

**Bodegraven
Oud Bodegraafseweg/Doortocht
DPO supermarkten**



definitief rapport

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:

definitief rapport

Datum:

29 november 2012

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv
Klein Amerika 18
2806 CA Gouda
0182 - 689 416
www.stedplan.nl
info@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:

Dr. Aart Jan van Duren

Drs. Gijs Foeken

Voor meer informatie: Aart Jan van Duren

In opdracht van:

Aldi Vastgoed BV

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: 2012.A.567

Referentie: Bodegraven - Oud Bodegraafseweg/Doortocht DPO supermarkten

Inhoudsopgave

	Pagina
Achtergrond	4
Inleiding	6
1 Marktsituatie Bodegraven	8
1.1 Vraagzijde van de markt	
1.2 Aanbodzijde van de markt	
1.3 Huidig functioneren dagelijkse sector	
1.4 Benchmark winkelgebieden	
2 Trends, ontwikkelingen en beleid	13
2.1 Relevante trends en ontwikkelingen	
2.2 Beleidskader	
3 Distributieplanologische toetsing	17
3.1 Marktruimte	
3.2 Versterking dagelijks winkelaanbod	
4 Ruimtelijke aspecten van de ontwikkeling	19
Bijlage 1: Woonplaatsen benchmark	22
Bijlage 2: Distributieplanologische berekening	23

Achtergrond

In de afgelopen jaren is in Bodegraven Centrum door de gemeente gezocht naar mogelijkheden om het winkelgebied zo goed mogelijk te ontwikkelen en de binding van de inwoners van de gemeente aan het lokale winkelaanbod te behouden c.q. te versterken. De gemeente heeft daarin successen behaald door een strategie van aanpassing van de openbare ruimte en het enthousiasmeren van ondernemers om in het winkelgebied te investeren. Daarbij is gekeken naar een zodanige samenstelling van het winkelaanbod, dat de aantrekkelijkheid van het winkelgebied zoveel mogelijk wordt vergroot. Dit ook in relatie met de ontwikkelingen in de omliggende gemeenten en de daar gelegen koopcentra, waarnaar bestedingen kunnen weglekken.

Het centrum van Bodegraven vervult primair een functie voor de inwoners van de kern Bodegraven (ca. 18.000 inwoners) en trekt daarnaast inwoners aan vanuit een groot aantal kleine kernen in de omgeving. Dit biedt de basis voor een aantrekkelijk, relatief breed gesorteerd en gemiddeld genomen goed functionerend winkelaanbod, waarmee het centrum een volwaardige voorziening is voor de inwoners van de kern. Het centrum heeft, mede door een groot aantal horecavestigingen, een prettig verblijfskarakter.

Om de positie van Bodegraven Centrum in het regionale krachtenveld in de toekomst te kunnen handhaven acht de gemeente versterking noodzakelijk. Al langer is de behoefte onderkend om het aanbod aan dagelijkse goederen te versterken. Om koopkracht van de eigen inwoners te kunnen vasthouden en de aantrekkelijkheid voor de omliggende kernen te kunnen behouden wordt versterking van het supermarktaanbod in het lagere segment wenselijk, zo niet noodzakelijk geacht.

Voor de toevoeging van een supermarkt aan het centrum van Bodegraven zijn in de afgelopen periode diverse investeerders in beeld geweest en diverse locaties onderzocht. Ontwikkeling van de beoogde supermarkt op deze locaties bleek echter vanwege verschillende bezwaren geen doorgang te kunnen vinden. Thans heeft Aldi Vastgoed BV het voornemen een Aldi-supermarkt te vestigen aan de Doortocht, hoek Oud Bodegraafseweg, naast de daar reeds gevestigde supermarkt van Albert Heijn, die wegens succes wenst uit te breiden.

Tussen de beide locaties in is een ruim parkeerterrein gelegen dat tevens als bronpunt dient voor centrumbezoek voor bezoekers vanuit zuidelijke richting. De locatie is voor de gemeente de meest ideale plek om een supermarktcluster te laten ontstaan, omdat het op een aanlooproute naar het centrum ligt en het grote parkeerterrein al een bronpuntfunctie vervult voor binnenstadsbezoek. De toevoeging van een Aldi biedt volgens de gemeente de mogelijkheid een versterking van de detailhandelstructuur te kunnen bewerkstelligen en speelt ook direct in op de behoefte om deze versterking te laten plaatsvinden in het zuidelijke deel van het centrum. Al eerder is door de gemeente geconstateerd dat – na de succesvolle revitalisatie van het noordelijke deel van het centrum eind jaren negentig – het zuidelijke deel van het centrum achter is gebleven en verdere impulsen behoeft.

Herstructurering en vernieuwing van de openbare ruimte heeft hiervoor inmiddels al goede voorwaarden geschapen.

De vestiging van een Aldi-supermarkt op de locatie hoek Oud Bodegraafseweg/Doortocht past goed in het gemeentelijk streven van een versterking van Bodegraven Centrum.

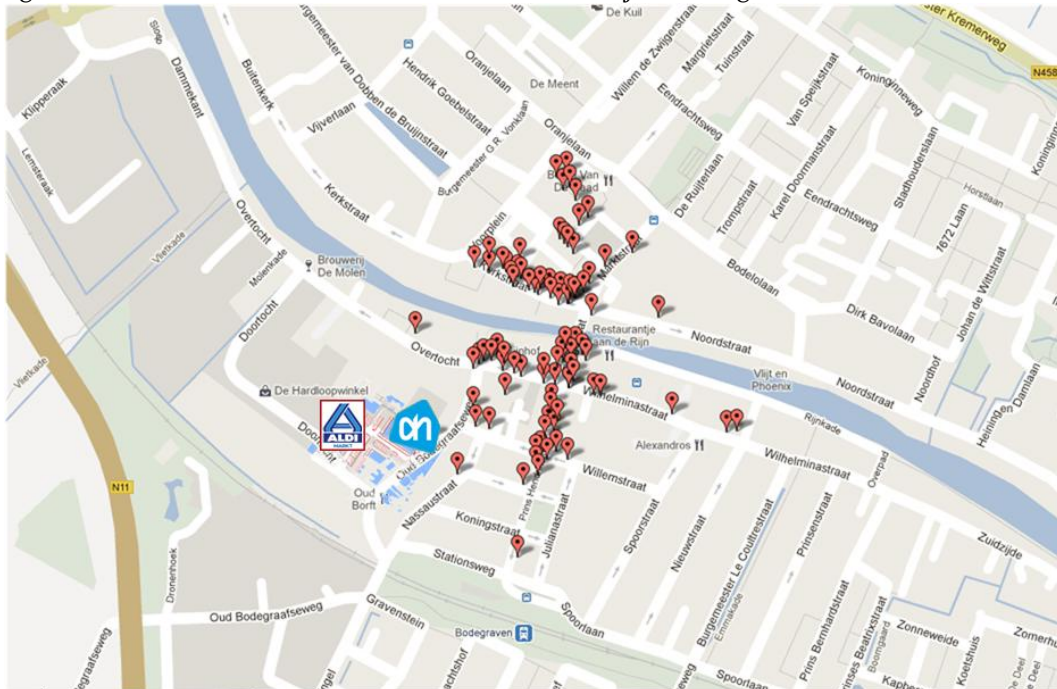
Tegen deze achtergrond heeft Aldi Vastgoed bv (geruggensteund door de gemeente) Bureau Stedelijke Planning verzocht om een oordeel te vellen over de vraag of het initiatief bijdraagt aan het functioneren van Bodegraven Centrum als geheel, en of het initiatief distributieplanologisch te motiveren is.

Inleiding

Achtergrond

Aldi Vastgoed BV is voornemens een Aldi-supermarkt te vestigen in Bodegraven. De voorgenomen locatie betreft de Doortocht, hoek Oud Bodegraafseweg. Op deze locatie, in de schil rond het Bodegraafse centrum, heeft de bestaande Albert Heijn-vestiging behoefte aan uitbreiding met ca. 500 m² bvo en wil Aldi een nieuwe supermarkt realiseren van ca. 1.050 m² bvo. Samen met Ahold Real Estate and Construction (ARE&C) heeft Aldi een ontwerp-omgevingsvergunning ingediend.

Figuur 1 Locatie van het initiatief van Aldi en Albert Heijn in Bodegraven Centrum



In het kader van deze aanvraag hebben Aldi Vastgoed BV en ARE&C aan Bureau Stedelijke Planning gevraagd het initiatief distributieplanologisch te toetsen. Het voorliggende rapport is het verslag van dit onderzoek.

Te beantwoorden vragen

Doel van het onderzoek is om antwoord te geven op de vraag of er met het initiatief van Albert Heijn en Aldi sprake is van verstoring van de lokale detailhandelstructuur¹. Daarbij zijn de volgende zaken van groot belang:

- Actualisering van de vraag of er in het licht van onder meer de generieke ontwikkelingen in de branche (leegstand, onder druk staande bestedingen) voldoende marktruimte is in de dagelijkse sector in het algemeen en in de supermarktsector in het bijzonder;

¹ Hierbij dient te worden aangetekend dat de gemeente Bodegraven-Reeuwijk positief staat in de nieuwe ontwikkeling, en in de motivering daarbij verwijst naar de uitkomsten van een distributieplanologisch onderzoek, ten behoeve van het centrumplan, uit 2004. Uit dit onderzoek blijkt dat er in de dagelijkse sector een marktruimte aanwezig is met een omvang van 1.200 tot 1.650 m² vwo. De provincie acht dit onderzoek echter te oud, gelet op de ontwikkelingen in de branche (onder druk staande bestedingen en oplopende winkelleegstand).

- Beantwoording van de vraag of de ontwikkeling voorziet in een versterking van de lokale detailhandelstructuur, of juist in een verzwakking. Bij deze vraag speelt vooral de vraag of de ontwikkeling al dan niet bijdraagt aan een sterker centrumgebied, met meer evenwicht tussen van het noordelijk en het zuidelijk deel van het centrumgebied.

Opbouw van het rapport

De opbouw van het rapport is als volgt. In hoofdstuk 1 is de specifieke marktsituatie in Bodegraven getypeerd, met onderscheid tussen de vraagzijde (draagvlak) en aanbodzijde (dagelijks aanbod, supermarktaanbod, functioneren) van de markt. In hoofdstuk 2 zijn relevante trends en ontwikkelingen beschreven, alsmede de in dit geval relevante beleidsregels. Hoofdstuk 3 bevat de distributieplanologische toetsing. Hierin is het initiatief getoetst in termen van marktruimte. Hoofdstuk 4 biedt inzicht in de ruimtelijke aspecten van het verzoek en gaat specifiek in op de vraag wat het initiatief betekent voor (het centrum van) Bodegraven.

1 Marktsituatie Bodegraven

In dit hoofdstuk komt de marktsituatie in Bodegraven aan bod. Dit is uitgesplitst in het verzorgingsgebied (omvang en samenstelling van de bevolking) en het winkelaanbod in de dagelijkse sector in Bodegraven. Tevens wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de relevante ontwikkelingen aan zowel aanbodzijde als vraagzijde.

1.1 Vraagzijde van de markt

Verzorgingsgebied

Bodegraven maakt deel uit van de gemeente Bodegraven-Reeuwijk, welke op 1 januari 2011 ontstond uit een fusie van de voormalige gemeenten Bodegraven en Reeuwijk. De gemeente telt circa 33.000 inwoners, waarvan een kleine 18.000 in Bodegraven. Het verzorgingsgebied voor de nieuwe Aldi en de uit te breiden Albert Heijn is de hele kern Bodegraven. Dit betekent dat het overgrote deel van de (meer)omzet voor rekening komt van de inwoners van dit gebied.

- De bevolking van Bodegraven kan getypeerd worden als relatief welvarend, met een groot aandeel gezinnen. Het gemiddeld inkomen ligt circa 4% boven het landelijk gemiddelde. Daarnaast blijkt dat het aandeel 0-15 en 15-25 jarigen groter is dan gemiddeld in Nederland. Ook de gemiddelde huishoudengrootte wijst op een relatief grote hoeveelheid gezinnen (met kinderen). Het percentage niet-westerse allochtonen is laag.
- Binnen Bodegraven bestaan uiteraard de nodige verschillen tussen buurten onderling, maar van ‘achterblijvende’ delen is geen sprake. In geen enkele buurt in Bodegraven ligt het inkomen per persoon significant lager dan het gemiddelde.

Tabel 1 Demografische kenmerken verzorgingsgebied Bodegraven

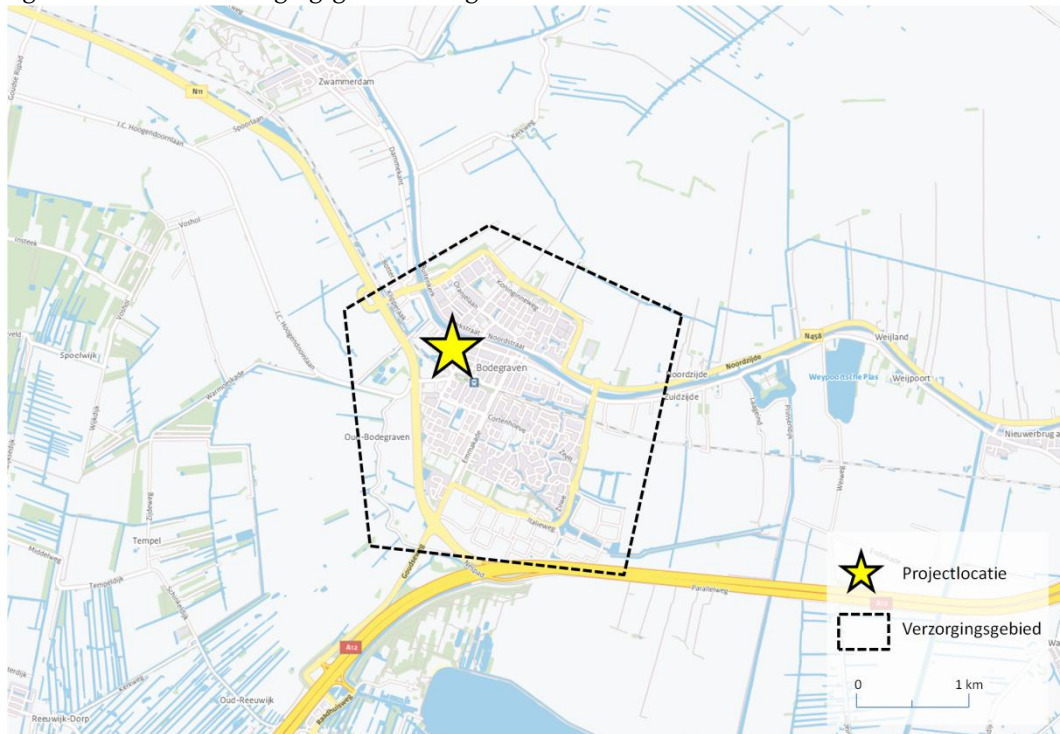
	inw	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem Huish grootte	% niet westers allocht.	Gem ink per inw.
Bodegraven	17.800	20	13	26	27	14	2,5	6	€ 22.300
Nederland	16.574.990	18	12	27	28	15	2,2	11	€ 21.500

Bron: CBS Statline

Prognose

De afgelopen 10 jaar bleef het inwoneraantal in Bodegraven en Reeuwijk zeer constant, met slechts kleine schommelingen. We gaan er daarom vanuit dat het aantal inwoners in 2020 op het huidige niveau zal liggen.

Figuur 2 Indicatie verzorgingsgebied Bodegraven



Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

1.2 Aanbodzijde van de markt

- De dagelijkse winkelsector in Bodegraven bestaat uit 34 verkooppunten met een totale omvang van 5.761 m² wvo². Hiervan komt 62% (3.554 m² wvo) voor rekening van de drie supermarkten, namelijk C1000 (2x) en Albert Heijn.
- Per inwoner is in Bodegraven 0,20 m² wvo aan supermarktruimte beschikbaar. Dit ligt ruim onder het landelijk gemiddelde van 0,24 m² wvo per inwoner. Het overige dagelijks aanbod is qua winkeldichtheid groter dan het landelijk gemiddelde (0,12 m² wvo per inwoner versus 0,11).

Tabel 2 Supermarktaanbod in Bodegraven

Formule	Adres	Kassa's	m ² wvo
C1000	Raadhuisplein 15	11	1.565
Albert Heijn	Oud-Bodegraafseweg 23	8	1.051
C1000	Vromade 27	5	938
Totaal			3.554

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner

² Op basis van Locatus Verkooppunt Verkenner, September 2012

Figuur 3 Spreiding supermarktaanbod Bodegraven



- Het supermarktaanbod in Bodegraven is momenteel eenzijdig. Albert Heijn opereert in het zogenaamde Fullservice segment³. Dat wil zeggen: veel service en een bovengemiddelde prijsstelling. C1000 kan geplaatst worden in het Value-for-money segment, met een gemiddelde service en een gemiddelde prijsstelling. Binnen twee jaar zullen de twee C1000 vestigingen worden omgebouwd naar Jumbo. Deze formule behoort tot het Service Discount segment: bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling. Wat geheel ontbreekt in Bodegraven is het Hard Discount segment: weinig service en een zeer scherpe prijsstelling. Samen met Lidl is Aldi goed voor 16,4% van alle supermarktmeters in Nederland. Marktleider Albert Heijn exploiteert 23,9% van alle supermarktmeters.
- Naast supermarkten bestaat het dagelijks aanbod uit het gebruikelijke aanbod in een kleinere woonplaats: bakkers, slagerijen, groente/fruit, tabak/lectuur, drogisterijen etc.
- Het dagelijks winkelaanbod is geconcentreerd in het centrum van Bodegraven (en de schil daaromheen), met een kleine ondersteunende voorziening in de vorm van winkelcentrum Broekvelden. De hier gevestigde C1000-supermarkt is een aantal jaar geleden beperkt (ca. 200 m² wvo) uitgebreid.

Detailhandelsontwikkelingen

- Naast de nieuwbouw van Aldi en de uitbreiding van Albert Heijn op de hoek Doortocht/Oude Bodegraafseweg speelt er in Bodegraven de herontwikkeling van winkelcentrum Broekvelden als onderdeel van de totale gebiedsontwikkeling hier. In het plan zijn er mogelijkheden voor ruim 1.200 m² bvo aan commerciële

³ Supermarktsegmenten op basis van Consumententrends 2011 (EFMI Business School)

ontwikkeling, waarvan maximaal 600 m² bvo voor winkels in de dagelijkse sector. Een nieuwe (discount)supermarkt is daarmee (en overigens ook contractueel) uitgesloten. De ontwikkeling ligt overigens al geruime tijd stil.

1.3 Huidig functioneren dagelijkse sector

- De dagelijkse winkelsector in Bodegraven functioneert sterk bovengemiddeld. De gerealiseerde vloerproductiviteit⁴ ligt circa 14% boven het landelijk gemiddelde⁵, namelijk € 8.364,- versus € 7.310,- per vierkante meter winkelvloeroppervlak (wvo).
- Dit bovengemiddelde functioneren komt ook tot uitdrukking in het functioneren van de drie momenteel in Bodegraven gevestigde supermarkten. Zowel de beide C1000-vestigingen als de Albert Heijn-vestiging functioneren bovengemiddeld goed.
- Dit bovengemiddelde functioneren is echter niet onbedreigd. Zo staat de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector onder druk. Ten tijde van het provinciale Koopstromenonderzoek in 2004 (uitgevoerd na realisering van het centrumplan op het Raadhuisplein) lag de koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector in de gemeente Bodegraven-Reeuwijk – toen nog twee afzonderlijke gemeenten – op 87%. In 2011 is dit gedaald naar 77%. Een nadere analyse van het interprovinciale Koopstromenonderzoek 2011 wijst uit dat ook op het niveau van de kern Bodegraven de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector onder druk staat. In 2011 ligt deze op 88%, terwijl dat in 2004 op ongeveer 95% lag.
- Concluderend kan gesteld worden dat de dagelijkse sector in Bodegraven nog altijd bovengemiddeld functioneert, maar wel onder druk staat en in aantrekkingskracht ingeboet heeft. Door het karakter van Bodegraven Centrum, dat als een keuzecentrum kan worden opgevat waarbinnen de dagelijkse sector een belangrijk fundament vormt, is een dergelijke ontwikkeling als ernstig te beoordelen.
- In een recente economische analyse door de gemeente wordt dit beeld bevestigd. De conclusie uit deze analyse is dat het centrum van Bodegraven zich niet onttrekt aan het algehele beeld dat de detailhandel onder druk staat. Sterker, de analyse stelt dat dit in het bijzonder geldt voor het centrum van Bodegraven. Om in de toekomst economisch weerbaar te zijn, is het van belang de juiste mogelijkheden te signaleren en kansen en mogelijkheden te benutten, zo wordt geconcludeerd.
- Naast een belangrijke lokale functie heeft het centrum van Bodegraven ook een zekere bovenlokale functie, vooral voor omliggende kernen als Zwammerdam en Reeuwijk. Uit een nadere analyse van de uitkomsten van het KSO2011 blijkt dat 22% van de omzet in de dagelijkse sector in het centrum afkomstig is van buiten de kern Bodegraven. Voor Albert Heijn geldt die bovenlokale functie nog wat sterker. Hier is, zo blijkt uit klantherkomstinformatie van Albert Heijn, ca. 35% afkomstig van buiten de kern. Ook hier bestaat dat vooral uit de kernen Zwammerdam en Reeuwijk.

1.4 Benchmark winkelgebieden

Ten behoeve van de toetsing van de voorliggende plannen in Bodegraven is het supermarktaanbod hier vergeleken met dat in 22 woonplaatsen⁶ met een vergelijkbare omvang (17.500 tot 20.000 inwoners). In deze selectie zijn alle plaatsen met een regionaal verzorgende functie (te weten Schagen, Hardenberg, Winschoten,

⁴ Op basis van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011

⁵ Op basis van kengetallen van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (2012)

⁶ Zie bijlage 1 voor een overzicht van de benchmarkgemeenten.

Stadskanaal en Naaldwijk) buiten beschouwing gelaten. Een analyse van de uiteindelijke selectie leidt tot de volgende conclusies:

- Gemiddeld zijn in kernen van deze omvang 4,5 volwaardige supermarkten⁷ gevestigd. In Bodegraven zijn dat er momenteel 3.
- Gemiddeld is in elke woonplaats 4.500 m² wvo aan supermarktaanbod aanwezig, versus 3.550 m² in Bodegraven. De supermarktdekking (het aantal m² wvo aan supermarktruimte per inwoner) ligt in Bodegraven dan ook aanzienlijk lager dan in de benchmarkplaatsen, met respectievelijk 0,20 en 0,24 m² wvo per inwoner.
- In 19 van de 22 woonplaatsen is ten minste één supermarkt in het harddiscount segment (Aldi of Lidl) gevestigd. In vijf woonplaatsen zijn dat er zelfs twee.

⁷ Exclusief mini-supermarkten, convenience-stores, toko's e.d.

2 Trends, ontwikkelingen en beleid

In dit hoofdstuk wordt beknopt aangegeven wat de huidige trends en ontwikkelingen in de dagelijkse sector voor effecten hebben voor het perspectief van het winkelaanbod in Bodegraven, en daarmee voor het functioneren van het centrumgebied. Tevens worden de beleidskaders, zowel op lokaal als op regionaal en provinciaal niveau geschetst.

2.1 Relevante trends en ontwikkelingen

- **Schaalvergroting en schaalverkleining** gaan in de dagelijkse sector hand in hand. Aan de ene kant worden **supermarkten** steeds groter (AH XL, Jumbo XL). Aan de andere kant komen, vooral in de grotere steden, nieuwe typen kleinschalige detailhandel op. Deze detailhandel is voornamelijk gericht op gemak, zoals kleine supermarkten en kiosken op trafficlocaties (o.a. OV-stations, benzinestations, ziekenhuizen, onderwijsinstellingen). Ook in de niet-dagelijkse sector zien we overigens beide trends hand in hand gaan.
- Door de schaalvergroting zijn er in de toekomst **minder, maar grotere supermarkten**. Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.200 m² winkelvloeroppervlak (wvo) te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd (breed en diep) assortiment om voor de consument aantrekkelijk te blijven. Ook vraagt de consument om meer comfort: bredere gangpaden, lagere stellingen, service-counters, waardoor de ruimtebehoefte groter wordt. Door deze ontwikkeling is er enerzijds sprake van uitval aan de onderkant en anderzijds opwaardering aan de bovenkant.
- Een **groeïende focus op prijs**. Door de economische crisis wordt een trend versterkt die al jaren eerder is ingezet in de supermarktbranche. Over de gehele linie, ook buiten het hard discountkanaal, is prijs meer en meer leidend. Vooral ketens die een scherpe prijs combineren met een hoge mate van service kampen met onder druk staande marges.
- De verwachting is dat het **aantal foodspecialzaken afneemt**, deels omdat ze terrein verliezen aan supermarkten en deels omdat ook hier schaalvergroting zijn intrede zal doen. Alleen specialzaken die zich weten te onderscheiden van het supermarktaanbod (in kwaliteit, prijs, assortiment en/of service) en in de nabijheid van een supermarkt verkeren, kunnen de toekomst met vertrouwen tegemoet zien. Alleen al om deze redenen is het van belang dat supermarkten zo veel als mogelijk onderdeel zijn van de hoofdwinkelstructuur.
- Winkelvoorzieningen aan de onderkant van de traditionele winkelhiërarchie, de **kleinere buurtstrips en buurtcentra, zullen meer en meer verdwijnen**. Deze centra kunnen in veel gevallen niet 'meedoen' aan de schaalvergroting. Daarnaast bieden dergelijke centra niet de keuzemogelijkheden waar consumenten steeds meer aan gehecht raken. Hetzelfde geldt voor wijkwinkelcentra met een beperkt en/of onvolledig aanbod. Door dit proces gaat schaalvergroting samen met schaalvergroving: de afstand tussen winkelgebieden wordt groter. Dit proces wordt ook gevoed doordat consumenten steeds mobieler zijn, en bij onvoldoende keuze uitwijken naar andere centra.

- De **concurrentie tussen winkelgebieden en winkels** zal verder toenemen. Voor Bodegraven is dit zeer relevant, omdat Bodegraven “ingeklemd” is tussen drie plaatsen van hogere orde: Woerden, Alphen aan den Rijn en Gouda. De centra van deze steden bieden meer keuze en diversiteit, vooral in het niet-dagelijkse, meer recreatieve aanbod. De basis van Bodegraven ligt in de combinatie van dagelijks en hoog-frequent bezocht niet-dagelijks aanbod in een doelmatige en tegelijkertijd sfeervolle omgeving. Op het moment dat die basis niet op orde is, is het risico groot dat de consument uitwijkt naar winkelgebieden waar dat wel zo is, en die bovendien in recreatief aanbod meer te bieden hebben.
- Niet alleen door de **economische crisis** staan de omzetten van winkeliers onder druk. Ook structurele ontwikkelingen, zoals de **groei van e-commerce**, zet de omzetten van winkeliers onder druk. Met andere woorden: de koek wordt kleiner, en het aandeel van de gevestigde detailhandel in die koek staat ook nog eens onder druk. De dagelijkse sector heeft hier overigens minder van te lijden dan de niet-dagelijkse sector. In deze sector staan de bestedingen minder onder druk en speelt e-commerce slechts een zeer bescheiden rol. Dit is in het voordeel van een kern als Bodegraven, waar de dagelijkse sector het fundament onder het winkelaanbod in het centrum legt.
- Jarenlang is sprake geweest van stijgende huurniveaus en lage leegstandniveaus. De realiteit van vandaag is een geheel andere. **Stabilisatie en daling van de huurniveaus** is aan de orde, samen met een **toenemende leegstand**. Deze leegstand manifesteert zich vooral in de zwakkere delen van de centrumgebieden (aanloopstraten) en in de zwakkere winkelcentra. In Bodegraven Centrum is het proces dat de zwakkere delen van het winkelgebied transformeren naar andere functies al veel langer gaande. Dit heeft zich vooral voorgedaan in de uitlopers, zoals de Noordstraat en de Wilhelminastraat, en heeft ertoe geleid dat het zwaartepunt van het centrum in westelijke richting is verschoven.
- Door de crisis zijn diverse **winkelvastgoedprojecten uitgesteld, afgesteld of sterk versoberd**. Ruimtelijk-functionele versterking van winkelgebieden is echter een continue vereiste. Het risico is groot dat door de crisis ook die noodzakelijke vernieuwing en versterking onder druk komt te staan.

Trends en ontwikkelingen als deze zijn ook in Bodegraven actueel en zichtbaar. Het toekomstperspectief van het centrumgebied van Bodegraven is in grote mate afhankelijk van de kracht en diversiteit van het dagelijkse aanbod. Dit is het fundament van het centrumgebied. Als dat op orde is, kunnen niet-dagelijkse winkels hiervan meeprofiteren en kan Bodegraven ook naar de toekomst toe in een groot aantal niet-dagelijkse branches in de behoeften van de inwoners (blijven) voorzien.

2.2 Beleidskader

Beleid Provincie Zuid-Holland.

Volgens het in 2007 vastgestelde provinciale detailhandelsbeleid zijn detailhandelsontwikkelingen van meer dan 1.000 m² buiten de bestaande winkelconcentraties (oftewel, op perifere locaties) niet toegestaan zonder toestemming van de provincie. Binnen de bestaande structuur moeten projecten met een omvang boven 2.000 m² eveneens door de provincie getoetst worden.

Momenteel vindt een actualisering van het provinciaal beleid plaats. In het nieuwe beleid, dat grotendeels een voortzetting is van het nu vigerende beleid zal, in navolging van de motie van kamerlid De Rouwe bij de behandeling van de in maart 2012 vastgestelde SVIR (Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte), de SER-ladder leidend worden. De SER-ladder gaat in geval van winkelontwikkelingen uit van de volgende redenering⁸: eerst wordt voor detailhandelsinitiatieven in of aan bestaande winkelgebieden ruimte gezocht of gecreëerd (herstructurering). Indien binnen bestaande centra onvoldoende kansen aanwezig blijken, kan ruimte gezocht worden op schillocaties. Pas als die mogelijkheden zijn benut, wordt overwogen of nieuwe winkelontwikkelingen op niet-winkellocaties gewenst zijn.

Regionale structuurvisie detailhandel

Versterken van de positie van onder andere Bodegraven als subregionaal verzorgend centrum is onderdeel van het regionale beleid van de regio Midden-Holland. Gemeenten in Midden-Holland zijn ertoe verplicht dat elk plan voor uitbreiding van de detailhandelsruimte met meer dan 1.000 m² wvo voorafgaand aan de realisatie aangemeld dient te worden in het REO. Het REO zal advies over een dergelijk plan uitbrengen op basis van de functie van de bewuste kern binnen de regionale detailhandelsstructuur en op basis van de (sub)regionale gevolgen van de uitbreiding.

Om de verplichte advisering te kunnen uitvoeren wenst het REO een distributieplanologische onderbouwing. In het algemeen geldt dat hierin standaard moet worden ingegaan op de regionale effecten van de betreffende uitbreidings- of vestigingsplannen.

Gemeente Bodegraven-Reeuwijk

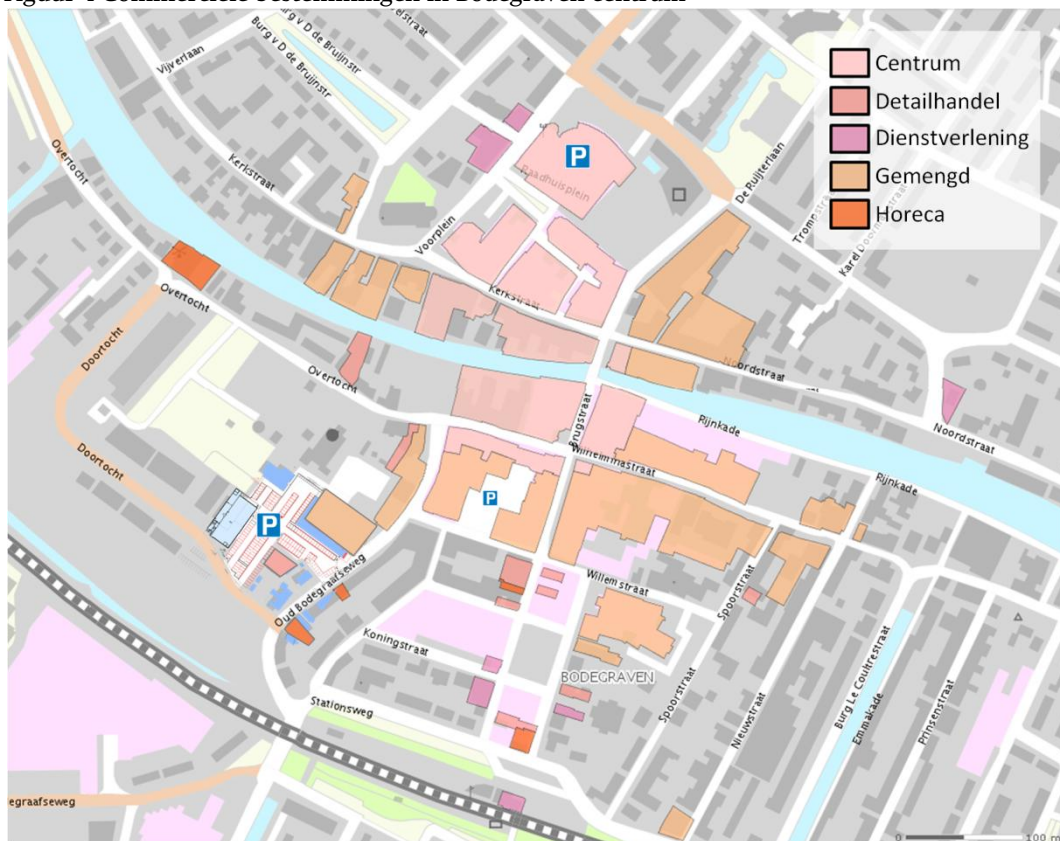
Het detailhandelsbeleid van de gemeente is gericht op het versterken van de positie van het centrumgebied van Bodegraven. Voor dit gebied wenst de gemeente Bodegraven-Reeuwijk een ruimtelijk compact kernwinkelgebied. Zo moet leegstand en versnippering van het winkelaanbod worden tegengegaan en neemt de veiligheid toe. Het centrum moet aantrekkelijker worden voor bewoners, bezoekers en ondernemers, en moet een plek van ontmoeting worden. De herontwikkeling van het Raadhuisplein (nieuw winkelproject, modernisering annex vergroting van de C1000 en komst HEMA) in 2002 is een eerste stap geweest naar versterking van het centrum. Hierdoor is aan de noordzijde van de Rijn een krachtige pool annex bronpunt ontstaan. De consequentie daarvan is wel dat er een onbalans is ontstaan met het zuidelijk deel. Al in het kader van het opstellen van het centrumplan Bodegraven (2004) gaven ondernemers aan dat het zuidelijk deel minder goed functioneert dan voor opening van het centrumproject. Ofschoon het aantal winkels in het zuidelijk deel groter is dan in het noordelijk deel, is de schaalgrootte en het fundament dat de dagelijkse sector legt in noord beduidend groter dan in zuid. Ook is de ruimtelijk-functionele structuur in zuid zwakker dan in noord. Wel is door de recente herinrichting van de Oud-Bodegraafseweg en het Willemsplein een meer aantrekkelijke (winkel)route tot stand gekomen tussen de locatie van de Albert Heijn en de overige detailhandel in het zuidelijke centrum (Oud Bodegraafseweg, Willemsplein, Van Tolstraat, Prins Hendrikstraat).

⁸ Uit: Dynamiek door Beleid, hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert (DTNP, 2011)

In het bestemmingsplan voor de kern Bodegraven (vastgesteld in mei 2010) zijn voor het centrum meerdere bestemmingen van toepassing. Enerzijds geldt de bestemming Centrum, waarbinnen diverse functies, waaronder detailhandel, zijn toegestaan. Binnen deze bestemming mag evenwel niet worden gewoond op de begane grond. Daarnaast geldt voor veel panden in het centrum een bestemming “Gemengd”. Binnen deze bestemming is ter plaatse van de huidige winkels, detailhandel toegestaan. Ook de bestaande bedrijven zijn positief bestemd. Daarnaast is op een enkele locatie nog de bestemming “Detailhandel” van toepassing.

Zoals in onderstaande figuur te zien is, heeft de bestaande Albert Heijn-vestiging een gemengde bestemming. Het pand ten zuiden van de Albert Heijn heeft een detailhandelsbestemming. Aan de Oud Bodegraafseweg komt de bestemming Gemengd voor. De aldaar gelegen winkels zijn positief bestemd. Het parkeerterrein dat naast de Albert Heijn is gelegen vervult al in de huidige situatie een rol als bronpunt voor centrumbezoek. De geprojecteerde Aldi ligt aan ditzelfde parkeerterrein.

Figuur 4 Commerciële bestemmingen in Bodegraven centrum



Bron: Bestemmingsplan Kern Bodegraven, www.ruimtelijkeplannen.nl, bewerking Bureau Stedelijke Planning

3 Distributieplanologische toetsing

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag of het initiatief van Aldi c.q. Albert Heijn markttechnisch verantwoord is (3.1) en of er bij honorering sprake is van een versterking van de verzorgingsfunctie van de kern Bodegraven (3.2) en van het centrumgebied van Bodegraven (3.3).

3.1 Marktruimte

Door middel van een distributieve berekening is zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een uitspraak gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van de dagelijkse sector in Bodegraven. In deze paragraaf staan de uitkomsten centraal, voor een nadere onderbouwing wordt verwezen naar de bijlage van dit rapport.

Reeds in de huidige situatie (met de huidige koopstromen) is er sprake van een uitbreidingsruimte voor de dagelijkse winkelsector in Bodegraven van 760 m² wvo. Dit illustreert het bovengemiddeld goede functioneren van het dagelijkse winkelaanbod in Bodegraven (zie ook paragraaf 1.3). Indien het Bodegraven lukt om het bevolkingsaantal op peil te houden, geldt dit ook voor de situatie in 2020. Een aantal opmerkingen is van belang⁹:

- In 2004 werd voor de toekomstige situatie een uitbreidingsruimte berekend van 1.200 tot 1.650 m² wvo in de dagelijkse sector in Bodegraven, deels voor rekening van een groeiende binding en toevloeiing (als gevolg van de komst van een vierde supermarkt), deels als gevolg van een sterk groeiend inwonertal van de kern.
- Uitgangspunt van de marktruimteberekening is dat de huidige koopkrachtbinding en -toevloeiing onveranderd blijven. Het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 wijst echter uit de koopkrachtbinding in de gemeente Bodegraven-Reeuwijk onder druk staat en niet meer op het (veronderstelde) niveau ligt van 2004. Bij een gelijkblijvende situatie (met handhaving van het huidige supermarktaanbod) is het aannemelijk dat de koopkrachtbinding in de toekomst verder zal dalen.
- Met de komst van Aldi en de uitbreiding van Albert Heijn neemt de aantrekkelijkheid van Bodegraven als boodschappencentrum toe. Zowel de inwoner van Bodegraven als de consument in de directe regio wordt beter bediend. Met Aldi wordt immers een supermarktsegment aan het aanbod toegevoegd dat momenteel nog afwezig is in de kern. Daarnaast beschikt de huidige (enige) Albert Heijn in Bodegraven niet over een supermarkt van naar de huidige maatstaven moderne afmetingen.
- Een substantiële kwalitatieve aanvulling van het dagelijks aanbod zal naar verwachting een positief effect hebben op de koopstromen; de inwoner van Bodegraven besteedt meer in eigen kern en de consumenten uit de omliggende plaatsen (Nieuwerbrug, Zwammerdam en Reeuwijk) weten (in bescheiden mate) Bodegraven beter te vinden. Als we uitgaan van een voorzichtige (en realistische) stijging van de koopkrachtbinding en -toevloeiing tot 2020 mag verwacht worden dat de marktruimte zal stijgen tot een omvang van circa 1.370 m² wvo. Vertaald naar bruto vloeroppervlak (bvo) komt neer op ruim 1.700 m².

⁹ Zie de bijlage voor een nadere uitleg en onderbouwing van de DPO-berekening

3.2 Versterking dagelijks winkelaanbod

De uitbreiding van Albert Heijn en met name de komst van Aldi kan gezien worden als een kwalitatieve versterking van het dagelijkse winkelaanbod in Bodegraven. Met de komst van Aldi beschikt Bodegraven over een supermarkt in een nu nog ontbrekend segment: harddiscount. De benchmark heeft laten zien dat het zeer ongewoon is dat dit segment ontbreekt in kernen van deze omvang.

Door de toenemende keuzemogelijkheden binnen het supermarktaanbod zal het winkelbestand in Bodegraven beter in staat zijn om de eigen inwoners aan zich te binden en om de consumenten uit de omliggende plaatsen aan te trekken. Consumenten die gericht zijn op Aldi hoeven immers niet meer uit te wijken naar nabij gelegen woonplaatsen als Reeuwijk, Gouda of Alphen aan den Rijn. Een dergelijke ontwikkeling is niet alleen in het voordeel van Aldi. Een groter vermogen om de inwoners van Bodegraven aan het eigen dagelijkse winkelbestand te binden, is ook in het voordeel van het niet-dagelijkse aanbod. We hebben immers eerder geconstateerd dat op de schaal van Bodegraven de dagelijkse sector een belangrijk fundament vormt voor het functioneren van het winkelaanbod als geheel.

Hetzelfde geldt in mindere mate ook voor de uitbreiding van Albert Heijn. De huidige maatvoering is te beperkt in het licht van de huidige eisen die aan fullservice supermarkten gesteld worden. Door vergroting wordt Albert Heijn bovendien in omvang gelijkwaardig aan de andere centrumsupermarkt (C1000, straks Jumbo).

4 Ruimtelijke aspecten van de ontwikkeling

Het initiatief is ook getoetst op de mate waarin het centrum van Bodegraven er ruimtelijk-functioneel door wordt versterkt.

Conform de richtlijnen van het nationale en (toekomstige) provinciale beleid (SER-ladder) is de meest ideale locatie voor uitbreiding van het supermarktaanbod het bestaande centrumgebied. De realisering van een qua segment complementaire, derde centrumsupermarkt dient bij voorkeur een plek te krijgen nabij een van beide bestaande centrumsupermarkten. Op de locatie van C1000 is hiervoor geen fysieke ruimte voorhanden. Ook vanuit het oogpunt van het in balans brengen van het noordelijk en zuidelijk deel van het centrum verdient een locatie direct nabij de bestaande en te vergroten Albert Heijn de voorkeur. In de huidige situatie is het noordelijk deel (boven de Rijn) het meest krachtige deel van het centrum, met onder andere een sterke C1000 supermarkt en de HEMA. Ruimtelijk gezien is dit deel van het centrum vol en biedt het geen ruimte aan extra winkelruimte met een omvang van 1.000 m² bruto vloeroppervlak (bvo), noch aan de daarmee verband houdende parkeerbehoefte. Het zuidelijke deel functioneert matig en ontbeert vooral in de dagelijkse sector voldoende kracht om als volwaardige tegenhanger te fungeren. Met de komst van Aldi en de uitbreiding van Albert Heijn zal de kracht van het zuidelijke deel van het centrum toenemen. De toename van het aantal consumenten biedt kansen voor het gehele zuidelijke deel van het centrum, en daarmee ook voor het centrum als geheel.

Alternatieve locaties

In november 2004 stelde de gemeenteraad van Bodegraven het ontwikkelingsplan Centrum Bodegraven 2004-2014 vast. In dit plan zijn enkele locaties benoemd die volgens de raad mogelijk geschikt zouden kunnen zijn voor de vestiging van een supermarkt. Onderstaande afbeelding uit dit ontwikkelingsplan geeft inzicht in deze locaties (de rode ster vormt een aanvulling op deze tekening en betreft de locatie van het huidige initiatief van Aldi).

Na de vaststelling van het document zijn uitvoerige pogingen gedaan om een supermarkt te huisvesten op het pleintje tussen de Willemstraat en de Van Tolstraat (het Willemsplein). Dit bleek om meerdere redenen (ruimtebeslag, verkeer, parkeren) onhaalbaar. Ook de andere locaties binnen het centrum zijn niet geschikt gebleken in verband met het grote ruimtebeslag van het initiatief (metrage supermarkt en parkeren). Met name de bevoorrading van een supermarkt op deze locaties zou leiden tot onwenselijke en gevaarlijke verkeersbewegingen door een aantal smalle straten in Bodegraven. Het ontbreken van goede aan- en afvoerroutes voor zowel de bezoekers van de supermarkt als de leveranciers zou tot onveilige situaties kunnen leiden.

Figuur 5 Potentiële locaties voor herontwikkeling in Bodegraven Centrum



Beoordeling locatie naast Albert Heijn

Naar analogie van de SER-ladder is daarom het overige gebied van het Bodegraven Centrum beschouwd. De planlocatie vormt in de huidige situatie reeds het belangrijkste bronpunt voor bezoek in het zuidelijke deel van het centrum. Dit is vanuit verkeerstechnisch oogpunt de meest logische locatie voor de komst van Aldi. Zo ontstaan geen nieuwe verkeersstromen in het centrum, met mogelijke verkeersonveilige situaties en overlast tot gevolg. Er zal namelijk nauwelijks confrontatie plaatsvinden tussen (manoeuvrerende) vrachtauto's en overige bezoekers van het centrum (per auto, per fiets of te voet) aangezien de locatie is gelegen aan een gebiedsontsluitingsweg.

Met de vestiging van Aldi op deze plek wordt de bronpunctfunctie van deze locatie bovendien aanzienlijk versterkt. Dit is verre te verkiezen boven het toevoegen van een derde bronpunt in het centrum (waarover hiervoor reeds is geconcludeerd dat elders in het centrum geen geschikte locatie beschikbaar is). De komst van Aldi betekent ook een herinrichting en opwaardering van het tussenliggende parkeerterrein. Door een meer efficiënte inrichting van het terrein kan het huidige aantal van 135 parkeerplaatsen (grotendeels blauwe zone) worden vergroot tot 168 parkeerplaatsen. Met de gelijktijdige uitbreiding van het blauwe zone-regime over het gehele terrein kan aan de additionele parkeervraag worden voldaan.

Herinrichting Oud Bodegraafseweg-Willemsplein

Inmiddels is de Oud Bodegraafseweg volledig heringericht. Hierdoor is een aantrekkelijke wandelroute gecreëerd tussen de vestiging van Albert Heijn en de Van Tolstraat, Willemstraat en Prins Hendrikstraat. Ook het daartussen gelegen Willemsplein is inmiddels aangepast, waardoor een prettig verblijfsklimaat is ontstaan. Deze herinrichting versterkt de integratie met het overige centrum voor bezoekers van het cluster van supermarkten.

Verschuiving zwaartepunt centrum.

Zoals in hoofdstuk 2 reeds is opgemerkt heeft er in de afgelopen jaren in bepaalde delen van het centrum van Bodegraven een transformatie plaatsgevonden van detailhandel naar wonen (met name in de Noordstraat en Wilhelminastraat). In het recente verleden is hierdoor een fors aantal detailhandelsmeters uit de markt genomen. Het onderhavige plan leidt derhalve strikt genomen niet alleen tot een toename van het aantal meters detailhandel, maar betekent ook een kwalitatieve versterking van het centrumgebied. Er is daarbij sprake van een verschuiving van het zwaartepunt van het centrum van het oostelijke (minder goed bereikbare deel) naar het westelijke (en beter ontsloten) deel van het centrum, hetgeen een logisch gevolg is van de reeds eerder aangegeven trends en ontwikkelingen op detailhandelsgebied.

Met twee krachtige, meer met elkaar in evenwicht zijnde supermarktclusters annex bronpunten, elk in (de schil van) het centrum, zal het fundament onder het centrum van Bodegraven worden versterkt. Voor een centrum met de omvang en functie van Bodegraven kan ook het niet-dagelijkse aanbod daarvan profiteren.

Bijlage 1: Woonplaatsen benchmark

In de benchmark zijn niet alle woonplaatsen met 17.500 tot 20.000 inwoners opgenomen. Schagen, Hardenberg, Winschoten, Stadskanaal en Naaldwijk zijn buiten beschouwing gelaten. Dit zijn woonplaatsen met een aanzienlijk sterkere regionaal verzorgende functie dan Bodegraven. Op Naaldwijk na beschikken zij daarom tevens over een zeer groot supermarktaanbod.

woonplaats	Inwoner-aantal	Super-markten	Waarvan Harddisc.*	m ² wvo supermarkt-aanbod	m ² wvo per inw.
Beuningen Gld	17.510	4	2	4.630	0,26
Aalten	17.515	4	1	2.992	0,17
Hardinxveld-G.	17.530	3	-	4.038	0,27
Sint-Oedenrode	17.815	5	1	3.753	0,21
Velp Gld	17.870	4	1	4.311	0,24
Wijk Bij Duurst.	17.950	5	1	4.730	0,26
Weesp	17.985	4	-	3.100	0,17
Leerdam	18.100	6	1	5.585	0,31
Huissen	18.135	4	1	3.141	0,17
Enkhuizen	18.170	5	1	5.119	0,29
Drunen	18.175	5	2	5.221	0,29
Driebergen-R.	18.375	6	2	4.732	0,26
Urk	18.680	5	1	3.872	0,22
Nootdorp	18.710	3	1	3.415	0,18
Raalte	18.940	5	1	4.992	0,26
Alblasserdam	19.205	5	1	3.965	0,21
Bunschoten-Sp.	19.235	5	2	4.427	0,23
Oisterwijk	19.450	6	1	5.308	0,27
Nunspeet	19.585	7	2	7.431	0,38
Vleuten	19.645	4	1	5.402	0,27
Borne	19.675	6	1	5.082	0,26
S-Gravenzande	19.950	3	-	3.590	0,18
<i>Bodegraven</i>	<i>17.800</i>	<i>3</i>	<i>-</i>	<i>3.554</i>	<i>0,20</i>
Gemiddeld	18.517	4,8	1,1	4.497	0,24

*Harddiscount supermarkten: Aldi en/of Lidl

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner

Bijlage 2: Distributieplanologische berekening

Bij de inschatting van de uitbreidingsruimte voor de dagelijkse sector in Bodegraven zijn de volgende kengetallen gehanteerd:

- Er is uitgegaan van een gelijkblijvend inwoneraantal tot 2020.
- De besteding aan dagelijkse artikelen bedraagt € 2.340,- per hoofd van de bevolking per jaar (exclusief BTW, op basis van kengetallen HBD). Verdisconteerd naar het gemiddeld hogere inkomen in Bodegraven, resulteert dit in een gemiddelde besteding per inwoner van € 2.362,-. Stelregel is een inkomenselasticiteit van 0,25. Het gemiddeld inkomen in Bodegraven ligt 3,7% hoger dan in Nederland. De gemiddelde besteding wordt met $3,7\% \times 0,25 = 0,93\%$ verhoogd, zijnde € 2.362,-.
- Een gemeten koopkrachtbinding voor de dagelijkse artikelen van 88% en een gemeten koopkrachttoevloeiing van 22% voor de dagelijkse artikelen (op basis van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011). Voor 2020 is een tweetal berekeningen gemaakt: één waarin de koopkrachtbinding en -toevloeiing gelijk blijven indien het supermarktaanbod niet wordt versterkt (2020a) en één waarin beiden licht stijgen ten opzichte van de huidige situatie (2020b), als gevolg van vergroting van Albert Heijn en een toevoeging van een harddiscount supermarkt, die het draagvlak in Bodegraven nog beter aan de eigen kern weten te binden en de aantrekkingskracht uit de omliggende (nu al op Bodegraven georiënteerde) kernen vergroot. Uitgangspunt is een koopkrachtbinding van 93% (verhoging van 5%-punt) en een -toevloeiing van 25% (verhoging van 3%-punt).
- Een gemiddelde vloerproductiviteit van € 7.310,- voor dagelijkse artikelen, exclusief BTW. De vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde winkel per jaar per m² wvo omzet (Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, 2011).
- Het huidige dagelijks winkelaanbod in Bodegraven bedraagt 5.761 m² wvo (op basis van de Locatus Verkoopspunt Verkenner, september 2012).

Tabel 3 Distributieplanologische berekening dagelijkse sector in Bodegraven

	2012	2020a	2020b
Inwoners	17.800	17.800	17.800
Bestedingen per hoofd	€ 2.362	€ 2.362	€ 2.362
Bestedingspotentieel (in mln.)	€ 42,0	€ 42,0	€ 42,0
Koopkrachtbinding	88%	88%	93%
Gebonden bestedingen (in mln.)	€ 37,1	€ 37,1	€ 39,1
Koopkrachttoevloeiing	22%	22%	25%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 10,5	€ 10,5	€ 13,0
Totale bestedingen (in mln.)	€ 48,0	€ 48,0	€ 52,1
Gemiddelde vloerproductiviteit	€ 7.310	€ 7.310	€ 7.310
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 8.271	€ 8.271	€ 9.049
Haalbaar aanbod	6.592	6.592	7.131
Gevestigd aanbod	5.761	5.761	5.761
Uitbreidingsruimte	760	760	1.370

Uitkomsten

- Uit de distributieplanologische berekening blijkt dat de dagelijkse sector in Bodegraven boven het landelijk gemiddelde functioneert. De gerealiseerde vloerproductiviteit ligt met € 8.271,- ruim 13% boven de gemiddelde € 7.310,-.
- Dit bovengemiddeld functioneren resulteert in een indicatieve uitbreidingsruimte van 760 m² wvo in de huidige situatie. In 2020 – uitgaande van gelijkblijvend aanbod en gelijkblijvende koopstromen – zal de uitbreidingsruimte onveranderd zijn. Door de uitbreiding van Albert Heijn en de nieuwvestiging van Aldi verwachten wij echter dat koopkrachtbinding en -toevloeiing zullen kunnen toenemen. Met de toevoeging van een supermarkt in het nu nog ontbrekende harddiscountsegment wordt Bodegraven immers aantrekkelijker voor zowel de eigen inwoners als de consument uit de omliggende regio. Met andere woorden, we verwachten dat de combinatie van vergroting van Albert Heijn en de komst van Aldi een (licht) positief effect zullen hebben op de koopkrachtbinding en -toevloeiing in de kern Bodegraven. De indicatieve berekening (2020b) in bovenstaande tabel resulteert in een toekomstige uitbreidingsruimte van 1.370 m² wvo ten opzichte van het huidig aanbod, mits de komst van Aldi en de vergroting van Albert Heijn erin slaagt de koopkrachtbinding en -toevloeiing met respectievelijk 5%-punt en 3%-punt te verhogen.
- Voor de situatie in 2020 kan derhalve worden uitgegaan van een uitbreidingsruimte van 1.370 m² wvo ten opzichte van het huidige dagelijks aanbod.
- In het onderzoek dat in het kader van het Centrumplan Bodegraven (2004) werd uitgevoerd werd voor de dagelijkse sector in Bodegraven een uitbreidingsruimte berekend van 1.200 tot 1.650 m² wvo. Het verschil met de huidige uitkomsten komt vooral voor rekening van een toen zeer (en te) rooskleurig beeld van de bevolkingsontwikkeling van Bodegraven (+ 3.000 inwoners).



Gemeente Bodegraven-Reeuwijk
t.a.v. de heer mr. Th. L. van Deursen
Postbus 401
2410 AK BODEGRAVEN

Amsterdam, 28 februari 2013

Betreft: aanvullende notitie DPO Oud-Bodegraafseweg-Doortocht (Bodegraven)

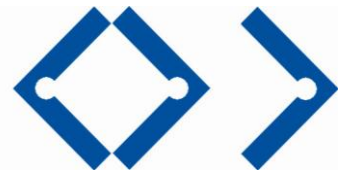
Geachte heer van Deursen,

Eind 2012 hebben wij in opdracht van Aldi Vastgoed BV een onderzoek verricht waarin het initiatief van Aldi om een supermarkt te vestigen op de locatie Doortocht, hoek Oud Bodegraafseweg distributieplanologisch is getoetst. Op deze locatie, in de schil rond het Bodegraafse centrum, heeft de bestaande Albert Heijn-vestiging behoefte aan uitbreiding met ca. 500 m² bvo en wil Aldi een nieuwe supermarkt realiseren van ca. 1.050 m² bvo.

Doel van het onderzoek was om antwoord te geven op de vraag of er met het initiatief van Albert Heijn en Aldi sprake is van verstoring van de lokale detailhandelstructuur. Daarbij stonden de volgende zaken centraal:

- Actualisering van de vraag of er in het licht van onder meer de generieke ontwikkelingen in de branche (leegstand, onder druk staande bestedingen) voldoende marktruimte is in de dagelijkse sector in het algemeen en in de supermarktsector in het bijzonder;
- Beantwoording van de vraag of de ontwikkeling voorziet in een versterking van de lokale detailhandelstructuur, of juist in een verzwakking. Bij deze vraag speelde vooral de vraag of de ontwikkeling al dan niet bijdraagt aan een sterker centrumgebied, met meer evenwicht tussen van het noordelijk en het zuidelijk deel van het centrumgebied.

De conclusie van het onderzoek was dat het initiatief distributief als wenselijk moet worden beoordeeld. Niet alleen voorziet de



realisering van een harddiscount supermarkt in combinatie met een vergroting van Albert Heijn in extra keuzemogelijkheden voor de Bodegraafse consument, en daardoor tot (meer) behoud van dagelijkse koopkracht in de plaats. Ook betekent de realisering een versterking van het zuidelijk deel van het centrum, en daarmee meer evenwicht in het centrum als geheel.

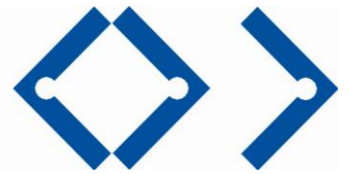
In een reactie op het voornemen van de gemeente om medewerking te verlenen heeft de provincie Zuid-Holland om een nadere onderbouwing gevraagd. Onderdeel van die vraag is ook een toets op wat de realisering van het initiatief betekent voor de ontwikkeling van de leegstand, zowel in kwantitatieve zin (omvang) als in kwalitatieve zin (waar, aard). Achtergrond bij die vraag is een (tussen)uitspraak van de Raad van State uit december 2012 inzake het centrumplan in Emmeloord (zaaknummer 201200385/1/T1/R2).

In de uitspraak van de Raad van State is de gemeenteraad van Noordoostpolder gewezen op het feit dat de onderbouwing van het programmatische deel van het centrumplan onvoldoende zorgvuldig was, mede daar onvoldoende rekening is gehouden met een reële bevolkingsontwikkeling, met het groeiende aandeel internetbestedingen en de teruglopende bestedingen als gevolg van de economische crisis. Om deze reden kon onvoldoende aannemelijk worden gemaakt dat het plan niet tot overcapaciteit, en daarmee tot een toename van de leegstand zal leiden, met negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat. In het geval van Bodegraven is in dit kader de vraag relevant of het plan hier leidt tot een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat, als gevolg van overcapaciteit en de daarop volgende leegstand.

In deze notitie gaan wij kort in op de huidige karakteristieken van de leegstand in het centrum van Bodegraven en geven wij antwoord op de vraag wat de realisering van het centrumplan hiervoor betekent. Deze notitie dient in nauwe samenhang met het eerder verrichte DPO te worden gelezen.

Leegstand en leegstandsontwikkeling in Bodegraven-Centrum

Ten tijde van het koopstromenonderzoek 2011 (KSO 2011) lag de leegstand in het centrum van Bodegraven op 15 panden, gezamenlijk goed voor 1.462 m². Als aandeel in het totale aanbod aan publieksfuncties (detailhandel en verwante functies als horeca, publieksambacht en baliefuncties) kwam dat neer op 14% in termen van panden en 8,9% in termen van het totale metrage



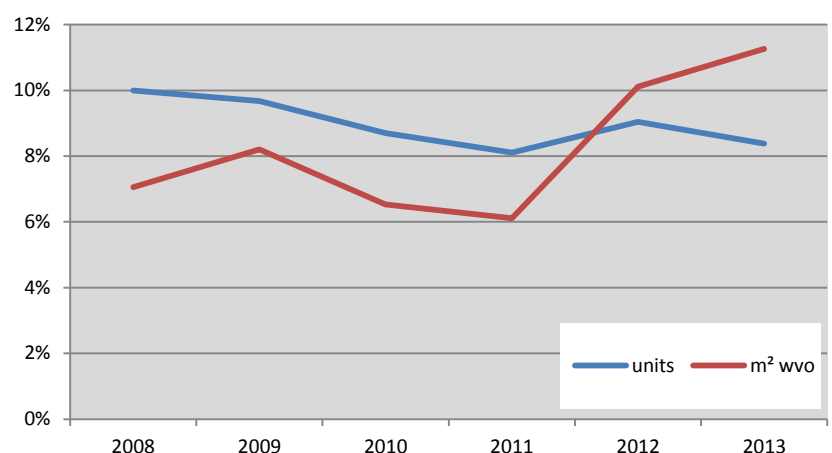
(alleen detailhandel, exclusief verwante functies). In vergelijking met het gemiddelde voor hoofdcentra van vergelijkbare omvang (15.000 tot 20.000 m² wvo), dat op 5% lag, was de leegstand in het centrumgebied van Bodegraven hoger.

Inmiddels, bijna twee jaar later, ligt het leegstandspercentage in het centrum van Bodegraven op ruim 11% (in vierkante meters). Net als bijna overal elders groeit de leegstand. De groei in het centrum van Bodegraven is echter groter geweest dan gemiddeld, ook over een langere reeks van jaren.

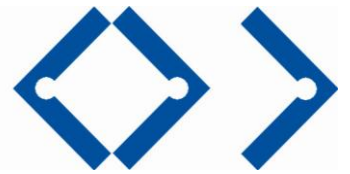
Onderstaande figuur laat de ontwikkeling van de leegstand in het centrum van Bodegraven zien, tussen 2008 en 2013. Opvallend is dat de leegstand vooral de laatste 2 jaar fors is toegenomen, na 3 jaar waarin juist sprake was van een neerwaartse trend.

Dit komt overigens volledig voor rekening van het feit dat sindsdien een aantal relatief grote panden is komen leeg te staan, een keukenzaak op de locatie Doortocht (tegenover Albert Heijn), een bouwmarkt op de locatie Voorplein (Centrum-Noord) en een inmiddels gereloceerde woninginrichter op de Willemsstraat (Centrum-Zuid). Tezamen nemen deze drie units 1.725 m² wvo voor hun rekening, bijna tweederde van de totale leegstand in het centrum.

Figuur 1 Leegstandsontwikkeling in Bodegraven-Centrum 2008-2013



Voor een deel van deze panden is reeds een nieuwe gebruiker in beeld. Het pand aan de Doortocht zal op korte termijn in gebruik worden genomen door een sportschool/afslankstudio met meerdere vestigingen in Gouda. Het pand van de voormalige bouwmarkt aan de Kerkstraat/Voorplein is deels al in gebruik genomen als

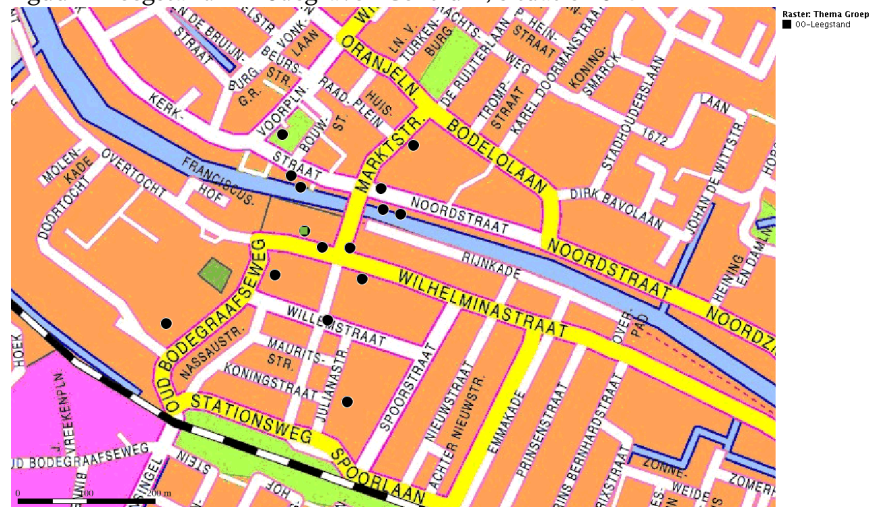


schoenenwinkel (Scapino) en voor het pand aan het Willemsplein is een initiatief voor het vestigen van een horecavestiging.

Onderstaand een beeld van de geografische spreiding van de huidige leegstand. Van de resterende leegstand (buiten de drie grotere units) bestaat een groot deel uit leegstand in straten die de gemeente heeft bestempeld als straten waar een zogenaamd “uitsterf beleid” wordt gehanteerd door winkellocaties te herbesteden tot woonruimte. Dit om een zo compact mogelijk, en daarmee ook zo sterk mogelijk kernwinkelgebied na te streven.

Verdisconteerd voor deze opmerkingen is de leegstand in het kernwinkelgebied van Bodegraven niet van een zodanige omvang dat dit verontrustend is. Voor een deel van de grotere panden is inmiddels weer een andere gebruiker in beeld (deels niet-detailhandel).

Figuur 2 Leegstand in Bodegraven-Centrum, situatie 2013



Effect ontwikkeling Oud Bodegraafseweg-Doortocht

In het DPO hebben we betoogd dat de versterking van het supermarktaanbod in het zuidelijk deel van het centrum markttechnisch te motiveren is. Niet alleen in kwalitatieve zin, maar ook in kwantitatieve zin. Het huidige aanbod in de dagelijkse sector functioneert bovengemiddeld, ondanks de bovengemiddelde afvloeiing van koopkracht naar buiten de woonplaats. Met de beoogde kwantitatieve en kwalitatieve versterking van het supermarktaanbod (meer meters, eigentijdse omvang en meer keuze in segmenten) kan het koopkrachtlek meer worden gedicht, ook bij het constant houden van het huidige inwonertal.



De beoogde ontwikkeling behelst niet alleen een toename van het volume aan dagelijks aanbod, maar heeft ook een ruimtelijk structurerende component. Door de functie van bronpunt die supermarkten vervullen zal het hierop aansluitende zuidelijke deel van het kernwinkelgebied worden versterkt, hetgeen naar verwachting een positieve uitwerking zal hebben op de leegstand in dit deel van het centrum. Van overcapaciteit als gevolg van de realisering van het initiatief is geen sprake. Dit heeft ook te maken met de relatief beperkte omvang van het initiatief en het feit dat het hier uitsluitend om foodmeters gaat (die redelijk resistent zijn tegenover de structurele veranderingen waarmee de winkelmarkt geconfronteerd wordt (bestedingsval, internet).

Het initiatief is met andere woorden in het geheel niet van een zodanige aard en omvang dat realisering leidt tot een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat, als gevolg van overcapaciteit en de daarop volgende leegstand.

In de verwachting dat deze notitie antwoord geeft op de door u gestelde vraag.

Met vriendelijke groet,

Dr. Aart Jan van Duren
Senior Consultant

Bureau Stedelijke Planning bv

**Bestuurszaken**Intergemeentelijk samenwerkingsorgaan **Midden-Holland**

Thorbeckelaan 5
2805 CA Gouda
Postbus 45
2800 AA Gouda
Telefoon (0182) 54 55 55
www.bestuurszakenmiddenholland.nl

Gemeente Bodegraven · Reeuwijk

Zaaknummer 5627

18 JAN 2013

Registratienummer IN/ 23619

Aan
college van burgemeester en wethouders
Postbus 401
2410 AK Bodegraven

Datum 17 januari 2013
Afdeling Bestuurszaken
Contactpersoon H.J. Bouwens-Slagter
Doorkiesnummer (0182) 545 571
Faxnummer (0182) 545 563
E-mailadres hbouwens@ismh.nl

Uw kenmerk Z-11-05627/UIT-12-13598
Ons kenmerk 007 - mh
Bijlage(n) 1
Onderwerp Advies Stuurgroep REO inzake uitbreiding
AH en vestiging discounter

Geacht college,

Bij brief van 6 november 2012 (zie bovenvermeld kenmerk) hebt u aan het Regionaal Economisch Overleg Midden-Holland (REO) de vraag voorgelegd om te adviseren over het voornemen tot uitbreiding van de bestaande Albert Heijn-supermarkt in combinatie met de vestiging van een Aldi supermarkt op de locatie Oud Bodegraafseweg.

De grondslag voor dit verzoek is, gezien de aard en de omvang van de plannen, de Verordening Ruimte van de provincie Zuid-Holland.

Uw verzoek is, mede aan de hand van het daartoe aangeboden distributieplanologisch onderzoek en de presentatie namens uw gemeente, uitgebreid besproken in de vergadering d.d. 13 december 2012 van de Stuurgroep REO Midden-Holland.

De bespreking is afgerond met een positief advies van de Stuurgroep REO over de vestiging van de Aldi en de uitbreiding van de bestaande AH op de betreffende locatie. De provincie heeft hierbij vanuit haar eigen verantwoordelijkheid, uitdrukkelijk aandacht gevraagd voor de ruimtelijke aspecten en een extra onderbouwing voor deze locatie. Dit om precedentwerking in het provinciaal beleid te voorkomen. Afsproken is dat de namens de provincie genoemde aspecten van ruimtelijke inpasbaarheid in goed overleg tussen uw wethouder Economische Zaken en de betreffende medewerker van de provincie zullen worden besproken en afgestemd.

Ter informatie is een exemplaar van het conceptverslag van de vergadering d.d. 13 december 2012 van de Stuurgroep REO bijgevoegd. Dit concept zal in de vergadering van 14 maart 2013 ter vaststelling aan de Stuurgroep REO worden aangeboden.

Hoogachtend,
Namens de Stuurgroep Regionaal Economisch Overleg Midden-Holland


A. van Erk



Intergemeentelijk samenwerkingsorgaan **Midden-Holland**

Vergadering 14 maart 2013
Agendapunt 2

Concept-verslag Stuurgroep Regionaal Economisch Overleg Midden-Holland d.d. 13 december 2012

Aanwezig

Dhr. A. van Erk, Bergambacht (voorzitter)
Dhr. J.C. Goudbeek, Bodegraven/Reeuwijk
Dhr. S. van Alten, Bodegraven-Reeuwijk
(ambtelijk i.v.m. ag.pt. 4)
Dhr. G.J. Dazler, Boskoop
Dhr. H.C. van den Akker, Gouda (vanaf 09.45
uur)
Dhr. D.C. Roelse, Nederiek
Mw. M.G. Boere-Schoonderwoerd, Ouderkerk
Dhr. P. Matheij, Schoonhoven
Dhr. L.F.M. Crouwers, Vlist
Dhr. C.M. Kroes, Waddinxveen
Dhr. K.J.G. Kats, Zuidplas

Mw. M. Verwaal, Provincie Zuid-Holland
Dhr. H. Goossensen, Provincie Zuid-Holland
Dhr. P. Nijssen, Provincie Zuid-Holland
Dhr. L.P. Hoek, KvK Rotterdam
Dhr. N. Voogt, KvK Rotterdam
Mw. R. Snellen, Zuidplas (ambtelijk, bij agendapunt 7)
Mw. H.J. Bouwens-Slagter, ISMH (secretaris)
Mw. A. van Os, ISMH (notulist)

Afwezig

Dhr. G. Veldhuijzen, Gedeputeerde Prov. Zuid-Holland

1. Opening

De voorzitter opent de vergadering en heet een ieder welkom.
Agendapunt 8, presentatie De Weerbare Regio komt te vervallen. De behandeling van de agendapunten 6 en 7 wordt gewijzigd. Eerst wordt het detailhandelsbeleid toegelicht als agendapunt 6, dan de presentatie van het programma Economie, onderwijs en arbeidsmarkt Nieuwe Regio. Met deze wijzigingen wordt de agenda vastgesteld.

2. Verslagen

2.1 Conceptverslag vergadering 25 oktober 2012 Stuurgroep REO

Tekstueel:

Pagina 4, 3^e alinea, 3^e zin moet zijn duidelijke afspraken.
Met deze wijziging wordt het verslag vastgesteld.

Naar aanleiding van:

Dhr. Hoek informeert naar het verdere verloop rond de aanwijzing door de provincie in het plan Goudse Poort. Omdat dhr. Van den Akker op dat moment nog niet in de vergadering aanwezig is, kan deze vraag nog niet beantwoord worden.