend zijn.

### De ontwikkeling heeft kwalitatieve meerwaarde

Supermarkten zijn van wezenlijk belang voor het basisvoorzieningsniveau van kernen. Voor de kwaliteit en compleetheid van het supermarktaanbod is behoud van de full-servicesupermarkt Jumbo van belang. Jumbo kan op deze bestaande supermarktlocatie een moderne vestiging realiseren met voldoende omvang waar meer comfort en service kan worden geboden. Bovendien maakt dit het mogelijk dat ook Aldi verder kan groeien binnen het centrumgebied, op de achterblijvende locatie van Jumbo, waarmee twee publiekstrekkingen voor het centrum behouden blijven.

Met de ontwikkeling is sprake van een goede stedenbouwkundige inpassing. De huidige bebouwing is van matige kwaliteit. Door de nieuwbouw zal de kwaliteit worden vergroot. Dit betekent een kwaliteitsimpuls voor de Dorpsstraat.

### De beoogde ontwikkeling is beleidsmatig mogelijk

Door de beoogde schuifoperatie wordt vernieuwing mogelijk gemaakt op bestaande supermarktklocaties, als belangrijk onderdeel van de aangewezen, toekomstige detailhandelsstructuur. Het is in lijn met provinciaal en gemeentelijk beleid dat gericht is op een versterking van de detailhandelsstructuur en ondernemersklimaat. Concentratie van functies staat hierbij centraal. De ontwikkeling sluit hiermee aan op de relevante beleidskaders.

**De conclusie is derhalve dat er behoefte is aan de beoogde ontwikkeling en dat met de herontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.**

# 1. KWANTITATIEVE BEHOEFTE - DISTRIBUTIEPLANOLOGISCHE MARKTANALYSE

In dit hoofdstuk wordt de kwantitatieve behoefte aan de uitbreiding van Jumbo in Scherpenzeel onderzocht.

- Allereerst is een beeld geschetst van het verzorgingsgebied van beoogde ontwikkeling: omvang verzorgingsgebied, omvang winkelaanbod, vergelijking omvang winkelaanbod.
- Vervolgens is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de bevolkingsontwikkeling enerzijds en de beoogde ontwikkeling van het winkelaanbod in de planperiode tot 2030 anderzijds.

De inwoners van Scherpenzeel hebben beschikking over een full-servicesupermarkt en een harddiscounter. Hiermee heeft Scherpenzeel in kwalitatieve zin een compleet supermarktaanbod, door de aanvullende supermarktsegmenten, waardoor de inwoners voor de dagelijkse boodschappen voornamelijk op de eigen kern gericht zijn. Het primaire verzorgingsgebied van beoogde ontwikkeling is dan ook bepaald op de gemeente Dinkelland.

## 1.1 Benchmarkanalyse winkelaanbod

Een eerste globaal beeld van de functie en het functioneren van het winkelaanbod in een kern is te herleiden uit een vergelijking van het aanwezige winkelaanbod met het gemiddelde winkelaanbod in kernen met een vergelijkbaar inwonertal in Nederland (de benchmark).

De kern Scherpenzeel heeft een dagelijks winkelaanbod van 3.312 m<sup>2</sup> wvo verdeeld over 14 verkooppunten (Locatus, peildatum 23 juni 2022). Het dagelijks winkelaanbod bestaat uit levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisten). De opbouw van het dagelijks winkelaanbod is weergegeven in tabel 1.1.

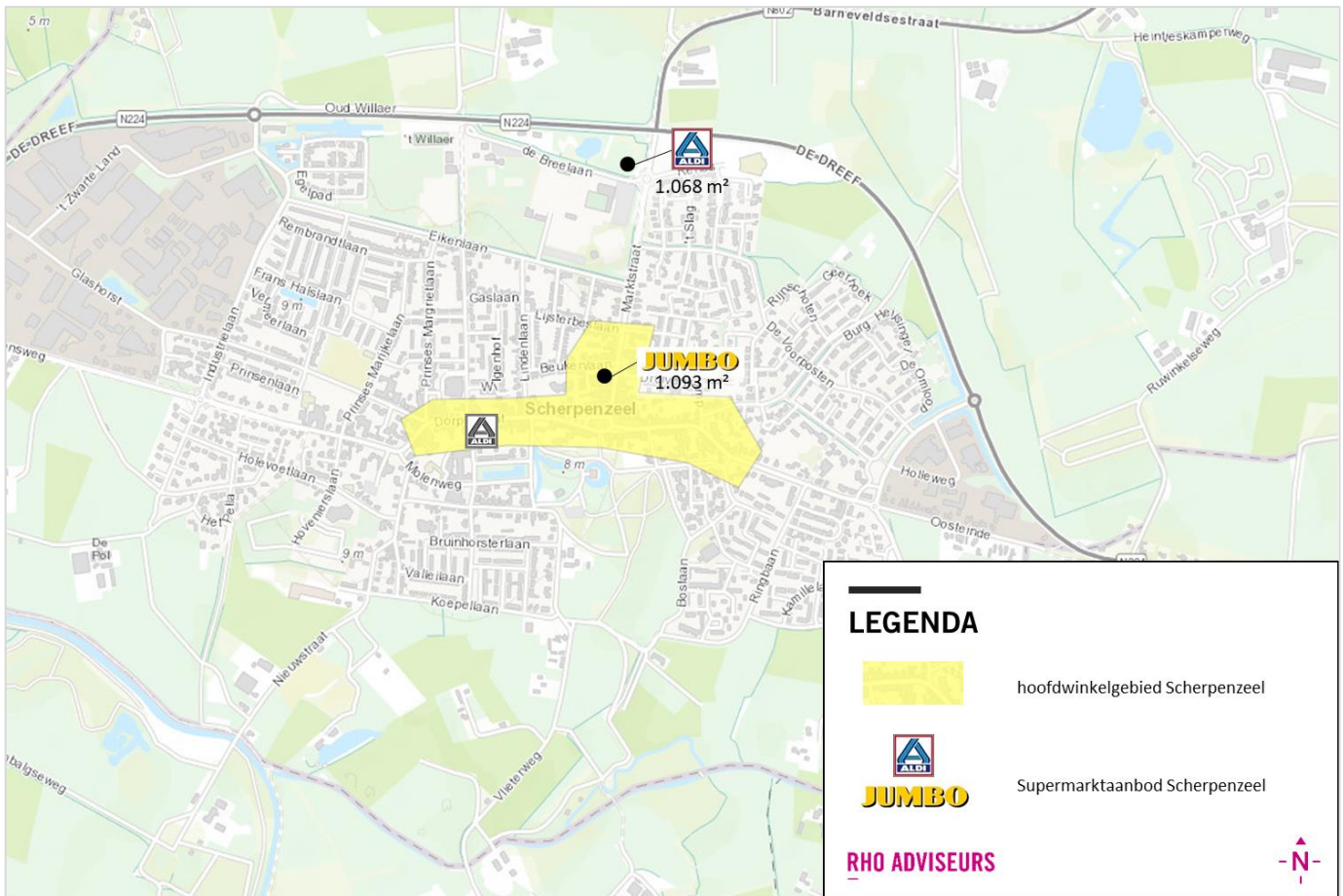
Tabel 1.1 Omvang dagelijks winkelaanbod Scherpenzeel (bron: Locatus, 2022)

	Aantal winkels	Omvang (m <sup>2</sup> wvo)
ALDI (tijdelijk)	1	1.068
JUMBO	1	1.093
supermarkten	2	2.161
speciaalzaken	9	532
levensmiddelen	11	2.693
persoonlijke verzorging	3	619
<b>Totaal dagelijkse goederen</b>	<b>14</b>	<b>3.312</b>

De inwoners van Scherpenzeel hebben beschikking over twee supermarkten: Aldi en Jumbo. Jumbo is gevestigd aan de Marktstraat en heeft een omvang van 1.093 m<sup>2</sup> wvo. Aldi was gevestigd aan de Dorpsstraat met een winkel van 780 m<sup>2</sup> wvo. Beide winkels zijn aan de kleine kant en voldoen niet meer aan de huidige wensen van de consument. Beide supermarkten wensen daarom uit te breiden. Om dit mogelijk te maken heeft Aldi een tijdelijke winkel geopend aan de Breelaan, zodat achterblijvende locatie aan de Dorpsstraat kan worden herontwikkeld voor Jumbo. De tijdelijke winkel van Aldi heeft een omvang van 1.068 m<sup>2</sup> wvo en wordt op termijn ingeruild voor de vrijkomende locatie van Jumbo aan de Marktstraat.

Het leegstaande pand aan de Dorpsstraat, waar Aldi tot voor kort gevestigd was, is dus niet opgenomen in de aanbodcijfers van de dagelijkse goederensector.

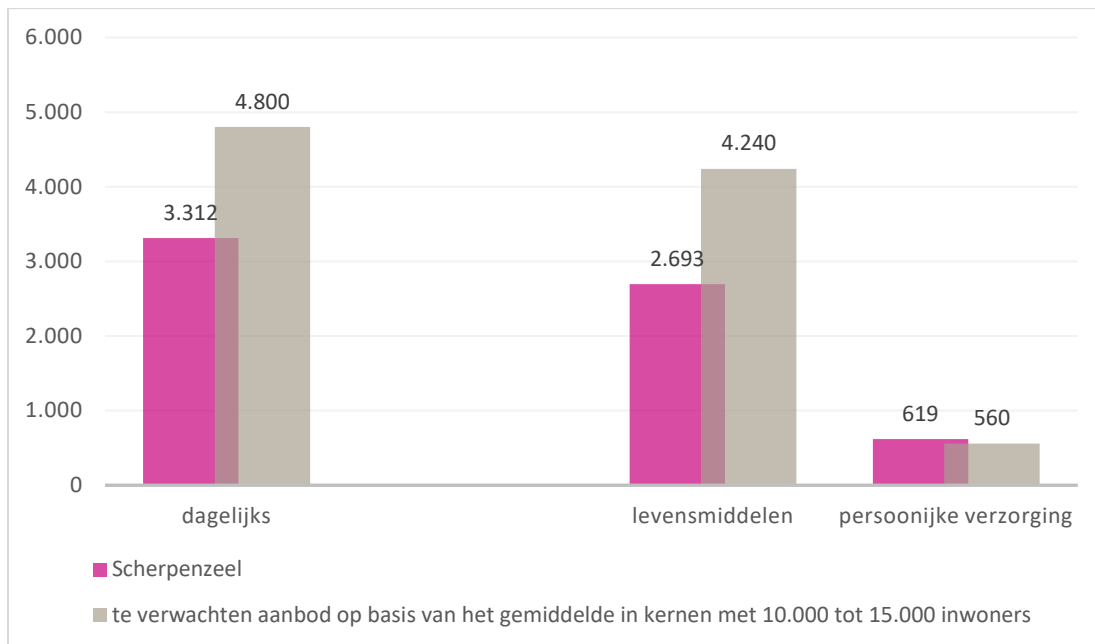




Figuur 1.1 Supermarktaanbod Scherpenzeel (bron: Locatus, 2022)

Als het dagelijkse winkelaanbod in Scherpenzeel wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 10.000 tot 15.000 inwoners, dan blijkt dat het aanbod benedengemiddeld is (figuur 1.2). Ook met de vergrootte tijdelijke Aldi is het dagelijks winkelaanbod in Scherpenzeel kleiner dan verwacht zou worden op basis van het landelijke gemiddelde in vergelijkbare kernen (qua inwonertal). Dit geldt voor de winkels in levensmiddelen. Dat aanbod is circa 31% lager dan het landelijk gemiddelde. Het aanbod aan winkels in persoonlijke verzorging ligt iets boven het gemiddelde (11%). Een benedengemiddeld aanbod duidt er op dat inwoners gericht zijn op het omliggende aanbod. In het geval van Scherpenzeel zal dat ook de supermarkt Hoogvliet in Woudenberg zijn. Deze ligt precies tussen Woudenberg en Scherpenzeel.





Figuur 1.2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Scherpenzeel met het landelijke gemiddelde in kernen 10.000 tot 15.000 inwoners (bron: Locatus, 2022)

## 1.2 Uitgangspunten distributieplanologische analyse

Om nieuwe supermarktontwikkelingen te kunnen beoordelen is een actueel distributieplanologisch marktonderzoek (dpo) benodigd. Hieronder zijn de uitgangspunten van het dpo nader toegelicht. Hierbij is zoveel mogelijk aangesloten op de uitgangspunten van het 'effectenonderzoek schaalvergroting supermarkten Scherpenzeel' opgesteld door Areaal advies, februari 2019.

### AANTAL INWONERS

Volgens de meest recente cijfers van het CBS bedraagt het inwoneraantal van Scherpenzeel 10.128 inwoners (CBS; gegevens 1 januari 2021). Als gevolg van verschillende woningbouwontwikkelingen in Scherpenzeel zal het aantal inwoners de komende jaren toenemen. Het inwoneraantal ligt nu al hoger dan werd verwacht in de Woonvisie uit 2020: 10.150 inwoners naar 2030. De gemeentelijke woningbouwplanning bedraagt 50 woningen per jaar tot 2030. Uitgaande van de gemiddelde huishoudensgrootte van 2,4 in Scherpenzeel levert dit naar 2030 960 extra inwoners op.

### GEMIDDELDE BESTEDING DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2019 € 2.587,- per persoon (Notitie Omzetkenngetallen 2021, gegevens over 2019). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in Scherpenzeel ligt circa 6% lager dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2021; gegevens over 2020). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in Scherpenzeel ligt daarmee circa 3% lager dan het Nederlands gemiddelde en bedraagt € 2.520,-.

### KOOPSTROMEN

Voor de kern Scherpenzeel is geen recent koopstromenonderzoek beschikbaar. Voor de berekening gaan we uit van de uitgangspunten zoals Areaal advies in haar effectenonderzoek heeft gebruikt:

- Koopkrachtbinding: 66%
- Koopkrachttoevoeiing: 17%

## GEMIDDELDE WINKELOMZET PER M<sup>2</sup> DAGELIJKSE GOEDEREN

De sector dagelijkse goederen bestaat uit supermarkten, speciaalzaken food en drogisterijen/parfumerieën. De gemiddelde winkelomzet per m<sup>2</sup> wvo in de sector dagelijkse goederen in Nederland bedraagt € 7.577,- (exclusief btw, Notitie Omzetkengetallen 2021, gegevens over 2015-2019). Het gaat hier dus om bestedingscijfers van voor de coronacrisis. Door alle maatregelen is er sprake van een uitzonderlijke situatie, waarop geen beleidsplannen voor de middel- tot langere termijn gebaseerd kunnen worden. Om deze reden is er voor gekozen om vooralsnog geen kengetallen voor 2020 te publiceren, ook voor 2021 zijn deze nog niet beschikbaar. Voor dit onderzoek hanteren we dan ook het geadviseerde 5-jaarsgemiddelde over 2015-2019.

De omzet per m<sup>2</sup> wvo in een winkelgebied is echter afhankelijk van de samenstelling van het winkelaanbod. Zo hebben supermarkten doorgaans een hogere gemiddelde omzet per vierkante meter. In Scherpenzeel bestaat het aanbod in vergelijking met het landelijk gemiddelde uit een groter aandeel speciaalzaken. Dit betekent dat de gemiddelde winkelomzet per m<sup>2</sup> wvo in Scherpenzeel lager ligt. De gewogen gemiddelde winkelomzet per m<sup>2</sup> wvo voor het in Scherpenzeel aanwezige winkelaanbod bedraagt momenteel € 7.366,- (zie bijlage 1). Met de uitbreiding van Jumbo (en toekomstig Aldi) zal het aandeel supermarkten iets veranderen. Daarmee komt de gewogen gemiddelde winkelomzet per m<sup>2</sup> wvo in de toekomstige situatie op € 7.451,-.

## OMVANG WINKELAANBOD

Momenteel hebben de dagelijkse winkels in Scherpenzeel een totale omvang van 3.312 m<sup>2</sup> wvo. Hierin is de tijdelijke Aldi opgenomen, conform de aanbodcijfers van Locatus met een omvang van 1.068 m<sup>2</sup> wvo, en de achtergebleven locatie van Aldi aan de Dorpsstraat niet. Rekening houdend met de beoogde plannen van Jumbo en Aldi neemt het oppervlak de komende jaren toe met 452 m<sup>2</sup> wvo:

- De huidige Jumbo heeft een omvang van 1.093 m<sup>2</sup> wvo, in de beoogde situatie wordt deze 1.362 m<sup>2</sup> wvo (+269 m<sup>2</sup> wvo).
- Aldi is voornemens een winkel van 1.251 m<sup>2</sup> wvo te realiseren in de bestaande winkelruimte van Jumbo aan de Marktstraat en wordt hiermee 183 m<sup>2</sup> wvo groter dan de huidige tijdelijke winkel.

### 1.3 Distributieplanologische analyse

Op basis van de beschreven uitgangspunten is de navolgende distributieplanologische analyse uitgevoerd. Hieruit volgt dat de dagelijkse goederensector van Scherpenzeel, op basis van eerder geraamde koopstromen, benedengemiddeld functioneert. Het winkeloppervlak is groter dan te verwachten op basis van de totale omzet in dit gebied. Dit is deels te verklaren doordat met de (tijdelijke) vestiging van Aldi het winkelaanbod is gegroeid.

De afgelopen jaren is het inwoneraantal van Scherpenzeel gegroeid. Ook voor de komende planperiode is de verwachting dat het aantal inwoners groeit door de oplevering van verschillende woningbouwprojecten. Dat betekent dat het bestedingspotentieel verder zal toenemen en er enige uitbreidingsruimte ontstaat.

Als we uitgaan van gelijkblijvende koopstromen, dan stijgt de gemiddelde omzet per vierkante meter als gevolg van het groeiende aantal inwoners van € 6.130 (nu) naar € 6.710 (2030). Door uitbreiding van het aantal vierkante meters, met de beoogde ontwikkeling van Jumbo, komt de gemiddelde omzet op ongeveer € 6.200 per vierkante meter te liggen; iets boven het huidige niveau. Wanneer we ook rekening houden met de uitbreiding van Aldi daalt dit naar €5.900 per vierkante meter. Dit is een afname van 4 procentpunt ten opzichte van de huidige situatie.

Tabel 1.2 Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector

	2021	2030	bron
<b>inwonertal marktgebied</b>	10.128	11.088	CBS, 2021; prognose gemeentelijke woningbouwplanning
<b>gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)</b>	€ 2.520	€ 2.520	Omzetkengetallen, 2021; gegevens over 2019
<b>bestedingspotentieel</b>	<b>€ 25.520.000</b>	<b>€ 27.940.000</b>	
<b>koopkrachtbinding (%)</b>	66%	66%	inschatting Rho
<b>gebonden bestedingen €</b>	€ 16.840.000	€ 18.440.000	
<b>koopkrachttoevoeiing (%)</b>	17%	17%	inschatting Rho
<b>koopkrachttoevoeiing €</b>	€ 3.450.000	€ 3.780.000	
<b>totale omzet in marktgebied</b>	<b>€ 20.290.000</b>	<b>€ 22.220.000</b>	
<b>gemiddelde vloerproductiviteit per m<sup>2</sup> wvo (excl. BTW)</b>	€ 7.366	€ 7.451	Omzetkengetallen, 2021; gegevens over 2019
<b>te verwachten omvang winkelaanbod (m<sup>2</sup> wvo)</b>	2.750	2.980	
<b>omvang winkelaanbod (m<sup>2</sup> wvo)</b>	3.312	3.312	Locatus, 2021
<b>berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)</b>	€ 6.130	€ 6.710	
<b>omzetclaim marktgebied</b>	<b>€ 24.400.000</b>	<b>€ 24.680.000</b>	
<b>omzet ten opzichte van het landelijke gemiddelde</b>	-17%	-10%	
<b>ruimte voor ontwikkeling in €</b>	<b>€ -4.110.000</b>	<b>€ -2.460.000</b>	
<b>ruimte voor ontwikkeling (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>-560</b>	<b>-330</b>	
<b>Ontwikkeling Jumbo</b>		269	
<b>Ontwikkeling Aldi</b>		183	
<b>Toekomstig berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)</b>		<b>€ 5.900</b>	
<b>Toekomstige omzet ten opzichte van het landelijke gemiddelde</b>		<b>-21%</b>	

Deze effecten zijn aanvaardbaar. Er is namelijk nog voldoende marktpotentieel in Scherpenzeel:

- Een eerste globaal beeld hiervan komt uit de benchmark naar voren. Het landelijk gemiddelde winkelaanbod in de dagelijkse artikelsector ligt in kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal gemiddeld 1.700 m<sup>2</sup> wvo hoger dan in Scherpenzeel.
- De geraamde - en door Areaal gehanteerde koopkrachtbinding - uit het laatste koopstromenonderzoek, is met 66% laag. Uit voorgaande koopstroomonderzoeken kwam een koopkrachtbinding van 70-75%. Het gemiddelde voor kernen van 10.000 – 20.000 inwoners ligt zelf boven 80% (kso2021). Met versterking van beide, complementaire supermarkten is te verwachten dat de aantrekkingskracht op de eigen inwoners weer toeneemt. Wanneer de dagelijkse artikelsector een koopkrachtbinding van 72% weet te realiseren is de gemiddelde omzet gelijk aan het huidig functioneren. Onze inschatting is dat een hoger bindingscijfer zeker reëel is en de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo hoger komt te liggen, ondanks de uitbreiding van vierkante meters.
- In de marktruimteberekening, op basis van het onderzoek van Areaal, is uitgegaan van gelijkblijvende koopstromen. De bestedingen blijven gelijk en het aantal vierkante meters neemt toe, waardoor de gemiddelde omzet lager komt te liggen. Dit is niet ongebruikelijk; De ervaring leert dat bij uitbreiding van een supermarkt, de groei van de omzet niet gelijkloopt met de toename van het aantal meters. De uitbreiding is ook gericht op het bieden van meer kwaliteit en service voor de consument. Dit betekent soms dat een ondernemer met een lagere omzet per vierkante meter genoe-



---

gen moet nemen. Dit zal het geval zijn voor Jumbo, maar in dit geval naar verwachting ook voor Aldi. Omdat de beoogde ontwikkeling een gezamenlijke ontwikkeling is zal dit voor beide supermarkten een te verwachten gevolg zijn voor de bedrijfsvoering. Voor deze ontwikkeling is niet te verwachten dat een van beide om zal vallen.

- Met de vergroting van de supermarkten neemt weliswaar de concurrentie voor de (vers)speciaalzaken toe, maar ook hiervoor geldt dat er voldoende marktpotentieel is in Scherpenzeel. Bovendien kunnen zij zich goed onderscheiden op bijvoorbeeld assortiment of service. Hierbij geldt ook dat als er onverhoopt een winkel omvalt, er nog voldoende keuzemogelijkheden voor de consument zijn. Op aanvaardbare afstand blijft een goed voorzieningenaanbod beschikbaar.

## 1.4 Conclusie

Op basis van de benadering van het huidige functioneren is de uitbreidingsruimte beperkt. Er is echter nog voldoende marktpotentieel in Scherpenzeel voor de beoogde vernieuwing van zowel Jumbo als Aldi. De bestedingen die nu afvloeien naar kernen rondom, worden straks aan eigen gemeente gebonden. Aangetoond is dat het reëel is om dit te veronderstellen. Er zijn geen negatieve effecten in de vorm van relevante leegstand te verwachten. Hiermee bedoelen we leegstand die ook een (direct) een negatief effect heeft op het functioneren van omliggende winkels.

---

## 2. ANALYSE KWALITATIEVE BEHOEFTE

Een stedelijke ontwikkeling kan conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking zowel op kwantitatieve argumenten, als op kwalitatieve argumenten onderbouwd worden. Hierbij is het van belang, zo blijkt uit jurisprudentie (Overzichtsuitspraak ABRvS 28 juni 2017, ECLI:NL:RVS:2017:1724, r.o. 9), dat de kwalitatieve onderbouwing moet gaan om kwalitatieve elementen van de voorziene stedelijke ontwikkeling zelf die zich onderscheiden ten opzichte van de huidige situatie.<sup>1</sup> De ontwikkeling moet dus echt iets nieuws toevoegen.

De vraag is daarom: wat voegt de beoogde ontwikkeling toe?

Met het bestemmingsplan wordt een (grotere) supermarkt mogelijk gemaakt aan de Dorpsstraat 238. In een bestemmingsplan wordt niet vastgelegd wat voor soort supermarkt dit zal zijn. In eerste instantie is van belang dat de meerwaarde van beoogde ontwikkeling wordt aangetoond. Omdat in dit geval duidelijk is dat Jumbo zich hier zal vestigen is in het kader van de kwalitatieve behoefte ook de positionering van deze full-service supermarktformule in beeld gebracht.

### 2.1 Meerwaarde van de beoogde ontwikkeling

Het huidige winkelpand van Jumbo past niet meer binnen de eisen die de formule stelt aan haar panden; het is simpelweg te klein. Op de beoogde nieuwe locatie aan de Dorpsstraat kan Jumbo een nieuwe, moderne supermarkt realiseren. De kwalitatieve meerwaarde van deze ontwikkeling blijkt uit een aantal aspecten:

1. **Omvang van het pand:** het voormalige winkelpand van Aldi aan de Dorpsstraat heeft een omvang waarmee moderne supermarkten niet meer mee uit de voeten kunnen. De consument wenst een ruimere winkel voor meer winkelcomfort en assortimentsuitbreiding. Het pand was niet meer toekomstbestendig als supermarktlocatie. Met de beoogde ontwikkeling kan een supermarkt van een moderne omvang worden gerealiseerd, die op die manier economisch-duurzaam kan functioneren op de huidige locatie.
2. **Parkeren en bevoorrading:** Er wordt voorzien in voldoende parkeerplaatsen rondom de nieuwe winkel. Op eigen terrein wordt een inpandige laad-/loszone gerealiseerd waar vrachtauto's doorheen rijden. Er zijn dus geen achteruitrijdende vrachtwagens meer wat de verkeersveiligheid bevordert. Er wordt voorkomen dat een manoeuvrerende vrachtwagen auto-, fiets- en voetgangersstromen van bezoekers moet kruisen. Doordat laden en lossen intern plaatsvindt is er verminderd sprake van geluidsoverlast. Dit komt een gezonde woon- en leefomgeving in het centrum ten goede.
3. **Duurzaamheid:** Het bestaande pand is relatief oud en daardoor niet energiezuinig. Jumbo streeft naar energiezuinige winkels waar zowel weinig energie verbruikt wordt, als waar mogelijk zelfs energie wordt opgewekt.
4. **Ruimtelijke inpassing:** Het pand heeft momenteel een matige (stedenbouwkundige) kwaliteit. Een deel van het terrein ligt braak. Met de ontwikkeling kan een kwalitatieve impuls worden gegeven, door met een goede stedenbouwkundige inpassing een goede overgang met het omliggende woongebied te maken. Een publiekstrekker wordt behouden en de het winkelfront wordt vergroot, wat de centrumfunctie van de Dorpsstraat ten goede komt.
5. **Versterking centrumgebied:** Beoogde ontwikkeling zet een verschuiving van supermarkten in gang; de achterblijvende locatie van Jumbo wordt weer ingevuld door Aldi. Hiermee blijft ook op de lange termijn een sterk (en concurrerend) supermarktaanbod behouden voor Scherpenzeel. Er ontstaat een zogenaamd 'haltermodel', met sterke publiekstrekkers op de koppen van het centrum. Door combinatiebezoek profiteren ook andere ondernemers in het centrum. Daarmee wordt de vernieuwing gerealiseerd binnen de bestaande, gewenste detailhandelsstructuur van Scherpenzeel.

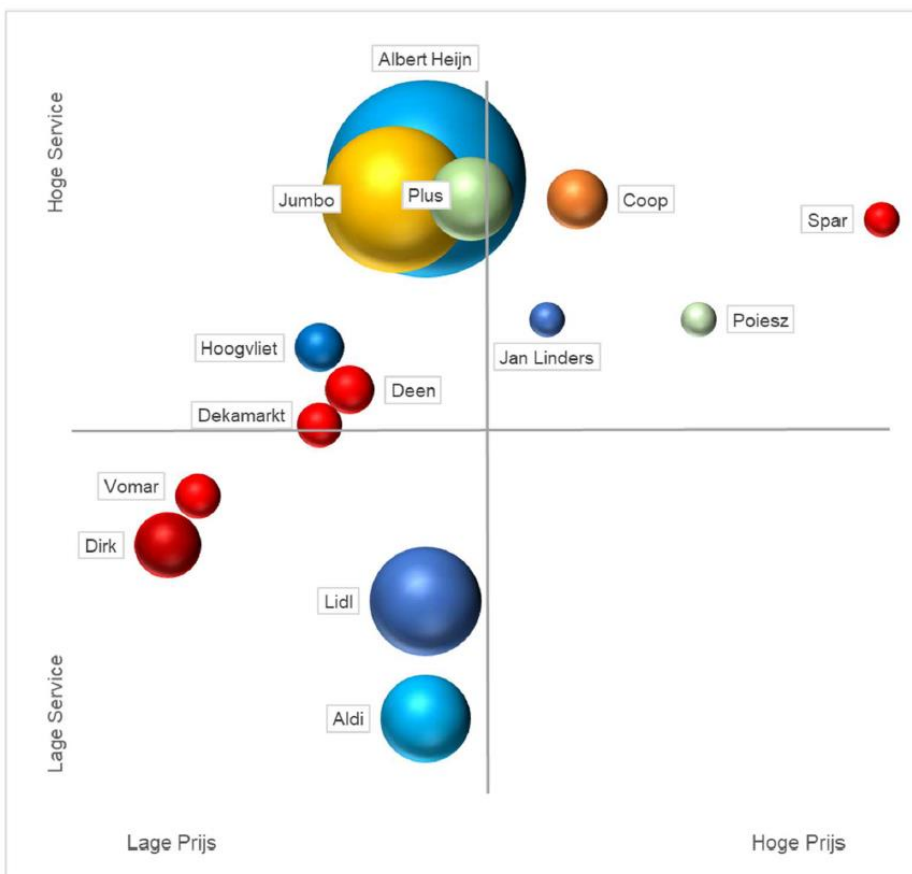
---

<sup>1</sup> Overzichtsuitspraak ABRvS 28 juni 2017, ECLI:NL:RVS:2017:1724, r.o. 9.

## 2.2 Meerwaarde formule voor het winkelaanbod

Binnen de dagelijkse goederensector zijn supermarkten de belangrijkste consumenttrekkers. Supermarkten kunnen op basis van functie en kenmerken worden ingedeeld in 5 categorieën:

- Megasupermarkten: grootschalige supermarkten, zeer uitgebreid productaanbod vooral voor de weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH XL en Jumbo Foodmarkt.
- Full-servicesupermarkten: supermarkten met ruim productaanbod, meer versproducten t.o.v. andere supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen. Voorbeelden zijn Albert Heijn, Jumbo en Plus.
- Goedkope servicesupermarkten (ook wel servicediscounters): supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen, met als kenmerk lage prijzen en beperkte service en een kleiner assortiment dan de full-servicesupermarkten. Voorbeelden zijn Dirk, Lidl en Nettorama.
- Harddiscountsupermarkten: supermarkten met een beperkt assortiment, een zeer lage prijs, gericht op de aanvullende aankopen (bezoekfrequentie: 1x per één of twee weken). De enige harddiscountsupermarkt in Nederland is Aldi.
- Buurtsupermarkten: kleinschalige supermarkten met een beperkt assortiment, gericht op service en nabijheid. Deze hebben vooral een functie als supermarkt voor vergeten boodschappen en versaankopen. Voorbeelden zijn Spar en Coop Compact.



Figuur 2.1 Positionering supermarkten (bron: Marshoek, 2019)

### FULL-SERVICESUPERMARKT

Jumbo is een full-servicesupermarkt waar alle boodschappen gedaan kunnen worden. Het is een familiebedrijf dat in 2021 100 jaar bestaat. Jumbo staat bekend om het concept van de 7 zekerheden. Klantbeleving staat centraal bij Jumbo, de supermarktketen wil dat de klanten met plezier hun boodschappen doen.

1. Euro's goedkoper
2. Service met 'n glimlach
3. Voor al uw boodschappen
4. Vers is ook echt vers



5. Vlot winkelen
6. Niet tevreden? Geld terug
7. Uw wensen staan centraal

## GROEI MARKTAANDEEL

De Jumbo-formule is de afgelopen 20 jaar hard gegroeid; voor een belangrijk deel door overnames (o.a. Super de Boer, C1000 en Emté). Op dit moment is het de een na grootste supermarktketen van Nederland met 662 vestigingen en ruim 1/5 marktaandeel.

- Jumbo is door het hele land gevestigd. Vergeleken met 2016 springt de provincie Noord-Brabant daar bovenuit, waar ook het hoofdkantoor is gevestigd. Het aantal winkels is daar de afgelopen jaren ook het sterkst gestegen (Distri-food Dynamics infographic, 2020).
- Het marktaandeel van de supermarkt stijgt gestaag gedurende de afgelopen jaren en bedraagt momenteel 21,5%. Vijf jaar geleden was dit nog 17,4% (Distri-food Dynamics infographic, 2020).
- De groei van Jumbo is ook terug te zien in het aantal vestigingen. Sinds 2017 staat Jumbo in de top 10 van meest voorkomende winkelformules in Nederland (Locatus, 2020).



## ONLINE AANWEZIGHEID

Jumbo is online aanwezig via de website jumbo.com en via de Jumbo App. Via deze app kan het assortiment en aanbiedingen bekeken worden en kunnen boodschappen worden besteld. Jumbo is in 2014 begonnen met pick-up-points waar klanten hun online bestelde boodschappen op een goed bereikbare locatie kunnen ophalen. Inmiddels zijn er veel pick-up-points in de Jumbo-supermarkten zelf. Daarnaast is ook begonnen met de thuisbezorgservice, ook in kernen zonder fysieke winkels. Landelijk is het beeld dat 33% van de consumenten die wel eens online boodschappen besteld, dat doet 33% bij Jumbo (consumentenonderzoek Deloitte, 2020).

## BEZOEKMOTIEF

Full-servicesupermarkten zoals Jumbo worden gemiddeld bijna 2 keer per week bezocht. Jumbo wordt door consumenten voor 41% bezocht als primaire supermarkt, zoals naar voren komt in het jaarlijkse consumentenonderzoek van Deloitte (2021). Primaire klanten zijn klanten die het grootste deel van hun aankopen bij de betreffende supermarkt kopen.

## BETEKENIS VOOR HET PLANINITIATIEF

Jumbo is één van de grootste supermarkten van Nederland en blijft groeien. Het aantal winkels en marktaandeel is de laatste jaren flink gegroeid en komt steeds dichterbij concurrent Albert Heijn. Jumbo is vooral concurrerend op het gebied van prijs en service (de 7 zekerheden).

---

Voor een kern als Scherpenzeel is het belangrijk om een moderne full-servicesupermarkt hebben. Jumbo is hier momenteel al gevestigd. Voor de consumenten is het van belang om deze supermarkt te behouden en versterken. Met de verplaatsing kan de supermarkt in omvang groeien, maar ook in comfort en service voor de consument. Inwoners van Scherpenzeel wordt het laatste winkelconcept geboden.

Het is bovendien complementair aan de tweede supermarkt in de kern: harddiscounter Aldi.

## 2.3 Conclusie

De huidige winkel van Jumbo is te klein en voldoet niet meer aan de formule-uitgangspunten. Het is op termijn geen duurzaam-economische vestigingslocatie meer. Uitbreiding is gewenst en in het bestaande panden was daar geen mogelijkheid toe. Door nieuwbouw te plegen op de beoogde locatie kan Jumbo hier groeien. Aldi kan uitbreiden op de achterblijvende (grotere) locatie van Jumbo. Dit is voor de kwaliteit van het supermarktaanbod van toegevoegde waarde.

Beoogde ontwikkeling lost de tekortkomingen van de huidige winkel voor de supermarktorganisatie én voor het winkelend publiek op. Het betekent een kwaliteitsimpuls voor het centrum. Een (deels) braakliggend terrein krijgt een duurzame, toekomstbestendige invulling. De twee supermarkten in het centrum blijven behouden, waar andere winkels van kunnen profiteren (combinatiebezoek). Hiermee wordt tevens de verkeers- en parkeersituatie in dit deel van het centrum verbeterd.

Geconcludeerd wordt dat er een kwalitatieve behoefte is aan de beoogde versterking van het dagelijkse winkelaanbod in het centrum van Scherpenzeel

### 3. LOCATIEAFWEGING IN RELATIE TOT BELEID

Beoogde ontwikkeling houdt een uitbreiding in van een bestaande supermarktlocatie binnen het centrum van Scherpenzeel. De beoogde locatie valt binnen het bestaand stedelijk gebied en voldoet hiermee aan de vereisten van de prioriteitsvolgorde van de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarnaast is het vanuit duurzaamheid van stedelijke ontwikkelingen van belang of het mogelijk is om met de ontwikkeling bestaande leegstand te vullen. De laatste vraag is, of het beleidsmatig gewenst is om deze supermarkt te realiseren, waar het basisbeginsel is dat detailhandel in bestaande winkelgebieden gevestigd mag worden.

#### 3.1 Is de beoogde ontwikkeling mogelijk door het invullen van leegstaande panden?

In Scherpenzeel staat momenteel 1 pand leeg, met een totale oppervlakte van 460 m<sup>2</sup> vvo (tabel 3.1). De leegstand in winkelmeters is 3% en de leegstand in verkooppunten is 1%. Hiermee is de leegstand beperkt.

Op de beoogde locatie wordt het voormalige winkelpand van Aldi gesloopt om ruimte te maken voor een nieuwe, toekomstbestendige supermarkt. Hiervoor wordt naastgelegen braakliggend perceel gebruikt. De locatie die Jumbo achterlaat wordt ingevuld door Aldi, die nu in een tijdelijk winkelpand is gevestigd om deze schuifoperatie mogelijk te maken. Hiermee krijgt ook Aldi een grotere en toekomstbestendige winkel in het centrum van Scherpenzeel. Er ontstaat geen leegstand; er wordt juist een braakliggend terrein ingevuld.

Tabel 3.1 Leegstandsanalyse (bron: Locatus, 2022)

	aantal verkooppunten			omvang (m <sup>2</sup> vvo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
<b>provincie Gelderland</b>	23.757	1.370	5,8%	5.135.363	248.484	4,8%
<b>gemeente Scherpenzeel</b>	92	1	1,1%	14.496	460	3,2%
<b>te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 7.500 tot 10.000 inwoners</b>	140	10	7,1%	28.460	1.950	6,9%

#### 3.2 Past de beoogde ontwikkeling binnen de beleidskaders?

Naast de behoefteonderbouwing is de beoogde ontwikkeling getoetst aan het vigerende detailhandelsbeleid. De vraag die hierbij beantwoord moet worden is: past het binnen het beleid om een grotere supermarkt te realiseren binnen het bestaande winkelgebied?

De beoogde ontwikkeling betreft de verplaatsing van Jumbo binnen het centrum van Scherpenzeel. De beoogde locatie valt binnen het bestaand stedelijk gebied en voldoet hiermee aan de vereisten van de prioriteitsvolgorde van de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarnaast is het van belang of het beleidsmatig gewenst is om een uitbreiding van een bestaande supermarktlocatie in het centrum van Scherpenzeel te realiseren.

##### 3.2.1 Provinciaal beleid

###### Omgevingsvisie Gaaf Gelderland (vastgesteld op 19-12-2018)

Maart 2019 is de nieuwe Omgevingsvisie Gaaf Gelderland in werking getreden. De provincie zet een gezond, veilig, schoon en welvarend Gelderland centraal. De provincie legt bij de taakinvulling ten aanzien van een gezond, veilig, schoon en welvarend Gelderland de focus op duurzaamheid, verbondenheid en een krachtige economie. Dit wordt gedaan door zeven met elkaar samenhangende ambities na te streven op de volgende thema's: energietransitie, klimaatadaptatie, circulaire economie, biodiversiteit, bereikbaarheid, vestigingsklimaat, woon- en leefomgeving.

Voor de beoogde ontwikkeling is er een raakvlak met de ambitie ten aanzien van het vestigingsklimaat en die van de woon- en leefomgeving. De provincie streeft naar een duurzaam, dynamisch en toegankelijk economisch vestigingsklimaat, waar



---

voor ondernemers en inwoners een sterke aantrekkingskracht vanuit gaat. Om dit te realiseren zorgt de provincie onder andere voor een gevarieerd aanbod aan goed ontsloten, kwalitatief hoogwaardige, duurzame werklocaties. De provincie gaat in gesprek hierover met de Gelderse regio's en maakt regionale afspraken over een goede balans tussen de vraag en het aanbod van werklocaties. Het concentreren van economische activiteiten heeft daarbij de voorkeur boven versnippering.

Ten aanzien van de woon- en leefomgeving heeft de provincie Gelderland een aanbod aan woningtypen en woonmilieus passend bij de diversiteit aan woningvraag; voor ieder een passende, duurzame woning. De provincie benut de bestaande bebouwing optimaal met voldoende ruimte voor klimaatadaptieve regelingen. Alle nieuwbouw wordt gasloos aangelegd en zoveel mogelijk circulair gebouwd.

### Omgevingsverordening provincie Gelderland (geconsolideerd op 31-03-2021)

In de omgevingsverordening is de Omgevingsvisie van de provincie Gelderland vertaald naar een bindend juridisch document. Ontwikkelingen dienen getoetst te worden aan de regelgeving die is opgesteld in de omgevingsverordening. In de omgevingsverordening staat dat nieuwe detailhandelsontwikkeling zoveel als mogelijk in bestaande winkelgebieden gefaciliteerd dienen te worden. Nieuwe stedelijke ontwikkelingen dienen getoetst te worden aan de Gelderse ladder voor duurzame verstedelijking.

In de omgevingsverordening is ten aanzien van woonlocaties opgenomen dat regio's een regionale woonagenda op moeten stellen. Een bestemmingsplan maakt nieuwe woningen alleen mogelijk als die ontwikkeling past binnen een door Gedeputeerde Staten vastgestelde regionale woonagenda. Als deze niet past binnen de woonagenda kan onder voorwaarden toch woningen mogelijk gemaakt worden

## 3.2.2 Gemeentelijk beleid

### Omgevingsvisie Scherpenzeel (2021)

De gemeente Scherpenzeel heeft 9 november 2021 haar omgevingsvisie vastgesteld. Hierin worden de ambities en doelen ten aanzien van de leefomgeving gesteld. De omgevingsvisie is opgedeeld in een aantal deelgebieden en in thema's.

Ten aanzien van het centrum van Scherpenzeel wordt gestreefd naar een aantrekkelijk centrumgebied met een gevarieerd aanbod aan winkels, bijzonder woonmilieu en monumenten. Het centrumgebied is een levendige ontmoetingsplek voor jong en oud. Deze unieke kwaliteiten moeten behouden worden. Scherpenzeel is en blijft een 'boodschappendorp', maar er is nog wat te winnen in ons centrum als het gaat om sfeer en de mogelijkheid om te struinen en verblijven.

Het versterken van recreatie en toerisme in het centrum is een belangrijke ambitie voor de toekomst. Er is nog wat te winnen, meer horeca kan bijvoorbeeld ook reuring met zich mee brengen. Dit wil de gemeente bereiken door ruimte te geven aan de horeca, evenementen, de verbinding met Huize(park) Scherpenzeel te versterken en door bundeling van de winkels in het kernwinkelgebied. Daarbij wordt de balans gezocht tussen levendigheid en leefbaarheid. Ondernemers wordt de ruimte gegeven om (gezamenlijk) initiatieven op te pakken ter versterking van de (beeld)kwaliteiten het centrum en om nieuwe ontmoetingsplekken te realiseren.

### Centrumvisie Scherpenzeel: Samen voor een kloppend hart (2016)

Het doel van de centrumvisie is het creëren van een voor Scherpenzeel kwalitatief voldoende en passend voorzieningenniveau in het centrumgebied. Het gaat om een integrale visie met aandacht voor de winkelvoorzieningen, maar ook voor thema's als leefbaarheid, wonen, verkeer en horeca. Het toekomstbeeld van het centrum wordt als volgt omschreven:

*“Het centrumgebied is in de toekomstige situatie herkenbaar en kenmerkt zich door een aantrekkelijk en uniform straatbeeld en is een fijne plek om te verblijven. In het winkelgebied is nauwelijks sprake van leegstand doordat winkelgebieden compacter zijn en op verschillende plekken mogelijkheden worden geboden voor het omzetten van winkelpanden naar woningen. Er is voldoende ruimte om te parkeren en de winkels zijn goed bereikbaar. De wegen in het centrumgebied zijn veilig*

*en de verschillende verkeersstromen worden overzichtelijk begeleidt. De gemeente slaat de handen ineen met winkeliers en inwoners om de kwaliteit van het functioneren van het centrumgebied continu op peil te houden en te verbeteren.”*

Scherpenzeel kiest ervoor winkeliers en ondernemers te stimuleren zich binnen het centrumgebied te vestigen. Dit kan bijvoorbeeld door gunstige voorwaarden te scheppen in bestemmingsplannen, maar ook door de openbare ruimte voor ondernemers binnen het centrumgebied nog aantrekkelijker te maken. Om ontwikkelingen als leegstand te voorkomen zet Scherpenzeel – indien nodig – maatregelen in. Het gaat dan om stimuleringsbeleid en niet om ontmoedigingsbeleid. De gemeente zet nadrukkelijk niet in op ontmoediging buiten de grenzen van het centrumgebied.

Op het gebied van voorzieningen is het vooral de markt/de economie die bepaalt wat er gebeurt en valt er als gemeente niet op elk vlak te sturen. Voor een groot deel zijn de winkeliers en overige ondernemers aan zet. De samenwerking tussen ondernemers en gemeente is belangrijk om een kloppend centrumgebied te creëren.

Scherpenzeel koestert haar supermarkten in het centrum als trekkers en als kruisbestuiving voor winkels in de nabijheid ervan. Zoals eerder beschreven zijn supermarkten voor kleine kernen als Scherpenzeel van essentieel belang. Voor supermarkten is het met name belangrijk dat sprake is van een goede bereikbaarheid, genoeg parkeervoorzieningen en voldoende winkeloppervlak. Op deze vlakken kan de gemeente indien noodzakelijk een rol betekenen.

### **3.3 Conclusie**

Zowel het provinciaal als gemeentelijk beleid is gericht op versterking van het kernwinkelgebied. In het kader van behoud en versterking van de levendigheid in centra wordt gestreefd naar concentratie van het winkelaanbod in de bestaande winkelgebieden. De beoogde ontwikkeling vindt plaats binnen het kernwinkelgebied van Scherpenzeel en sluit hiermee aan bij het beleid van zowel provincie als gemeente. Daarnaast is de locatie al bestemd voor het gebruik als supermarkt. Door de supermarktmogelijkheden op de huidige locatie uit te breiden wordt een bestaande locatie versterkt en gebruik gemaakt van bestaande stedelijke gronden. Met de ontwikkeling kunnen de supermarkten behouden en versterkt worden voor de inwoners van Scherpenzeel. Op deze manier wordt gezorgd voor een toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Geconcludeerd kan worden dat met de ontwikkeling sprake is van zorgvuldig ruimtegebruik.

---

## Bijlage 1 Begrippenlijst

### **BESTEDINGEN**

Bestedingen zijn uitgaven van Nederlandse huishoudens/consumenten, aan goederen en diensten.

### **BESTEDINGSPOTENTIEEL**

Het totaal aan detailhandelsbestedingen die door inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Dit wordt berekend door het inwonertal te vermenigvuldigen met gemiddelde (landelijke) besteding per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied.

### **BRUTO VLOEROPPERVLAK (BVO)**

Bebouwd oppervlak van een ruimte of een groep van ruimten is de oppervlakte, 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.

### **DAGELIJKE GOEDEREN**

Artikelen gericht op voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging. In de praktijk wordt een onderscheid gemaakt in supermarkten, speciaalzaken en drogisterijen.

### **DETAILHANDEL**

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

### **DISTRIBUTIEPLANOLOGISCH ONDERZOEK**

Een marktruimteberekening waarbij vraag en aanbod met elkaar worden geconfronteerd in een bepaald marktgebied. Met een dpo worden de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod onderzocht.

### **GROOTSCHALIGE CONCENTRATIE**

Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddelde omvang per winkel van minimaal 500 m<sup>2</sup> vwo (bijvoorbeeld op woonboulevards).

### **GROOTSCHALIGE DETAILHANDELSVESTIGING (GDV)**

Winkel met een ondergrens van 1.500 m<sup>2</sup> bedrijfsvloeroppervlak.

### **HOOFDWINKELCENTRUM**

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied, met de hoogste verzorgingsgraad in de woonplaats.

### **KOOPKRACHTAFVLOEIING**

Het percentage van de bevolking dat buiten de eigen gemeente, regio of provincie aankopen doet.

### **KOOPKRACHTBINDING**

Het percentage van de bevolking dat in de eigen gemeente, regio of provincie aankopen doet.

### **KOOPSTROMEN**

De mate waarin consumenten in een aankoopplaats bepaalde artikelen koopt (detailhandelsbestedingen), naar plaats van herkomst.



---

## **NIET-DAGELIJKSE GOEDEREN**

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse goederen. De Locatus-branches Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis en Overige Detailhandel vallen hier onder.

## **VLOERPRODUCTIVITEIT**

Totale omzet in de branche gedeeld door het totale aantal m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte in de branche.

## **OMNI-CHANNEL**

Het gebruik van verschillende kanalen (fysieke winkel, website, sociale media, krantadvertentie) om tot een voor de klant afgestemde ervaring te komen.

## **ONDERSTEUNEND WINKELCENTRUM**

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een plaats een of meerdere ondersteunende winkelcentra worden onderscheiden. Hieronder worden gerekend: winkels in buurt- en wijkwinkelcentra en binnenstedelijke winkelstraten.

## **PERIFERE DETAILHANDELSVESTIGING (PDV)**

Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen. Dergelijke locaties worden doorgaans benut voor detailhandel in volumineuze artikelen c.q. detailhandelsvestigingen die een groot winkeloppervlak nodig hebben.

## **VERSPREIDE BEWINKELING**

Alle verkooppunten die buiten een van de andere genoemde winkelgebieden vallen, worden tot de verspreide winkels gerekend

## **WINKEL**

Met een winkel wordt een fysiek verkooppunt bedoeld.

## **WINKELGEBIED**

Een winkelgebied is een cluster met ten minste vijf winkels.

## **WINKELVLOEROPPERVERLAKTE (WVO)**

Winkelvloeroppervlakte is het aantal vierkante meters van een winkel dat voor de consument zichtbaar is / toegankelijk is.

## Bijlage 2 Berekening gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo van het aanwezig en beoogd winkelaanbod in Scherpenzeel

Huidige situatie	aanbod in m <sup>2</sup> wvo	gem. omzet per m <sup>2</sup> wvo	omzet
Supermarkt	2.161	€ 8.078	€ 17.456.558
Levensmiddelen speciaalzaak	532	€ 6.522	€ 3.469.704
Persoonlijke verzorging	619	€ 5.604	€ 3.468.876
Totaal aanwezig aanbod	3.312	€ 7.366	€ 24.395.138

Beoogde situatie	aanbod in m <sup>2</sup> wvo	gem. omzet per m <sup>2</sup> wvo	omzet
Supermarkt	2.613	€ 8.078	€ 21.107.814
Levensmiddelen speciaalzaak	532	€ 6.522	€ 3.469.704
Persoonlijke verzorging	619	€ 5.604	€ 3.468.876
Totaal aanwezig aanbod	3.764	€ 7.451	€ 28.046.394