

**Distributieve toets en
effecten uitbreiding Albert
Heijn-Martinus Nijhofflaan
te Delft**

6 november 2014

Eindrapport

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:

Eindrapport

Datum:

6 november 2014

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv

Silodam 1E

1013 AL Amsterdam

020 - 625 42 67

www.stedplan.nl

amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:

Dr. Aart Jan van Duren

Drs. Gijs Foeken

Voor meer informatie: Aart Jan van Duren, ajvd@stedplan.nl

In opdracht van:

Vorm Ontwikkeling B.V.

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2014.A.511

Referentie: 2014.A.511 Antea Group, Delft DPO uitbreiding Albert Heijn_061114

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding	4
1 Contextanalyse	7
1.1 Planbeschrijving	
1.2 Draagvlak	
1.3 Detailhandelsstructuur	
1.4 Beleid	
1.5 Eerste oordeelsvorming	
2 Distributieve analyse	20
2.1 Benchmarkanalyse	
2.2 Distributieve berekening	
2.3 Conclusies actuele regionale behoefte	
3 Effectenstudie	25
3.1 Ruimtelijke effecten	
3.2 Economische effecten	
3.3 Effecten op de bestaande winkelstructuur	
3.4 Conclusie	

Inleiding

Vorm Ontwikkeling B.V. en de gemeente Delft hebben een overeenkomst gesloten met als doel de bestaande, zeer goed functionerende Albert Heijn-vestiging aan de Martinus Nijhofflaan in Delft, onderdeel van winkelgebied In de Hoven, te herontwikkelen tot AH XL.

In de huidige situatie omvat de projectlocatie 4.067 m² bvo aan (potentiële) winkelruimte, waarvan 2.424 m² bvo in gebruik is door Albert Heijn en Gall & Gall. De overige 1.643 m² bvo betreft de voormalige vestiging van ABN AMRO. De huidige projectlocatie is volledig bestemd voor centrumvoorzieningen (onder meer detailhandel)

De herontwikkeling voorziet in een gefaseerde uitbreiding tot maximaal 6.119 m² bvo aan winkelruimte.

- Fase 1 betreft de uitbreiding van Albert Heijn tot AH XL (met een omvang van 4.440 m² bvo), de verplaatsing en uitbreiding van Gall & Gall (150 m² bvo), de vestiging van Etos (335 m² bvo) en overige, nader te specificeren winkels (577 m² bvo).
- Indien fase 1 een succes blijkt, is de initiatiefnemer voornemens om in fase 2 nog eens 617 m² bvo aan winkelruimte te realiseren.

Daarmee vindt een fysieke uitbreiding plaats van de projectlocatie met maximaal 2.052 m² bvo aan winkelruimte.

Tabel 1 Huidig en toekomstig aanbod projectlocatie Martinus Nijhofflaan (in m² bvo)

	Huidig	Toekomstig	Uitbreiding
AH XL	2.346	4.440	
Gall & Gall	78	150	
Potentiële winkelruimte ¹	1.643		
Etos		335	
Overige winkels fase 1		577	
Overige winkels fase 2		617	
Totaal fase 1 en 2	4.067	6.119	2.052

Bron: VORM Ontwikkeling B.V.

In deze distributieplanologische onderbouwing concentreren wij ons op het in gebruik zijnde dagelijkse winkelaanbod, en de AH XL in het bijzonder. Dat bedraagt in de huidige situatie 2.424 m² bvo. Na voltooiing van de herontwikkeling zullen maximaal 3.695 m² bvo meer dagelijkse winkelmeters in gebruik zijn dan in de huidige situatie. Dit betreft de beoogde uitbreiding en opvulling van de voormalige ABN AMRO. In termen van winkelvloeroppervlak ² betekent dit een uitbreiding van maximaal 2.955 m² wvo aan dagelijks winkelaanbod.

¹ Betreft de voormalige ABN AMRO (1.643 m² bvo).

² de voor de klant toegankelijke delen van de winkel (dus excl. magazijn en sociale ruimten). In de regel is dit ca. 80% van het bvo (het bedrijfsvloeroppervlak, inclusief de genoemde ruimten).

De herontwikkeling gaat gepaard met de realisatie van (nieuwe) parkeervoorzieningen ten behoeve van de supermarkt, woningbouw en de daarbij behorende parkeervoorzieningen. Antea Group begeleidt de bestemmingsplanprocedure en wenst ter onderbouwing van de distributieplanologische haalbaarheid van de plannen een distributief (effecten-)onderzoek.

In januari 2014 heeft Vorm Ontwikkeling B.V. via Antea Group aan Bureau Stedelijke Planning gevraagd dit onderzoek uit te voeren. Het rapport fungeert als bijlage bij het bestemmingsplan. De notitie wordt tevens ter toetsing voorgelegd aan het Regionaal Economisch Overlegorgaan (REO) Haaglanden, welke een verplichte adviestaak heeft bij detailhandelsplannen.

Centraal in ons onderzoek staan de volgende vragen:

- Is de beoogde uitbreiding van Albert Heijn tot AHXL distributief te verantwoorden en voorziet deze in een **actuele (regionale) behoefte**?
- Wat zijn de **ruimtelijk-economische effecten** van de beoogde ontwikkeling, zowel voor winkelgebied in de Hoven als voor de totale winkelstructuur in Delft? Leidt de ontwikkeling tot sterk oplopende leegstand en/of duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur en/of aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat?

Bij het beantwoorden van deze vragen dient rekenschap genomen te worden van de vereisten vanuit overheidsbeleid, onder meer door een tussenuitspraak uit december 2012 van de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State (zaaknr. 201200385/1/T1/R2) inzake het centrumplan Emmeloord (en de daarop volgende lijn in de jurisprudentie) en artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening ('ladder voor duurzame verstedelijking'). Ook dient getoetst te worden op de vraag of er met de geplande ontwikkeling al dan niet sprake is van *duurzame ontwrichting*.

Het eerste is van belang omdat aannemelijk moet worden gemaakt dat het plan niet tot *overcapaciteit*, en daarmee tot een onaanvaardbare toename van de leegstand zal leiden, met negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat. Het aspect van duurzame ontwrichting (jurisprudentie o.m. Sugar City, De Marne en Bergen op Zoom) is bij uitstek van belang als het gaat om dagelijkse voorzieningen.

De '*ladder voor duurzame verstedelijking*' (gebaseerd op de SER-ladder voor bedrijventerreinen) deed zijn intrede in de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) en is via artikel 3.1.6 lid 2 vastgelegd als procesvereiste in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Het Bro bepaalt dat voor alle ruimtelijke plannen, waaronder bestemmingsplannen, de treden van de ladder moeten worden doorlopen. Het doel van de ladder is een zorgvuldige ruimtelijke ordening, in termen van optimale benutting van de ruimte in het stedelijk gebied. Met de ladder wordt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten nagestreefd. Via de motie De Rouwe is najaar 2012 ook detailhandel als stedelijke functie aan deze ladder toegevoegd.

De ladder kent het volgende afwegingskader:

1. Is er een **actuele (regionale) behoefte** aan deze nieuwe ontwikkeling (bedrijven, kantoren, woningen en andere stedelijke ontwikkelingen)? Indien dat niet het geval is

stopt de planprocedure. Is er wel sprake van een regionale behoefte, dan volgt trede 2 van het afwegingskader.

2. Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen **binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio**, door de transformatie of herstructurering hiervan? Zo ja, dan wordt het initiatief daar in beginsel gerealiseerd. Indien herstructurering of transformatie van bestaand stedelijk gebied onvoldoende mogelijkheden biedt om aan de regionale, intergemeentelijke vraag te voldoen, volgt trede 3.
3. Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een **locatie buiten bestaand stedelijk gebied** gezocht te worden die **multimodaal ontsloten** is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.

Ook van belang is de nieuwe door GS vastgestelde (en tot half februari 2014 ter visie liggende) 'Visie Ruimte en Mobiliteit', de provinciale structuurvisie voor Zuid-Holland. Hierin wordt benoemd dat het provinciale detailhandelsbeleid gericht is op een gezonde detailhandelsmarkt, waarbij leegstand wordt voorkomen. De provincie acht toevoeging van winkelmeters slechts in enkele perspectiefrijke onderdelen van de bestaande provinciale detailhandelstructuur aan de orde. Voor de concentratie van de detailhandel in winkelcentra werkt de provincie met een driedeling van detailhandelscentra. Deze driedeling bestaat uit: te ontwikkelen locaties, te optimaliseren locaties en overige locaties. De onderhavige ontwikkeling is als onderdeel van de hoofdstructuur onderdeel van de categorie te optimaliseren centra, waarbij het 'nee-tenzij-principe' geldt. Dit betekent dat gewerkt wordt aan de verbetering van de (concurrentie)positie met alle denkbare middelen, in principe zonder netto toevoeging van winkelmeters. Een eventueel beperkte uitbreiding van winkelmeters staat in het teken van structuurverbetering van het centrum.

Vanwege dit laatste aspect is het van belang dat in het onderdeel effecten tevens de meer kwalitatieve toets (structuurverbetering van het gehele winkelgebied) wordt meegenomen.

De opbouw van het rapport is als volgt. Hoofdstuk 1 is een contextanalyse, met achtereenvolgens een planbeschrijving van de beoogde ontwikkeling, de marktsituatie in Delft(-Zuid) voor specifiek de dagelijkse sector en de beleidskaders. Hoofdstuk 2 is het verslag van de distributieve toets, en in hoofdstuk 3 worden de effecten van het plan geanalyseerd.

1 Contextanalyse

Dit hoofdstuk begint met een korte planbeschrijving van de Martinus Nijhofflaan in Delft, in de context van de totale planontwikkeling in winkelgebied In de Hoven. Daarna komt de marktsituatie in Delft-Zuid aan bod voor specifiek de dagelijkse sector c.q. de supermarktsector, uitgesplitst in de verhoudingen tussen vraag (paragraaf 1.2) en aanbod (paragraaf 1.3). Tot slot worden de beleidskaders op lokaal, regionaal en provinciaal niveau geschetst (paragraaf 1.4).

1.1 Planbeschrijving

Winkelgebied In de Hoven c.q. de Hovenpassage staat aan de vooravond van een ingrijpende herstructurering. In het vigerende bestemmingsplan Zuidwest 1 is de ambitie uitgesproken om detailhandelsstructuur en de openbare ruimte in en rond de Martinus Nijhofflaan te verbeteren. Belangrijk is daarbij dat een kwaliteitsslag wordt gerealiseerd. Het huidige winkelgebied is naar binnen gekeerd (introvert) en gefragmenteerd (het vormt geen eenheid). Een verbeterde uitstraling, concentratie en schaalvergroting moeten gezamenlijk leiden tot duurzaamheid en meer aantrekkingskracht. Door de voorgestane ontwikkeling dient het winkelgebied verder op de kaart te worden gezet als het tweede winkelgebied van Delft (na de binnenstad). De planvorming voor de Hovenpassage heeft slechts betrekking op een deel van winkelgebied In de Hoven (in de definitie van het stadsgewest Haaglanden): het betreft de Hovenpassage (veld 11 op onderstaande kaart) zelf en de winkels aan de westzijde van de Papsouwselaan (veld 4 en 8).

Mede door de grote lengte van het winkelgebied is in het Stedenbouwkundig Plan Poptahof voorgesteld om de winkels meer rond de Hovenpassage te concentreren, waarmee tevens de bestaande achterkanten van de Hovenpassage kunnen worden omgevormd tot voorkanten langs de (te herinrichten) openbare ruimten. De circa 4.500 m² bvo aan commerciële ruimten aan de Papsouwselaan West wordt gesaneerd. Gelijktijdig wordt de Hovenpassage uitgebreid met in totaal 9.000 m² bvo aan commerciële ruimten op de huidige parkeerplaatsen langs de Troelstralaan en de Martinus Nijhofflaan.

Tabel 2 Plan Hovenpassage, bruto en netto toevoeging van functies

	Metrages	Toelichting
Hovenpassage nu*	13.000 m ² bvo	Detailhandel, horeca en diensten
Hovenpassage straks	22.000 m ² bvo	Detailhandel, horeca en diensten
Uitbreiding	9.000 m ² bvo	Detailhandel, horeca en diensten
Sanering veld 4+8	4.500 m ² bvo	Sanering/verplaatsing
Netto toevoeging	4.500 m ² bvo	Nieuw
- waarvan overige functies	1.500 m ² bvo	Nieuwe horeca en diensten
- netto toevoeging detailhandel (bvo)	3.000 m ² bvo	Nieuwe detailhandel
Netto toevoeging detailhandel (vvo)	2.400 m ² vvo	Nieuwe detailhandel

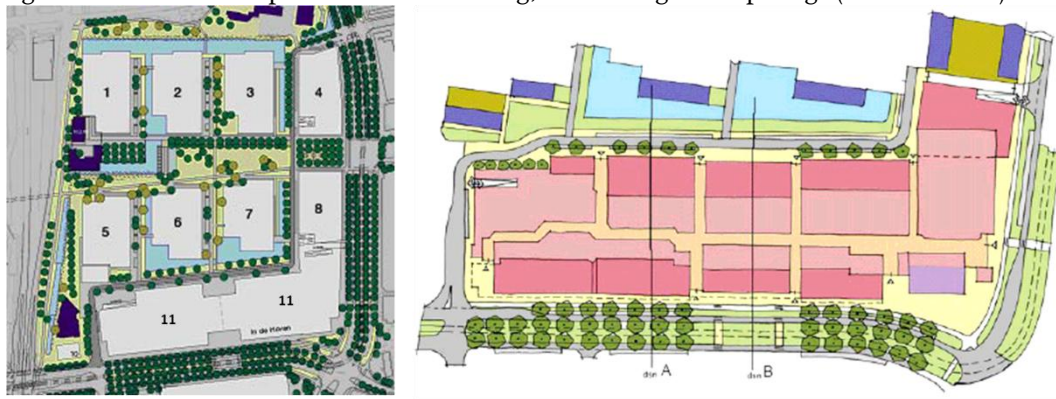
Bron: Bestemmingsplan Zuidwest deelgebied 1. Partiële herziening In de Hoven (2008)

*2008

In 2005 werd door de gemeente Delft het Ontwikkelingsplan Winkelcentrum In de Hoven vastgesteld. Ook hebben de gemeente en Van der Vorm Vastgoed een ontwikkelingsovereenkomst gesloten, ten behoeve van de doorontwikkeling en uitbreiding van het winkelgebied. Om de ontwikkelingen mogelijk te maken heeft Van der Vorm Vastgoed in 2010 een parkeergarage gerealiseerd met circa 550 parkeerplaatsen. Ten aanzien van de vervolgfases (de daadwerkelijke uitbreiding van de Hovenpassage) hebben veranderingen in de markt ertoe geleid dat de plannen opnieuw kritisch zijn beoordeeld. Zo maakt de geplande “Wereldmarkt” op veld 8 niet langer deel uit van het plan. In de voorbije periode zijn de plannen bijgesteld zodat deze beter aansluiten op de vraag vanuit de markt.

Concreet wordt op dit moment aan het Hovenplein (veld 8), grenzend aan de oostkant van de passage, een vestiging van Action gerealiseerd. De verwachting is dat deze in maart 2014 zijn deuren opent. Daarnaast zal langs de Troelstralaan, aan de noordkant van de bestaande Hovenpassage, en aan de Martinus Nijhofflaan respectievelijk 1.800 m² en 700 m² aan commerciële ruimten worden toegevoegd. Hierdoor zal de Hovenpassage verlost worden van zijn introverte karakter.

Figuur 1 Bouwvelden Poptahof met nummering, Uitbreiding Hovenpassage (in donkerroze)



Bron: Bestemmingsplan Zuidwest, deelgebied 1 (Voorhof), partiële herziening

Direct ten zuiden van de Hovenpassage, aan de andere kant van de Martinus Nijhofflaan, is het “Ahold-blok” gesitueerd, met daarin nu Albert Heijn en Gall & Gall. Ook voor dit blok bestaan uitbreidingsplannen. Vorm Ontwikkeling B.V. en de gemeente Delft hebben een overeenkomst gesloten met als doel de bestaande, zeer goed functionerende Albert Heijn-vestiging (1.877 m² wvo) aan de Martinus Nijhofflaan te herontwikkelen tot AH XL. In de huidige situatie omvat de projectlocatie 4.067 m² bvo aan (potentiële) winkelruimte, waarvan 2.424 m² bvo in gebruik is door Albert Heijn en Gall & Gall. De overige 1.643 m² bvo betreft de voormalige vestiging van ABN AMRO. De huidige projectlocatie is volledig bestemd voor centrumvoorzieningen (onder meer detailhandel). De herontwikkeling voorziet in een gefaseerde uitbreiding tot maximaal 6.119 m² bvo aan winkelruimte.

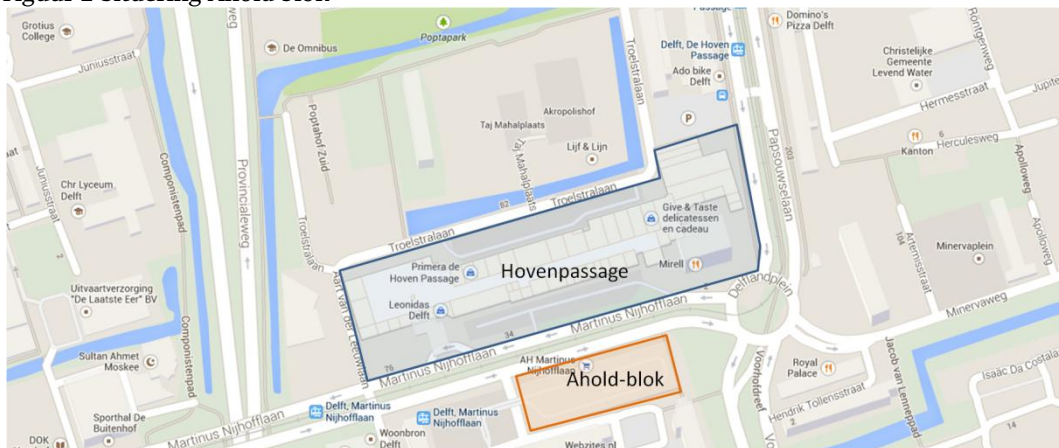
- Fase 1 betreft de uitbreiding van Albert Heijn tot AH XL (met een omvang van 4.440 m² bvo), de verplaatsing en uitbreiding van Gall & Gall (150 m² bvo), de vestiging van Etos (335 m² bvo) en overige, nader te specificeren winkels (577 m² bvo).
- Indien fase 1 een succes blijkt, is de initiatiefnemer voornemens om in fase 2 nog eens 617 m² bvo aan winkelruimte te realiseren.

Daarmee vindt een fysieke uitbreiding plaats van de projectlocatie met maximaal 2.052 m² bvo aan winkelruimte.

In deze distributieplanologische onderbouwing concentreren wij ons op het in gebruik zijnde dagelijkse winkelaanbod, en de AH XL in het bijzonder. Dat bedraagt in de huidige situatie 2.424 m² bvo. Na voltooiing van de herontwikkeling zullen maximaal 3.695 m² bvo meer dagelijkse winkelmeters in gebruik zijn dan in de huidige situatie. Dit betreft de beoogde uitbreiding en opvulling van de voormalige ABN AMRO. In termen van winkelvloeroppervlak ³ betekent dit een uitbreiding van maximaal 2.955 m² wvo aan dagelijks winkelaanbod.

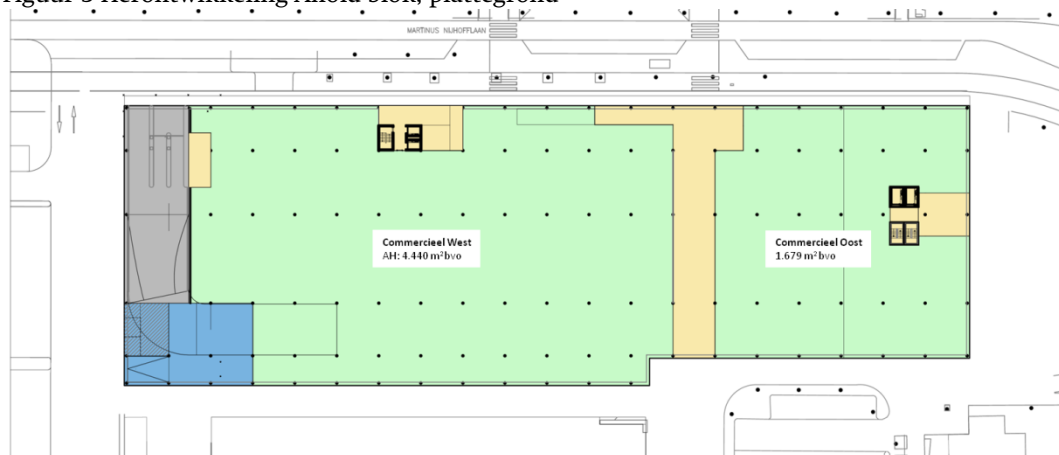
De herontwikkeling gaat gepaard met de realisatie van (nieuwe) parkeervoorzieningen ten behoeve van de supermarkt, woningbouw en de daarbij behorende parkeervoorzieningen.

Figuur 2 Situering Ahold-blok



Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Figuur 3 Herontwikkeling Ahold-blok, plattegrond



Bron: Vorm Ontwikkeling B.V.

³ de voor de klant toegankelijke delen van de winkel (dus excl. magazijn en sociale ruimten). In de regel is dit ca. 80% van het bvo (het bedrijfsvloeroppervlak, inclusief de genoemde ruimten).

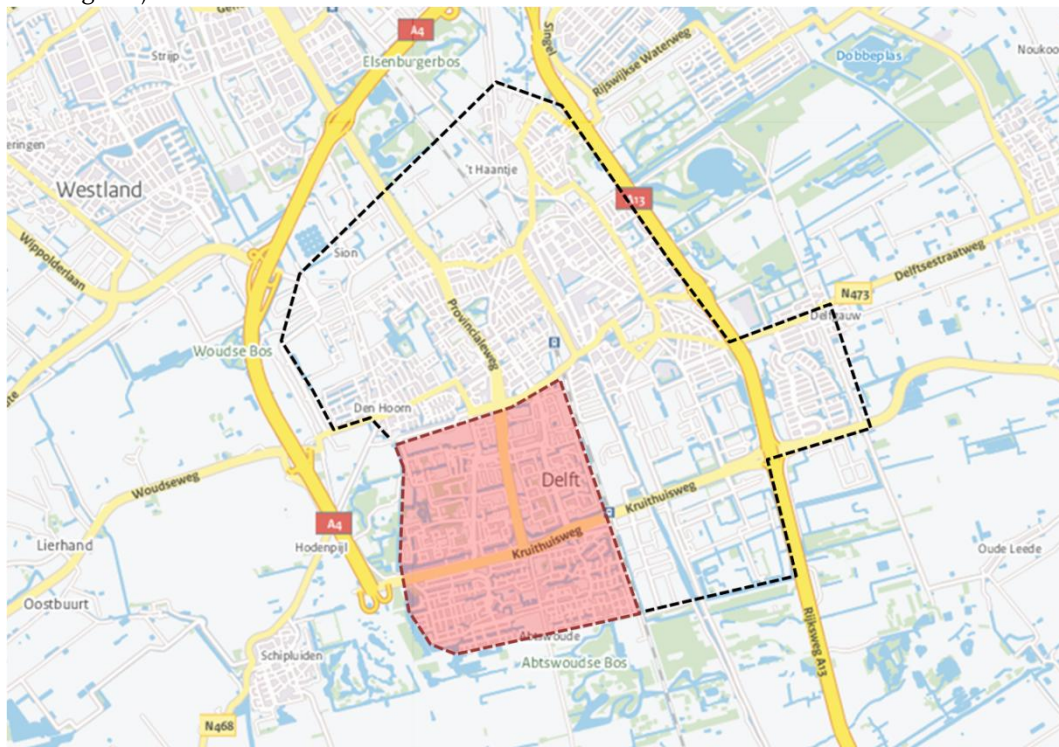
1.2 Draagvlak

Delft ligt in de provincie Zuid-Holland, tussen de steden Den Haag en Rotterdam. De stad telt ruim 100.000 inwoners. De dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel in Delft vervullen een stevige functie voor de eigen inwoners, maar kennen ook een zekere regiofunctie. Met name woonwarenhuis IKEA trekt zeer veel omzet aan van buiten Delft. Ook in de dagelijkse sector vervult Delft een regionale functie, welke wordt bevestigd door de uitkomsten van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011:

- In Delft is sprake van een hoge koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van 91%. Dit betekent dat van elke euro die de inwoners van Delft uitgeven aan dagelijkse boodschappen, 91 cent in de kassa's van winkels in Delft terecht komt.
- Daarnaast is nog eens 16% van de dagelijkse detailhandelsomzet in Delft afkomstig uit de omliggende gemeenten Midden-Delfland (waaronder Den Hoorn), Pijnacker-Nootdorp (waaronder Delfgauw), Rijswijk en Den Haag.

Winkelgebied In de Hoven, en de daar gevestigde Albert Heijn aan de Martinus Nijhofflaan, kent in eerste instantie een verzorgende functie voor Delft-Zuid. Dit is het primaire verzorgingsgebied. Daarnaast trekt het winkelgebied ook veel omzet aan uit de rest van Delft. Dit is het secundaire verzorgingsgebied. Van de Albert Heijn is bekend dat ongeveer 50% van de omzet uit Delft Zuid afkomstig is, en 50% uit overige delen van Delft en daarbuiten. Dit onderstreept de bovenlokale verzorgende functie van In de Hoven. Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 bleek dat ook uit de gemeenten Midden-Delfland en Pijnacker-Nootdorp een substantiële omzet naar winkelgebied In de Hoven vloeit.

Figuur 4 Primair verzorgingsgebied (rood) en secundair verzorgingsgebied (inclusief Den Hoorn en Delfgauw)



Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Kenmerken bevolking

- Delft is studentenstad bij uitstek. Dat vertaalt zich in een bovengemiddeld aandeel van de leeftijdscategorie 15-25 jaar en een gemiddelde huishoudengrootte die ver onder het landelijke niveau ligt.
- In het primaire verzorgingsgebied, Delft-Zuid, zijn minder studenten woonachtig dan in het secundaire verzorgingsgebied. Nog altijd is het aandeel 15-25 jarigen relatief groot, maar minder sterk dan in heel Delft. Daarnaast ligt het aandeel 65-plussers een fractie hoger dan landelijk. Delft-Zuid kenmerkt zich door een hoog percentage niet-westerse allochtonen: ruim een kwart (26%) van de bevolking. Het gemiddelde inkomen per inwoner ligt 11% lager dan het landelijke gemiddelde.
- Het secundaire verzorgingsgebied herbergt een grotere studentenpopulatie, wat zich uit in meer jongeren in de leeftijd van 15 tot 25 jaar, een lagere gemiddelde huishoudengrootte en minder niet-westerse allochtonen. Daarnaast is het secundaire verzorgingsgebied over het algemeen welvarender, met een gemiddeld inkomen per inwoner dat een fractie (2%) boven het landelijke niveau ligt.

Tabel 3 Demografische kenmerken primaire verzorgingsgebied

	Inw.	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem. huish. grootte	% niet- westerse allocht.	Gem ink per inw.
Primair	41.495	13	18	27	25	17	1,8	26%	€ 19.400
Secundair	58.566	12	21	31	24	12	1,7	14%	€ 22.100
Delft	100.061	13	19	29	24	14	1,7	19%	€ 20.900
Nederland		17	12	26	28	16	2,2	12	€ 21.700

Bron: Gemeente Delft, Statistisch Jaarboek 2014. Inkomen op basis van CBS Statline 2011

Ontwikkeling draagvlak in het verzorgingsgebied

Volgens bevolkingsprognoses⁴ van de gemeente Delft stijgt het aantal inwoners van de stad in de periode tot 2025 van ruim 100.000 tot circa 108.500. Dit betekent een bevolkingsgroei van ruim 8% ten opzichte van de huidige situatie. Het grootste deel van deze bevolkingsgroei vindt plaats in het secundaire verzorgingsgebied. In de komende 10 jaar komen hier circa 5.800 inwoners bij (+10%).

In het primaire verzorgingsgebied ligt de verwachte bevolkingsgroei rond de 2.600 inwoners (+6%), een groei die hoofdzakelijk plaatsvindt in de wijk Voorhof, waarin ook winkelgebied In de Hoven is gesitueerd.

- Deze bevolkingsgroei is voornamelijk het gevolg van de ontwikkelingen in de *Spoorzone*. De ondertunneling van het spoor biedt ruimte voor onder andere de bouw van een nieuw stadskantoor, een stadspark en circa 1.000 woningen. Onlangs werd bekend dat de gemeente, als gevolg van de financiële crisis, afziet van de originele woningbouwplannen. In plaats daarvan wil het college 'inspelen op actuele woonbehoeftes en studentenhuisvesting'. Zo kan onder andere particulier opdrachtgeverschap een plek krijgen in de Spoorzone. De circa 1.000 woningen worden gebouwd tussen het Bolwerk in de binnenstad en de Mercuriusweg in Voorhof, waardoor een groot deel van de verwachte bevolkingsgroei van de gemeente Delft in Voorhof zal plaatsvinden.

⁴ Gemeente Delft, Statistisch Jaarboek 2014, via: http://www.delft.nl/pdf/onderzoek_en_statistiek/jaarboek%201_2014.pdf

- *Woontoren Hovenpassage*⁵. Ook op korte afstand van de projectlocatie vindt woningbouw plaats. Bovenop de nieuwe winkelruimtes aan de Martinus Nijhofflaan wordt een woontoren gebouwd. Dit 12 bouwlagen tellende complex omvat na voltooiing circa 75 appartementen. De bouwstart staat gepland voor juni 2014. Voor de toekomst staan ook een tweede en een derde woontoren aan de Martinus Nijhofflaan gepland. Deze worden pas gebouwd wanneer er voldoende kopers en/of huurders zijn gevonden. In de huidige markt is niet aan te geven wanneer dit precies is.
- Boven het te herontwikkelen Albert Heijnblok aan de Martinus Nijhofflaan worden, gefaseerd, 156 huur- en koopappartementen gerealiseerd. Fase 1 omvat 59 appartementen. Fase 2 de overige 97.

Woningbouwplannen buiten het verzorgingsgebied

In de gemeente Delft staan naast de genoemde ontwikkeling in de wijk Voorhof verschillende woningbouwprogramma's op de agenda⁶:

- *Harnaschpolder*. In het noordwesten van Delft, in Voordijkshoorn, en de aangrenzende gemeente Midden-Delfland wordt een nieuwe woonwijk gerealiseerd met circa 1.300 woningen. Hier wordt ruimte geboden aan particulier opdrachtgeverschap.
- *Wippolder/voormalig TNO-terrein/TU-gebied*. Aan de oostzijde van Delft vindt herontwikkeling plaats van de voormalige TNO-locatie. Met dit project is onder andere de bouw van minimaal 800 woningen gemoeid. Ook zijn mogelijk voorzieningen gepland. Daarnaast wordt het TU-gebied de komende jaren getransformeerd tot een verbonden, duurzaam en dynamisch stadsdeel. Onder andere 285 woningen voor studenten en starters moeten hieraan bijdragen. In het gebied als totaal staat een woningbouwprogramma van circa 1.800 woningen en 3.000 studentenwoningen op stapel. Ook hier zijn ter verlevendiging van het gebied in beperkte mate detailhandelsvoorzieningen voorstelbaar.

1.3 Detailhandelsstructuur

Delft telt in totaal 557 winkels met een gezamenlijke omvang van 162.265 m² wvo. De dagelijkse sector in Delft bestaat uit 158 winkels en 29.828 m² wvo.

De winkelstructuur kenmerkt zich door twee relatief grote winkelgebieden: de binnenstad en stadsdeelcentrum In de Hoven. Daarnaast zijn er diverse kleinschalige ondersteunende wijk- en buurtwinkelcentra, met hoofdzakelijk dagelijks aanbod. Het aanbod in de perifere en grootschalige detailhandel (PDV/GDV) is relatief groot. De aanwezigheid van IKEA (met 37.500 m² wvo goed voor 40% van het totale metrage in deze sector) speelt hierin een grote rol.

Binnenstad Delft

Het totale winkelvloeroppervlak in het centrum van Delft bedraagt 48.136 m² verdeeld over 308 winkels (exclusief leegstand). Daarvan claimt de dagelijkse sector 8.503 m² wvo (60 winkels). In het centrum van Delft zijn vijf supermarkten gevestigd: de grote Jumbo Zuidpoort (2.100 m² wvo), Albert Heijn Choorstraat (768 m² wvo), Albert Heijn Brabantse Turfmarkt (627 m² wvo), Ekoplaza Vrouwjutteland (498 m²

⁵ www.delft.nl

⁶ Nota Detailhandel Delft 2012-2020

wvo) en de onlangs geopende Spar City Store aan de Binnenwatersloot (360 m² wvo). Zoals gebruikelijk in binnensteden ligt de nadruk van het winkelaanbod op de sector Mode & Luxe (22.876 m² wvo, oftewel 48% van het totale aanbod). Daarnaast wordt het niet-dagelijkse aanbod aangevuld met de sectoren Vrije Tijd (5.195 m² wvo) en In/om het Huis (8.394 m² wvo). Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 blijkt dat van de niet-dagelijkse omzet is ruim een derde (37%) afkomstig van buiten de gemeentegrenzen. In de dagelijkse sector is dat 16%.

Stadsdeelcentrum In den Hoven

In de Hoven is met 16.580 m² wvo, verspreid over 86 winkels, het tweede reguliere winkelcluster in Delft. Het winkelgebied omvat de overdekte Hovenpassage, de Martinus Nijhofflaan en de Papsouwselaan. Ongeveer de helft van het winkelaanbod (49%, 8.176 m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. Daarmee is het dagelijkse aanbod in omvang gelijk aan dat van de binnenstad. In de Hovenpassage zijn drie supermarkten gevestigd: Jumbo (1.718 m² wvo), Dirk van den Broek (1.034 m² wvo) en Estafette (119 m² wvo). Aan de zuidkant van de Martinus Nijhofflaan, op korte afstand van de Hovenpassage, is de Albert Heijn in kwestie gevestigd (1.877 m² wvo). Op relatief grote afstand ligt Aldi (1.040 m² wvo), op de kruising van de Papsouwselaan en de Westlandseweg. Daarmee beschikt winkelgebied In de Hoven over een zeer sterk en gemêleerd supermarktaanbod. Elke dinsdag vindt aan de Papsouwselaan (voorheen aan de Martinus Nijhofflaan tegenover de Albert Heijn) tussen 09.00 en 16.00 uur een warenmarkt plaats. Deze markt, met circa 45 kramen, is de enige warenmarkt buiten de Delftse binnenstad en verstevigt daarmee de positie van In de Hoven als het boodschappencentrum van Delft.

Figuur 5 Beoordeling In de Hoven door consumenten, afgezet tegen winkelgebieden in de Randstad met een vergelijkbare omvang (10.000 tot 20.000 m² wvo)

	aankooplocatie	gemiddeld	
Compleetheid	7,6	7,5	+2%
Sfeer en uitstraling	7,1	7,1	-1%
Veiligheid	7,5	7,4	+1%
Parkeermogelijkheden	8,2	7,3	+13%
Daghoreca	6,5	6,8	-4%
Bereikbaarheid auto	8,0	7,6	+5%
Bereikbaarheid OV	7,6	7,7	-1%

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Leegstandsituatie winkelgebied In de Hoven

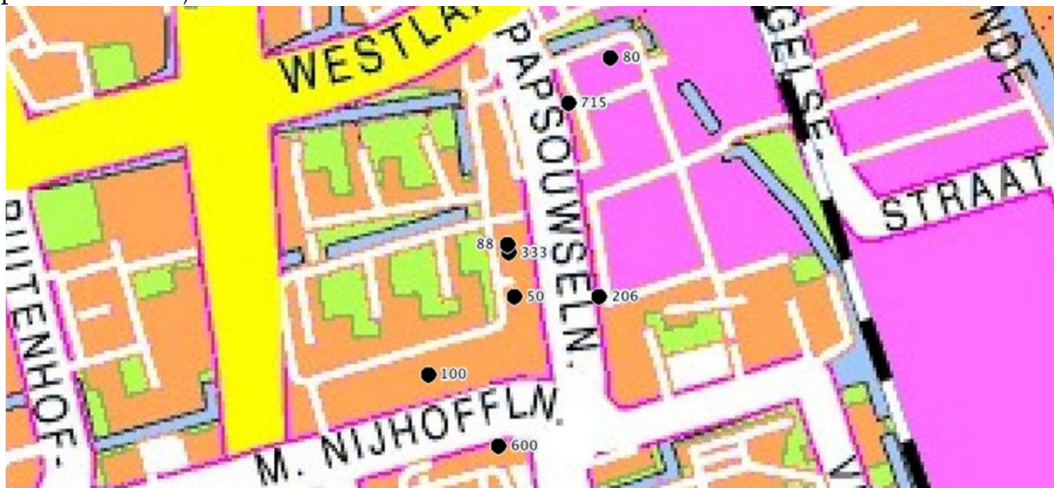
- Op basis van de meest recente Locatus-cijfers staan er in winkelgebied In de Hoven 8 panden leeg, met een gezamenlijke omvang van 2.172 m² wvo⁷. Hiervan kan circa twee derde worden aangemerkt als winkelleegstand, oftewel 1.448 m² wvo⁸. Deze leegstand concentreert zich grotendeels aan de west- en oostkant van de Papsouwselaan. De Hovenpassage functioneert over het algemeen zeer goed en kent weinig leegstand. Langs de Martinus Nijhofflaan staat sinds kort het voormalige pand van ABN AMRO leeg. Dit maakt deel uit van het Ahold-blok en is in verband met de beoogde herontwikkeling niet opnieuw verhuurd.
- Ten opzichte van 2010 is de leegstand in winkelgebied In de Hoven teruggelopen, tegen de landelijke trend in. Destijds stond 9,1% van het winkelvloeroppervlak in het centrum leeg (landelijk was dit toen 5%).
- De totale leegstand in de gemeente Delft is ten opzichte van 2010 gestegen. Als kanttekening geldt dat in deze cijfers ook grootschalige detailhandelsvestigingen worden meegenomen. Verschuivingen hierin hebben een relatief grote invloed op de leegstandsontwikkeling.

Tabel 4 Leegstandsontwikkeling winkelvloeroppervlak (wvo)

	2010			2014		
	% van totaal wvo	Leegstaand wvo	Totaal wvo*	% van totaal wvo	Leegstaand wvo	Totaal wvo*
In de Hoven	9,1%	1.532	16.841	8,0%	1.448	18.028
Gemeente Delft	3,4%	6.008	150.980	5,4%	9.186	171.451

Bron: Locatus, 2010; 2014 *Totaal wvo is minus leegstand toe te rekenen aan niet-detailhandel (1/3 van totale leegstand)

Figuur 6 Leegstand winkelgebied In de Hoven (inclusief leegstand overige commerciële publieksfuncties)



Bron: Locatus; bewerking Bureau Stedelijke Planning

⁷ De Locatus database gaat voor het voormalige pand van ABN AMRO uit van een leegstand van 600 m² wvo. Het verschil met het bruto vloer oppervlak (1.643 m² bvo) kan worden verklaard door het feit dat Locatus alleen het voor de klant toegankelijke deel van het pand (dus niet de kantoren) als leegstand beschouwd. Om een zuivere vergelijking te kunnen trekken met de gemeente Delft als geheel houden we vast aan 600 m² wvo.

⁸ We hanteren (in overeenstemming met leverancier Locatus) de stelregel dat twee derde van de leegstaande meters als winkelleegstand kan worden aangemerkt. De overige een derde betreft leegstand van andere functies (zoals horeca, ambachten, diensten, etc.). Jarenlange ervaring heeft uitgewezen dat deze verhouding de werkelijkheid het meest nauwkeurig benadert. Zodoende veronderstellen we dat 1.448 m² wvo van de 2.172 m² wvo daadwerkelijke winkelleegstand betreft. Het leegstaande pand aan de Martinus Nijhofflaan 1 is hiervoor illustratief. De voormalige ABN AMRO-bank staat bij Locatus te boek als 600 m² wvo en kan niet als winkelleegstand worden bestempeld.

Supermarktstructuur Delft

Delft telt 24 supermarkten (waarvan 23 zijn aangesloten bij het filiaalbedrijf) met een totale omvang van 20.283 m² wvo.

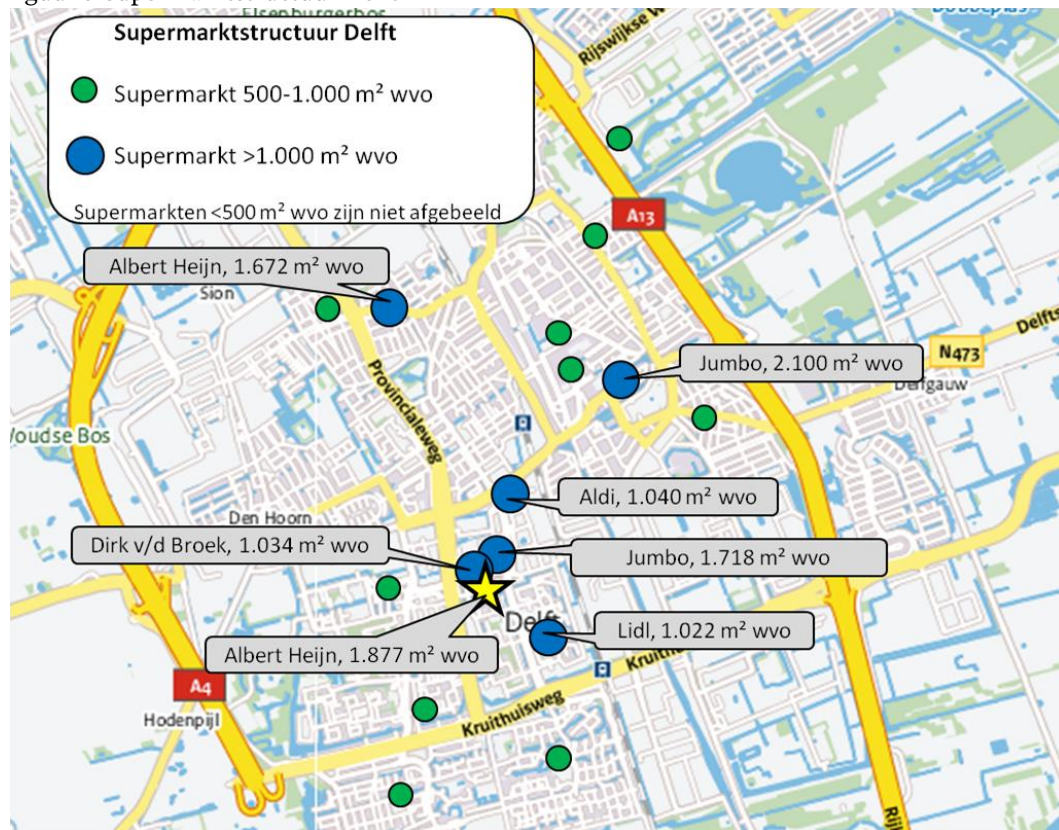
Het aanbod is zeer gevarieerd. Albert Heijn en Jumbo zijn, met elk vier vestigingen, de sterkste spelers, gevolgd door Plus (drie vestigingen). Lidl en Coop beschikken over twee winkels, evenals Spar met haar nieuwe concept Spar City Store. De Jumbo Zuidpoort, in het meest zuidelijke deel van de binnenstad, is de grootste supermarkt in Delft en meet 2.100 m² wvo. De Albert Heijn aan de Martinus Nijhofflaan is in de huidige situatie iets kleiner (1.877 m² wvo).

Huidig functioneren supermarkten Delft en In de Hoven

De supermarkten in winkelgebied In de Hoven (Jumbo, Albert Heijn, Dirk van den Broek en Aldi) vervullen zowel een lokale als een bovenlokale functie: op grond van klantherkomstinformatie van Albert Heijn is bekend dat circa 50% van de omzet afkomstig is van buiten Delft-Zuid. De verwachting is dat dit voor de andere supermarkten niet heel veel anders zal zijn: een substantieel deel van de omzet van deze supermarkten zal van buiten Delft-Zuid komen. Wel moet gezegd worden dat deze supermarkten qua segment beter aansluiten op de sociaal-economische samenstelling van Delft-Zuid.

Buiten In de Hoven zijn nog enkele full-service supermarkten gevestigd die een bovenwijkse functie vervullen. Dit betreffen de Albert Heijn W.H. Van Leeuwenlaan in het noorden van Delft, de Plus Van Foreestweg in het noordwesten van Delft en de genoemde Jumbo Zuidpoort.

Figuur 7 Supermarktstructuur Delft



Bron: BRT Achtergrondkaart, Locatus Retailverkenner, 2013; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Ten aanzien van winkelgebied In de Hoven stelt het bestemmingsplan⁹ dat de Hovenpassage, het Albert Heijn-blok en de Aldi de best functionerende deelgebieden zijn. Het overige winkelaanbod staat onder druk. Met name de winkels aan de oostzijde van de Papsouwselaan hebben een beperkt toekomstperspectief maar functioneren autonoom of profiteren nog in enige mate van de trekkracht van het totale In de Hoven. Voor alle deelgebieden geldt dat de branchering 'historisch' zo is gegroeid. In de huidige opzet is geen duidelijke lay-out terug te vinden en veel (succesvolle) winkeliers zijn in de loop der tijd krap in hun jasje komen te zitten. Het is daarom van belang dat de bestaande winkeliers straks de kans krijgen hun positie te verbeteren en desgewenst meer meters te huren. Hierin is voorzien in de planontwikkeling in en rond de Hovenpassage.

1.4 Beleid

Beleid Provincie Zuid-Holland

Op dit moment wordt er gewerkt aan een nieuwe 'Visie Ruimte en Mobiliteit', de provinciale structuurvisie voor Zuid-Holland. Gedeputeerde Staten hebben de Ontwerpvisie Ruimte en Mobiliteit (VRM) aangeboden aan de Statencommissies ter bespreking. In de ontwerpvisie en bijbehorende documenten beschrijft het college van Gedeputeerde Staten het provinciale beleid op hoofdlijnen voor de ruimtelijke

⁹ Gemeente Delft (2008), partiële herziening In de Hoven ex artikel 30 WRO. Bestemmingsplan Zuidwest deelgebied 1 (Voorhof)

ontwikkeling en het verkeer- en vervoerbeleid in de provincie Zuid-Holland voor de periode tot 2030. Op 20 december 2013 heeft het college van GS de Visie Ruimte en Mobiliteit vastgesteld, en het formeel ter visie gelegd van 8 januari 2014 tot 18 februari 2014. In die periode hebben belanghebbenden dan eventuele zienswijzen in kunnen dienen.

In de Visie en het Programma Ruimte en Mobiliteit wordt benoemd dat het provinciale detailhandelsbeleid gericht is op een gezonde detailhandelsmarkt, waarbij leegstand wordt voorkomen. Ook wordt gestreefd naar levendige, qua functies gemengde stads- en dorpsgebieden met een aantal krachtige en kwalitatief onderscheidende centra.

De provincie constateert dat in het algemeen het planaanbod niet spoort met de gewijzigde maatschappelijke vraag en dat de leegstand toeneemt. De gezamenlijke inspanning van de provincie en andere partijen is gericht op het terugbrengen van het winkelvloeroppervlak en de planvoorraad op die plaatsen waar ruimtelijk gezien de minste vraag is. Toevoeging van winkelmeters is slechts in enkele perspectiefrijke onderdelen van de bestaande provinciale detailhandelstructuur aan de orde. Voor de concentratie van de detailhandel in winkelcentra werkt de provincie met een driedeling van detailhandelscentra. Deze driedeling bestaat uit: te ontwikkelen locaties, te optimaliseren locaties en overige locaties.

Te ontwikkelen centra

Voor deze categorie centra binnen de hoofdstructuur wordt gestreefd naar een opwaardering van de detailhandelsfunctie in termen van kwaliteit (winkelbestand en openbare ruimte), parkeren en bereikbaarheid en imago/beleving. Onder voorwaarde van het toepassen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking, kan voor deze (in omvang beperkte) categorie sprake zijn van uitbreiding van het winkelareaal.

Te optimaliseren centra

De andere aankoopplaatsen binnen de hoofdstructuur, waaronder ook winkelgebied In de Hoven, krijgen de status 'Optimaliseren' volgens het 'nee-tenzij-principe'. Dit betekent dat gewerkt wordt aan de verbetering van de (concurrentie)positie met alle denkbare middelen, in principe zonder netto toevoeging van winkelmeters. Een eventueel beperkte uitbreiding van winkelmeters staat in het teken van structuurverbetering van het centrum.

Overige aankoopplaatsen

De overige aankoopplaatsen zullen in ieder geval niet kunnen groeien. De aankoopplaatsen die buiten de provinciale hoofdstructuur vallen, hebben soms minder toekomstperspectief en komen dan in aanmerking voor herstructurering (facelift, herprofilering of functieverandering) met aandacht voor de leefbaarheid van kleine kernen en buurten.

Concentratie en sanering verspreid liggend aanbod

Het concentreren van verspreide winkels in bestaande centra is een positieve ontwikkeling die de hoofdstructuur ten goede komt. Reductie van feitelijk en aanwezig winkelaanbod blijft in dit proces een belangrijk uitgangspunt. Kwantitatieve toevoeging van winkelaanbod in winkelgebieden die hiervoor niet zijn aangewezen, zal mogelijk zijn, mits sanering van aanbod elders per saldo tot een

kwantitatieve afname leidt en de lokale detailhandelsstructuur daardoor wordt versterkt.

Voor (ontwerp)bestemmingsplannen die nieuwe detailhandel groter dan 2.000 m² bruto vloeroppervlak binnen de centra mogelijk maken, moet worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat niet wordt aangetast en er geen onaanvaardbare leegstand ontstaat. Mede met het oog hierop wordt zonodig een Distributie Planologisch Onderzoek (DPO) uitgevoerd en wordt advies gevraagd aan het Regionaal Economisch Overleg (REO).

Lokaal beleid

Medio 2012 werd de Nota Detailhandel Delft 2012-2020 vastgesteld. In deze nota is de visie ten aanzien van de toekomstige detailhandelsstructuur in Delft vastgelegd. Deze rust op twee pijlers:

1. Het oppoetsen van parels, te weten 1) de binnenstad, 2) In de Hoven en 3) Leeuw & Stein.
2. Het koesteren en opschalen van de buurtwinkelstructuur.

Ad1) Het oppoetsen van parels

De parels zijn de meest krachtige winkelgebieden die substantieel bijdragen (nu en in de toekomst) aan de economie, imago en vestigingsklimaat van Delft. In volgorde van belang zijn deze: de binnenstad (inclusief stationsgebied), In de Hoven en Leeuw & Stein. Ook de TU-Delft levert een substantiële bijdrage aan de economie, het imago en het vestigingsklimaat van de stad. Omdat detailhandel in de het TU-gebied nauwelijks een rol speelt wordt het gebied niet als een parel in de nota detailhandel aangemerkt. Voor de parels zijn de volgende beleiduitgangspunten geformuleerd:

- **Focus.** De parels (de binnenstad, In de Hoven en Leeuw & Stein) zijn de winkelgebieden waar de beleidsfocus op wordt gelegd. Ontwikkelingen binnen deze hoofdstructuur worden aangemoedigd en gefaciliteerd (zie ook volgend punt).
- **Versterken** (van het onderscheidende karakter) van de parels. Om de winkelstructuur in Delft vitaal te houden is het van belang om deze winkelgebieden te versterken: in omvang, kwaliteit, aantrekkingskracht en onderscheidend vermogen. In essentie:
 - De historische binnenstad: dé 'place to be'.
 - In de Hoven: hét boodschappencentrum.
 - Leeuw & Stein: dé woonboulevard.

N.B.: Ruimtelijk ontstaan er drie krachtige clusters: de historische binnenstad (inclusief het stationsgebied), In de Hoven, Leeuw & Stein. Deze voorzieningenclusters zijn doelbestemmingen an sich, de plekken waar veel van alle voorzieningen en verblijfsaccommodaties (hotels, kleinschalig bed&breakfast) zijn geconcentreerd en logisch startpunt/tussenstop voor recreatieve routes en uitstapjes in Delft en omgeving. Het is uniek dat deze clusters zich op relatief korte afstand van elkaar bevinden.

Elk winkelcluster krijgt een meer uniek, eigen profiel.

Tabel 5 Opbouw detailhandelsstructuur, met bijbehorend profiel per winkelgebied

Winkelgebied	Profiel
<i>Binnenstad</i> De 'place to be'	- De binnenstad leent zich voor een verdere versterking van publieks- en economische functies... - ...in combinatie met een groeipotentie van het winkelareaal met maximaal 3.000 tot 5.000 m² wvo. - Belangrijk element is de indeling in sfeergebieden, met elk een eigen accent. - Daarbij past een hoogwaardige openbare ruimte, uitstekende bereikbaarheid voor alle vervoersstromen en intensief centrummanagement/citymarketing (inclusief evenementen).
<i>In de Hoven</i> Hét boodschappencentrum	- In de Hoven kan zich sterker positioneren als boodschappencentrum. - Het accent komt nog meer te liggen op dagelijks en frequent benodigde artikelen. Een uitbreiding met maximaal 4.000 m² wvo is realistisch (dit metrage ligt reeds vast in lopende plannen en heeft geen negatieve effecten voor de detailhandelsstructuur).
<i>Leeuw & Stein</i> Dé woonboulevard	- Leeuw & Stein is de PDV-concentratie voor doelgerichte aankopen. - Functies/branches/formules moeten passen binnen regelgeving/beleid van de provincie Zuid-Holland en regio Haaglanden. - Met het toevoegen van bijvoorbeeld horeca of leisure kan de aantrekkelijkheid worden vergroot. Dit mag niet ten koste gaan van de kritische massa aan detailhandel.

Bron: Nota Detailhandel Delft 2012-2020

Ad 2. Het koesteren en opschalen van de buurtstructuur

- De fijnmazige buurtwinkelstructuur is een kracht, bevordert de leefbaarheid in de wijken en wordt daarom gekoesterd.
- Om de buurtwinkelstructuur toekomstbestendiger te maken is een zekere opschaling gewenst. Dat betekent minder, maar bovenal grotere buurtwinkelconcentraties.
- Er is een quick scan verricht waaruit blijkt welke buurtconcentraties perspectief hebben en welke waarschijnlijk op termijn zouden verdwijnen.
- Voor minder perspectiefvolle winkelstrips (en solitaire winkels) kan de bestemming worden verruimd. Bij onvoldoende belangstelling vanuit de markt kunnen ze geleidelijk verkleuren naar andere economische functies, zoals dienstverlening, ambacht en vrije tijdsvoorzieningen. Dit is gunstig voor de wijk economie en het voorkomt leegstand en verloedering.

1.5 Eerste oordeelsvorming

Het complex aan de Marinus Nijhofflaan waar Albert Heijn en Gall & Gall zijn gehuisvest is sterk verouderd. Met de voorgenomen herontwikkeling wordt het vastgoed én het winkelaanbod in het complex gemoderniseerd. De modernisering past in het provinciaal en lokaal beleid. Er is sprake van een beperkte uitbreiding van het winkelcentrum In de Hoven welke in het teken staat van structuurversterking. In de Hoven kan zich nog zo nog sterker positioneren als het boodschappencentrum van Delft.

2 Distributieve analyse

In dit hoofdstuk zijn de ontwikkelingsmogelijkheden van de dagelijkse detailhandel in Delft-Zuid geanalyseerd. Dit gebeurde tweeledig: aan de hand van een distributieve berekening (DPO) en aan de hand van een benchmarkanalyse waarin het supermarktaanbod in Delft en Delft-Zuid vergeleken wordt met het aanbod in qua inwonertal vergelijkbare plaatsen.

2.1 Benchmarkanalyse

Een benchmarkanalyse stelt ons in staat het winkelaanbod, in dit geval het supermarktaanbod, in Delft en Delft-Zuid te vergelijken met andere steden in Nederland. Ook kunnen we daarbij inzoomen op het specifieke aanbod in winkelgebied In de Hoven in vergelijking met andere winkelcentra.

Supermarktdichtheden Delft Zuid

Om het supermarktaanbod in Delft en Delft-Zuid te kunnen typeren, is een selectie gemaakt van steden in een vergelijkbare orde van grootte, die eveneens in de nabijheid van een stad van hogere orde zijn gesitueerd¹⁰.

- De benchmarksteden tellen gemiddeld 106.360 inwoners en beschikken over gemiddeld 20.695 m² wvo aan supermarktmeters. Daarmee bedraagt de supermarktdichtheid 0,19 m² wvo per inwoner. In de gemeente Delft ligt deze dichtheid een fractie hoger: 0,21 m² wvo per inwoner. Ter vergelijking: het landelijke gemiddelde bedraagt 0,24 m² wvo. Het is echter algemeen bekend dat de supermarktdichtheid in stedelijke gebied lager ligt vanwege de hogere bevolkingsdichtheid aldaar, in combinatie met minder beschikbare fysieke ruimte voor supermarkten.
- In vergelijking met het aantal inwoners telt Delft-Zuid relatief veel supermarktmeters: de 41.495 inwoners beschikken over 0,25 m² wvo per inwoner. In het overige deel van Delft ligt deze supermarktdichtheid aanzienlijk lager: 0,17 m² wvo per inwoner. Ruim de helft van de supermarktmeters in Delft-Zuid bevindt zich in winkelgebied In de Hoven. Dit is illustratief voor de grote aantrekkingskracht van het winkelgebied op consumenten uit Delft-Zuid en daarbuiten.
- Delft beschikt over 24 supermarkten, versus gemiddeld 22 in de benchmarksteden. Indien we alleen het filiaalbedrijf in ogenschouw nemen tellen Delft en de benchmarksteden respectievelijk 23 en 20 supermarkten. In de benchmarksteden zijn de supermarkten groter in omvang. De gemiddelde supermarkt (filiaalbedrijf) meet 1.027 m² wvo, versus 875 m² wvo in Delft.
- Waar in de benchmarksteden Albert Heijn (inclusief AH XL) marktleider is met 32% van de supermarktmeters, is in Delft Jumbo de grootste aanbieder (26%, versus 9% in de benchmarksteden.) Dit is grotendeels het gevolg geweest van de ombouw van C1000 Zuidpoort naar Jumbo. Albert Heijn claimt in Delft 24% van de winkelmeters. Opvallend is de sterke positie van Plus in Delft (13% versus 7%).

¹⁰ In de benchmarkanalyse is het supermarktaanbod in Delft vergeleken met dat in Leiden, Dordrecht, Schiedam, Purmerend, Amstelveen, Hengelo en Helmond.

Supermarktaanbod In de Hoven

In een vergelijkbare analyse is winkelgebied In de Hoven vergeleken met andere planmatig ontwikkelde winkelcentra¹¹, met een omvang tussen de 12.000 m² wvo en 25.000 m² wvo. Aanvullende criteria zijn de aanwezigheid van minimaal 2 supermarkten, waarvan één XL supermarkt (of qua omvang gelijkwaardig aan een XL) en het dagelijkse winkelaanbod dat minimaal een derde (33%) van het totale winkelaanbod inneemt.

- Uit de benchmarkanalyse blijkt dat een winkelcentrum met 5 supermarkten in het filiaalbedrijf, zoals In de Hoven, een zeldzaamheid is. Alleen winkelcentrum De Mare in Alkmaar beschikt eveneens over vijf supermarkten in het filiaalbedrijf. In de andere acht benchmarkwinkelcentra zijn dat er maximaal drie.
- De analyse wijst uit dat de benchmarkwinkelcentra gemiddeld genomen over vrij omvangrijke supermarkten beschikken: de gemiddelde supermarktomvang (filiaalbedrijf) bedraagt 1.700 m² wvo, versus 1.154 m² wvo in winkelgebied In de Hoven. Ook wanneer de kleinschalige supermarktformule Estafette buiten beschouwing wordt gelaten is het verschil groot: 1.766 versus 1.413 m² wvo. We kunnen aldus de conclusie trekken dat de grootschalige planmatig ontwikkelde winkelcentra het domein zijn van eveneens grootschalige supermarkten.
- In vrijwel alle benchmarkwinkelcentra is Albert Heijn (al dan niet AH XL) de belangrijkste/grootste speler. Alleen in de Leyweg (Den Haag) is Albert Heijn niet gevestigd. Daarnaast beschikt winkelcentrum Buitenmere, naast een Albert Heijn van 2.962 m² wvo, over een omvangrijke C1000 (2.720 m² wvo).

2.2 Distributieve berekening

De distributieve berekening is een veelgebruikt instrument om het huidige functioneren en de indicatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel in een bepaald gebied vast te stellen. Dit geschiedt op basis van zowel landelijke als lokale kengetallen. In het kader van de bestemmingsplanprocedure omtrent de uitbreiding van Albert Heijn aan de Martinus Nijhofflaan is het noodzakelijk aan te tonen dat er voldoende distributieve ruimte bestaat om het supermarktareaal te vergroten.

Provincie Zuid-Holland

In 2012 heeft Bureau Stedelijke Planning in opdracht van de provincie Zuid-Holland¹² de ontwikkelingspotentie van de detailhandel in kaart gebracht voor de vijf REO's¹³ en de 20 grootste gemeenten (die de meeste detailhandelsomzet in de niet-dagelijkse sector van buiten de gemeentegrenzen aantrekken). De belangrijkste conclusies:

- Hoewel de gemiddeld lage winkeldichtheid en de koopkrachttoevloeiing (vanuit toerisme en forenzen) anders doet vermoeden, functioneert het winkelaanbod in de provincie gemiddeld genomen niet beter dan landelijk, met uitzondering van Haaglanden.
- In de provincie Zuid-Holland is per saldo geen ruimte voor toevoeging van winkelmeters tot 2020 en daarna. Regionaal en lokaal zijn er echter sterke verschillen binnen de provincie. De regio Haaglanden en de gemeenten Den Haag, Delft, Rijswijk,

¹¹ In de benchmarkanalyse is winkelgebied In de Hoven vergeleken met Brusselse Poort (Maastricht), Keizeswaard (Rotterdam), Kanaleneiland (Utrecht), Plein 40-45 (Amsterdam), Bergse Dorpsstraat (Rotterdam), De Mare (Alkmaar), Buitenmere (Almere), Kronenburg (Arnhem) en Leyweg (Den Haag).

¹² Provincie Zuid-Holland (2012), Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel

¹³ REO is het Regionaal Economisch Overleg, een overlegstructuur waarin de regiogemeenten, de provincie Zuid-Holland, de Kamer van Koophandel deelnemen. Haaglanden, waar de gemeente Delft deel van uitmaakt, is één van deze REO's

Zoetermeer, Leidschendam-Voorburg en Westland presteren beduidend beter en kennen in tegenstelling tot de rest van de provincie nog wel ontwikkelingsmogelijkheden. Deze mogelijkheden ligt voornamelijk in de sector Mode & Luxe, maar ook in de dagelijkse sector is sprake van ontwikkelingsmogelijkheden. Binnen Haaglanden is Delft één van de gemeenten met de hoogste relatieve uitbreidingsruimte: de distributieve berekening wijst op een indicatieve uitbreidingsruimte van meer dan 20% ten opzichte van het huidige aanbod.

Stadsgewest Haaglanden

In 2013 volgde een verdiepingsslag van de marktruimtestudie, waarin het detailhandelsaanbod in Haaglanden verder werd onderzocht. Al met al staat het Stadsgewest Haaglanden er (zeker in vergelijking met veel andere regio's in de provincies Noord-Holland en Zuid-Holland) niet onvoordelig op. Niet alleen is hier nog sprake van ontwikkelingsmogelijkheden, ook is het zo dat de planvoorraad hier de marktmogelijkheden niet in grote mate overstijgt. Tevens zijn de plannen hier vooral gesitueerd in de (boven)regionale centra, de centra met het meeste perspectief en de grootste bijdrage aan het onderscheidend vermogen van de regio. Ten aanzien van Delft werd geconcludeerd dat In de Hoven tot de beter functionerende winkelgebieden met een (boven)lokale verzorgende functie behoort.

Gemeente Delft

Deze bevindingen kwamen niet uit de lucht vallen. In de medio 2012 vastgestelde Nota Detailhandel Delft 2012-2020 werd gesteld dat diverse analyses wezen op een uitbreidingspotentie in de – destijds – huidige situatie van maximaal 12.000 m² wvo in Delft, waarvan circa 5.000 m² wvo in de dagelijkse sector. Een herijking van deze distributieve berekening, ten behoeve van de voorliggende studie, leidt niet tot een andere conclusie. Er is nog altijd ruim 4.500 m² wvo aan uitbreidingsruimte in de huidige situatie en circa 7.500 m² wvo in de situatie 2025. Deels is dit het gevolg van de te verwachten bevolkingsgroei van de gemeente Delft (van de huidige circa 100.000 tot circa 108.500 in 2025), deels ook is dit het gevolg van het feit dat het huidige dagelijks aanbod in de gemeente fors bovengemiddeld functioneert. Feitelijk is het dagelijks aanbod kleiner dan de vraag rechtvaardigt.

Distributieve berekening In de Hoven

De distributieve berekeningen zijn gebaseerd op de volgende uitgangspunten:

- Een primair draagvlak van 41.495 inwoners, zijnde het huidige inwoneraantal van Delft-Zuid, bestaande uit de wijken Tanthof (inclusief Abtswoude), Voorhof en Buitenhof (Bron: gemeente Delft). Voor het toekomstige draagvlak (2025) is uitgegaan van een bevolkingsgroei tot 44.075 inwoners. Deze groei vindt hoofdzakelijk plaats in de wijk Voorhof.
- Een gemiddeld bestedingsbedrag in de dagelijkse sector van € 2.340,- per inwoner per jaar, excl. BTW¹⁴ (HBD). Een vermenigvuldiging van het inwoneraantal met het gemiddelde bestedingsbedrag leidt tot het bestedingspotentieel. Dit potentieel is gecorrigeerd voor het inkomensniveau in Delft-Zuid, waarbij een elasticiteit is gehanteerd van 25%. Oftewel: het inkomen in Delft-Zuid ligt 11% onder het landelijke gemiddelde, waardoor het bestedingspotentieel met 2,75% is verlaagd.

¹⁴ Ook alle overige economische (ken)getallen in dit rapport zijn exclusief BTW.

- Een koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van 80%, en een koopkrachttoevloeiing van 40%, deels gebaseerd op omzetherkomstgegevens van Albert Heijn Martinus Nijhofflaan (waar het hoger ligt), deels ook op basis van ervaringsgegevens elders.
- Een gemiddelde benodigde vloerproductiviteit van € 7.310,- per m² wvo per jaar (excl. BTW) in de dagelijkse sector (HBD).
- Een gevestigd aanbod van 13.883 m² wvo in de dagelijkse sector (Locatus Verkooppunt Verkenner).

Tabel 6 Distributieve berekening dagelijkse sector Delft-Zuid

	Huidige situatie	Situatie 2025
Inwoners	41.495	44.075
Bestedingen per hoofd	€ 2.340	€ 2.340
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 97	€ 103
Bestedingspotentieel incl. ink. correctie	€ 95	€ 100
Koopkrachtbinding	80%	80%
Gebonden bestedingen in € mln.	€ 76	€ 80
Koopkrachttoevloeiing	40%	40%
Omzet door toevloeiing in € mln.	€ 50	€ 54
Totale bestedingen in € mln.	€ 126	€ 134
Gemiddelde vloerprod. in € per m ² wvo	€ 7.310	€ 7.310
Gerealiseerde vloerprod. in m ² wvo	€ 9.076	€ 9.640
Haalbaar aanbod in m ² wvo	17.237	18.309
Gevestigd aanbod in m ² wvo	13.883	13.883
	3.354	4.426

Uit de distributieve berekening blijkt dat Delft-Zuid over een indicatieve uitbreidingsruimte beschikt van ruim 3.350 m² wvo. Daarmee claimt dit deel van Delft bijna driekwart (74%) van de huidige dagelijkse uitbreidingsruimte in de gemeente. Passend bij het gemeentelijk beleid is dat een groot deel van de uitbreidingsruimte ten goede komt aan winkelgebied In de Hoven. De praktijk wijst bijvoorbeeld uit dat bijna 50% van de omzet van Albert Heijn afkomstig is van buiten Delft-Zuid. Een dergelijke toevloeiing is uitzonderlijk hoog en is illustratief voor het goede functioneren van de supermarkten in het winkelgebied. Winkelgebied In de Hoven beschikt ook over een dergelijke bovenlokale functie. Zo is bijvoorbeeld bekend dat circa € 10 miljoen (13%) van de dagelijkse omzet afkomstig is van buiten de gemeente Delft.

De grote uitbreidingsruimte duidt er op dat ook in gebied met een (relatief) hoge supermarktedkking een forse uitbreidingsruimte mogelijk is. Immers: een hoge dichtheid kan ook duiden op een goed functionerend supermarktaanbod, en dat doet het in Delft-Zuid. De binding is er hoog en de toevloeiing is dat ook. Blijkbaar beantwoordt het supermarktaanbod aan de wensen van de bewoners, zowel in het verzorgingsgebied als daarbuiten.

Richting 2025 neemt de indicatieve uitbreidingsruimte toe, als gevolg van de verwachte bevolkingsgroei in Delft-Zuid. Als gevolg van een toename van het inwoneraantal neemt het draagvlak voor (winkel)voorzieningen immers toe. Echter, in het hele land staan de detailhandelsbestedingen onder druk. De dagelijkse sector heeft deze dans lang kunnen ontspringen, maar ook de supermarkten merken dat de

consumentenbestedingen aan dagelijkse boodschappen enigszins stagneren. Daarnaast nemen de online bestedingen, ook in de dagelijkse sector, naar verwachting toe. Dit gaat deels ten koste van de vraag naar fysieke winkelmeters. Ook koopkrachtorientaties kunnen wijzigen als gevolg van concurrerende ontwikkelingen in de toekomst. Voorzichtigheidshalve beschouwen we de huidige uitbreidingsruimte daarom ook maatgevend voor 2025.

2.3 Conclusies actuele regionale behoefte

Delft kent een relatief uitgebreid supermarktaanbod. In vergelijking met andere steden met een vergelijkbare omvang beschikt de stad over bovengemiddeld veel supermarktmeters. In de huidige situatie zijn vraag- en aanbodverhoudingen echter niet in balans. Dat wil zeggen: de vraag is groot, ook van buiten Delft, en het gevestigde aanbod functioneert (gemiddeld genomen) ruim bovengemiddeld. De lichte groei van het draagvlak in Delft-Zuid en de verdere versterking van winkelgebied In de Hoven duiden op een substantiële uitbreidingspotentie in de dagelijkse sector richting 2025. Een distributieve berekening laat zien dat de uitbreiding van de Albert Heijn supermarkt en Gall & Gall en de komst van een Etos-drogist en overige dagelijkse winkels die samen goed zijn voor (per saldo) een maximale toename van het dagelijkse winkelaanbod van 2.955 m² wvo (ca. 3.695 m² bvo) distributief goed te verantwoorden is.

Toets artikel 3.1.6. Bro en conclusie

- Trede 1: Is er een **actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte** aan de ontwikkeling aan de Martinus Nijhofflaan in Delft?
Ten aanzien van de ladder van duurzame verstedelijking is voldaan aan de eis dat er sprake is van een actuele (regionale) behoefte aan toevoeging van detailhandel in de dagelijkse sector, zowel in Delft-Zuid als in Delft als geheel. De distributieve berekening laat zien dat er is in de toekomst voldoende distributieve ruimte is voor zowel de uitbreiding van de Albert Heijn-vestiging als de komst van Etos. De benchmark wijst uit dat in een winkelgebied met de stadsdeelverzorgende functie als die in In de Hoven een grootschalige supermarkt als AH XL passend is.
- Trede 2: Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen **binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio**, door de transformatie of herstructurering hiervan?
 - De regionale behoefte wordt met de uitbreiding van de Albert Heijn in het bestaande winkelgebied In de Hoven opgevangen binnen bestaand stedelijk gebied. Ook de verdere uitbreiding van de Hovenpassage geschiedt binnen bestaand stedelijk gebied.
 - Met de uitbreiding van Albert Heijn wordt tevens het leegstaande ABN AMRO-pand getransformeerd en opnieuw gevuld. Daarmee resulteert de voorgenomen ontwikkeling in beginsel in een afname van leegstand in bestaand stedelijk gebied/een bestaand winkelcentrum.
- Trede 3: Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient buiten het stedelijk gebied een **locatie** gezocht te worden die **multimodaal ontsloten** is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.
 - De ontwikkeling is als gezegd onmiskenbaar onderdeel van het stedelijk gebied en is bovendien multimodaal ontsloten door zijn ligging direct naast de tramhalte Martinus Nijhofflaan (tram 1 verbindt Delft met Den Haag en Scheveningen).

3 Effectenstudie

In dit hoofdstuk staat centraal wat de ruimtelijk-economische effecten zijn van de beoogde ontwikkeling aan de Martinus Nijhofflaan in Delft. Eerst wordt ingegaan op de ruimtelijk-economische effecten, primair voor het winkelgebied In de Hoven (paragraaf 3.1) en daarna op de economische effecten, vooral voor de bestaande supermarktstructuur (paragraaf 3.2). Tot slot worden de effecten op leegstand en voorzieningenniveau benoemd (paragraaf 3.3). Van de totale geplande uitbreiding in fase 1 en 2 (2.955 m² wvo) staat de invulling van 1.999 m² wvo met dagelijkse winkels reeds vast, ten behoeve van AH XL, Etos en Gall & Gall. Gezien de huidige functie van de projectlocatie en de stedenbouwkundige setting is het aannemelijk dat ook de resterende 956 m² wvo zal worden ingevuld met dagelijkse winkels. Bij het bepalen van de ruimtelijke en economische effecten gaan we daarom uit van een toevoeging van maximaal 2.955 m² wvo aan dagelijkse winkels.

3.1 Ruimtelijke effecten

Albert Heijn vervult op het huidige winkelvloeroppervlak reeds een functie die uitstijgt boven Delft-Zuid (41.495 inwoners). Bijna de helft van de klanten komt van buiten Delft-Zuid. Deels zijn dat klanten die in het noordelijk deel van Delft wonen, deels ook bewoners van de regio (vooral gemeente Midden-Delfland).

De huidige Albert Heijn functioneert bovengemiddeld goed, en kent een omzet per vierkante meter die boven het landelijke gemiddelde ligt. De uitbreiding en ombouw naar AH XL is dan ook vooral bedoeld om de bestaande klanten beter te outillieren, meer comfort te bieden, en ook meer keuze aan assortiment te bieden. Door de ombouw annex vergroting zullen niet alleen bestaande klanten beter worden bediend, maar zullen ook nieuwe klanten worden aangeboord, deels binnen het primaire verzorgingsgebied, deels ook daarbuiten.

In de herontwikkeling van de huidige locatie gaat het in commerciële zin niet alleen om de vergroting annex formule-ombouw van Albert Heijn, maar ook om de realisering van een Etos en de herplaatsing van de (huidige) Gall & Gall. Daarnaast worden in fase 1 en 2 maximaal 462 m² wvo en 494 m² wvo aan overige dagelijkse winkels gerealiseerd. Bovendien wordt het parkeerareaal zowel kwantitatief (het aantal plaatsen) als kwalitatief fors opgewaardeerd.

Tegelijkertijd (en dat is nu reeds gestart) vinden ook de Hoven Passage, eveneens onderdeel van winkelgebied In de Hoven, forse ingrepen plaats. Deze ingrepen maken onderdeel uit van een grootscheepse aanpassing van het winkelgebied, bedoeld om het winkelgebied In de Hoven compacter en daarmee sterker te maken, en ook bedoeld om het winkelgebied zich meer naar buiten te laten oriënteren. In dit kader wordt de Hovenpassage uitgebreid met commerciële ruimten op de huidige parkeerplaatsen langs de Troelstralaan en de Martinus Nijhofflaan. Tevens wordt op het Hovenplein, grenzend aan de oostkant van de passage, een Action (1.000 m², waarvan de helft nieuw) gerealiseerd. Dit is fase 1 van de herontwikkeling door Van der Vorm Vastgoed, eigenaar van In de Hoven, en is nu in aanbouw. Het commerciële

deel van fase 2 behelst de realisering van 500 m² nieuwe winkelruimte, als onderdeel van een woningbouwontwikkeling, en fase 3a behelst de toevoeging van circa 1.700 m² aan de zijde van de Troelstralaan, door uitbreiding van de winkels aan de noordzijde van de passage. Op het dak van deze uitbreiding zullen parkeerplaatsen gemaakt worden. Wanneer er voldoende marktvraag is zal op termijn ook fase 3b worden gerealiseerd (1.800 m²). Onderdeel van die fase is een uitbreiding van de winkels aan de zuidzijde van de passage (Martinus Nijhofflaan) en de aanleg c.q. vergroting van de passage tussen de achterliggende wijk Poptahof en de Martinus Nijhofflaan (met het herontwikkelde Albert Heijn-gebouw aan de overzijde).

Deze ontwikkeling zal samen met de beoogde herontwikkeling van het Albert Heijn-gebouw aan de Martinus Nijhofflaan de stadsdeelverzorgende functie met primair een op boodschappen gerichte functie van het winkelgebied versterken.

In ruimtelijke zin kent de beoogde ontwikkeling aan de zuidzijde van de Martinus Nijhofflaan de volgende voordelen:

- De kwalitatieve opwaardering van het complex aan de Martinus Nijhofflaan geeft een impuls aan de kracht van winkelgebied In de Hoven als geheel. De Albert Heijn is weliswaar ook nu al onderdeel van het winkelgebied In de Hoven, maar is steeds meer solitair gaan functioneren. Deels komt dit doordat er in de loop van de jaren functies uit het complex zijn vertrokken (o.m. ABN AMRO), deels ook doordat de parkeerfunctie van het complex als bronpunt van bezoek aan het winkelgebied is verminderd. Dat had te maken met de (kwantitatieve en kwalitatieve) opwaardering van het parkeerareaal in In de Hoven (de aanleg van de parkeergarage met 550 parkeerplaatsen en tapis roulants), maar ook met het verlies van ruimtelijke kwaliteit van het parkeerterrein, als het gevolg van uitblijven van investeringen in het vastgoed. Door uitbreiding van het parkeerareaal en verbetering van de omgevingskwaliteit aan de Martinus Nijhofflaan zal de bronpuntfunctie van het complex voor bezoek aan het centrum worden vergroot.
- De vergroting en functiesprong van Albert Heijn betekent ook meer klanten, deels ook van buiten het primaire verzorgingsgebied. Hiervan zullen de ondersteunende dagelijkse winkels op de projectlocatie, alsook het winkelgebied als geheel profiteren. In de Hoven heeft in de vigerende detailhandelsvisie het predikaat als het boodschappencentrum van Delft verworven, iets waarbij een versterking van de boodschappenfunctie van de Albert Heijn zeker past.
- Met de ontwikkeling van Albert Heijn naar AH XL, en het bijbehorende opvullen van leegstand, wordt de bestaande distributieve structuur van de “drie parels¹⁵” in Delft versterkt. Daarmee wordt een meer toekomstbestendig voorzieningenniveau gerealiseerd en wordt tevens een bijdrage geleverd aan de stedelijke structuur van de stad Delft.
- Tot slot past de beoogde ontwikkeling bij de nu in gang gezette concentratie van het winkelaanbod rond de Hovenpassage c.q. de Martinus Nijhofflaan, met afbouw van de winkelfunctie aan de Papsouwselaan (blok 4) en concentratie van de parkeervoorzieningen direct grenzend aan het (ver)nieuw(d)e winkelgebied. Dit betekent per saldo een (ruimtelijke) verkleining van het winkelgebied (en daarmee) een versterking van het winkelgebied als geheel.

¹⁵ De drie parels zijn de binnenstad, Leeuw en Stein en In de Hoven.

3.2 Economische effecten

De economische effecten van de beoogde ontwikkeling zijn onder te verdelen in positieve effecten (economische bijdrage, uitstralingseffecten) en in negatieve effecten (mogelijke verdringing).

Als het gaat om de positieve effecten kunnen we ze onderverdelen in:

1. Tijdelijke effecten;
2. Structurele effecten (of maatschappelijke baten);
3. Uitstralingseffecten.

Ad 1. Tijdelijke effecten

Gedurende de bouw ontstaat tijdelijke werkgelegenheid, vooral in de bouwnijverheid. Maatgevend voor het bepalen van deze tijdelijke (project)effecten zijn de stichtings- en overige (inrichtings)kosten, inclusief parkeren en modernisering.

Ad 2. Structurele effecten: werkgelegenheid en maatschappelijke baten

Realisatie van het project brengt niet alleen een tijdelijk effect gedurende de realisatiefase, maar ook een structureel werkgelegenheidseffect. De (additionele) omzetimpuls is hiervoor maatgevend. De werkgelegenheidsvraag betreft in de retailsector hoofdzakelijk lager en middelbaar geschoold personeel. Het gros van het werkgelegenheidseffect is toe te schrijven aan de gemeente Delft. Bekend is dat lager opgeleiden veelal dicht bij hun woning werk vinden/hebben.

Ad 3. Uitstralingseffecten

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

- Impuls voor de andere winkels in winkelgebied In de Hoven, ervan uitgaande dat de grotere supermarkt met de XL-formule deels een nieuwe klantenstroom zal aanboren. Het gaat naar verwachting om een paar duizend additionele klanten per week. Ongeveer de helft daarvan zal nieuw zijn, dat wil zeggen waren anders niet naar In de Hoven gekomen. Zeker de helft daarvan doet naast de (ver)nieuw(d)e supermarkt ook andere bestaande winkels aan.
- Impuls voor de middenstanders aan de belangrijkste aan- en afvoerroutes voor auto- en fietsverkeer. Het gaat hierbij om afgeleide omzet voor bijvoorbeeld parkeerfaciliteiten, brandstofverkooppunten, 'take away' of fastfoodgelegenheden.
- Versterking vestigingsklimaat in de plaats en regio. Een aantrekkelijk voorzieningenaanbod draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven en daarmee aan het concurrentieprofiel.
- Ruimtelijk-functionele versterking structuur. Door het winkelaanbod meer te concentreren ontstaat een meer compact, en voor de consument herkenbaarder winkelgebied. De toekomstbestendigheid vergroot. Het effect treedt alleen op als de uitbreiding wordt ingebed in een palet aan maatregelen, gericht op versterking van het (vernieuwde) winkelgebied als geheel.
- Katalysator nieuwe investeringen. Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de directe projectomgeving.

3.3 Effecten op de bestaande winkelstructuur

Behalve positieve economische en uitstralingseffecten zijn er ook zeker verdringingseffecten. Hoe groter de omzetsprong en hoe meer overlap (in functie, branche, metrage, formule, prijsstelling, doelgroep), des te groter het verdringingseffect. In theorie kan de omzetsprong voor zittende winkeliers in het primair verzorgingsgebied (Delft-Zuid) oplopen tot maximaal een derde tot de helft extra omzetclaim van de uitbreiding van het dagelijks aanbod in het gebouw aan de Martinus Nijhofflaan. Het theoretisch verdringingseffect bedraagt dan maximaal € 9,1 miljoen per jaar¹⁶ (ofwel € 175.000 per week) na voltooiing van fase 1 en 2. Omdat het grotendeels om de uitbreiding van een bestaande supermarkt gaat (met de wet van de afnemende meeropbrengsten als gevolg), er sprake is van een versterking van de bovenlokale functie, en het aantal inwoners in het primaire verzorgingsgebied zal groeien, zal de feitelijke verdringing naar verwachting fors lager liggen, indicatief € 6,0 miljoen op jaarbasis (€ 115.000, per week, met een bandbreedte van € 90.000 tot € 140.000).

Geprojecteerd op het totale winkelaanbod in de dagelijkse sector in Delft-Zuid gaat het na voltooiing van fase 1 (2.462 m² wvo) om een verdringing van 4,9%¹⁷ tot 7,4%¹⁸. Na voltooiing van fase 2 (cumulatief 2.956 m² wvo) gaat het om een cumulatief verdringingseffect van in totaal 5,9%¹⁹ tot maximaal 8,9%²⁰.

Op de schaal van de gemeente of regio zijn de effecten te verwaarlozen. Een deel van de extra omzetclaim is afkomstig van consumenten buiten Delft-Zuid en kan leiden tot een verdringingseffect in winkelgebieden of solitaire winkels in de rest van Delft en/of aangrenzende kernen als Den Hoorn, Schipluiden en Delfgauw. Hierbij geldt dat met name de zwakke (delen van) winkelgebieden en winkels kwetsbaar zijn. Dit past echter in de reeds bestaande trend waarin uitval plaatsvindt van kansarme en kleinschalige winkelgebieden aan de onderkant van de hiërarchie. Perspectiefrijke winkelgebieden zullen marginale effecten ondervinden van de uitbreiding van het dagelijkse aanbod in In de Hoven. Ook uitbreidingsplannen van goed functionerende winkelgebieden zoals centrum Den Hoorn komen door de beoogde ontwikkelingen in In de Hoven allerminst in het gedrang.

Het merendeel van de verdringing zal overigens ten koste gaan van bestaande ondernemers in Delft-Zuid en het winkelgebied In de Hoven in het bijzonder, vanwege de overlap in functie en de nabijheid, de supermarkten voorop. Het is niet waarschijnlijk dat de ontwikkeling hier direct aanwijsbaar tot de sluiting van individuele winkelvevestigingen zal leiden, omdat:

- het dagelijks winkelaanbod in het centrum bovengemiddeld functioneert;
- de dichtstbijzijnde supermarkten Jumbo en Dirk in een ander prijs-service-segment opereren dan Albert Heijn;
- het draagvlak in het primaire verzorgingsgebied fors groeit;
- en de verdere versterking van In de Hoven als boodschappencentrum de bovenlokale aantrekkingskracht vergroot.

¹⁶ Berekening: 0,42 (het gemiddelde van 33% en 50%) * € 21,6 miljoen (2.956 m² wvo * € 7.310).

¹⁷ Berekening: € 5,0 miljoen / € 101 miljoen (omzetclaim huidig dagelijks aanbod).

¹⁸ Berekening: € 7,6 miljoen / € 101 miljoen (omzetclaim huidig dagelijks aanbod).

¹⁹ Berekening: € 6,0 miljoen / € 101 miljoen (omzetclaim huidig dagelijks aanbod).

²⁰ Berekening: € 9,1 miljoen / € 101 miljoen (omzetclaim huidig dagelijks aanbod).

Het valt echter niet geheel uit te sluiten dat een enkele aanbieder in de dagelijkse sector de deuren moet sluiten. Dit zal vooral een nu al matig functionerende winkel zijn, in de zwakkere delen van het nu in ruimtelijk opzicht te grote winkelgebied of buiten In de Hoven, op de grootste afstand van de ontwikkeling (de winkels in directe nabijheid profiteren het meest van afgeleide bestedingen). Dit is overigens een autonoom proces, dat door een ontwikkeling als de modernisering van het complex aan de Martinus Nijhofflaan hooguit wordt versneld.

Tot grote uitval c.q. sterk oplopende leegstand elders (en daarmee aantasting het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat) zal deze uitbreiding zeker niet leiden. In metertermen leidt de beoogde uitbreiding in Delft-Zuid tot een leegstandtoename van circa 680 m² wvo²¹ – 1.030 m² wvo²² na fase 1 en cumulatief circa 820 m² wvo²³ – 1.240 m² wvo²⁴ na fase 2.

De positieve effecten kunnen nog verder worden versterkt én de negatieve verzacht indien de omliggende deelgebieden van het vernieuwde winkelgebied het momentum aangrijpen om zich eveneens te herpositioneren met een nog meer onderscheidende propositie.

3.4 Conclusie

Resumerend kunnen we stellen dat de modernisering van het Ahold-blok aan de Martinus Nijhofflaan per saldo een duidelijk positieve ruimtelijk-economisch impuls genereert.

De negatieve verdringingseffecten zijn relatief gering. De beoogde ontwikkeling zal niet leiden tot een sterk oplopende leegstand, niet in het winkelgebied In de Hoven en niet elders in Delft-Zuid, in Den Hoorn of daarbuiten. Van de aantasting van de (detailhandels)structuur en het woon-, leef- en ondernemersklimaat is geen sprake. Integendeel, deze versterkt juist. Duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur is niet aan de orde. Het is niet waarschijnlijk dat als direct gevolg van de voorgenomen ontwikkeling supermarkten of andere dagelijkse aanbieders hun deuren zullen moeten sluiten en inwoners. Ook in de toekomst zullen de consumenten in Delft-Zuid over voldoende keuzemogelijkheden ten aanzien van hun dagelijkse behoeften kunnen beschikken.

²¹ Berekening: 4,9% van het totaal dagelijks detailhandelsaanbod in Delft-Zuid van 13.883 m² wvo.

²² Berekening: 7,4% van het totaal dagelijks detailhandelsaanbod in Delft-Zuid van 13.883 m² wvo.

²³ Berekening: 5,9% van het totaal dagelijks detailhandelsaanbod in Delft-Zuid van 13.883 m² wvo.

²⁴ Berekening: 8,9% van het totaal dagelijks detailhandelsaanbod in Delft-Zuid van 13.883 m² wvo.

