

Zwolle, detailhandelsbeleid dagelijkse artikelensector, analyse en advies

Gemeente Zwolle

Definitief



Zwolle, detailhandelsbeleid dagelijkse artikelensector, analyse en advies

Gemeente Zwolle

Definitief

Rapportnummer:	204X00540.083685_3
Datum:	02 juli 2015
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer R.A.L. van Oosterhout
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Dagelijkse sector, supermarkten, verplaatsing, uitbreiding, centrum, structuurversterking
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 9
Beknopte inhoud:	Analyse van de uitgangssituatie van en de ontwikkelingsmogelijkheden voor de dagelijkse artikelensector in Zwolle. Tevens is een voorstel geformuleerd voor een aanpassing van het beleid van de gemeente Zwolle met betrekking tot de dagelijkse artikelensector. Hierbij ligt de nadruk op het omgaan met supermarktiniciatieven.

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

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. HUIDIG BELEID	5
2.1 Uitgangspunten huidig beleid	5
2.2 Beleid winkelen in de wijk	6
2.3 Afwegingskader voor supermarktinitiatieven	6
3. AANBODANALYSE	9
3.1 Omvang en spreiding	9
3.1.1 Gemeente Zwolle	9
3.1.2 Aanbod binnenstad Zwolle	16
3.2 Conclusies	16
3.2.1 Sterkten en zwakten	16
3.2.2 Functioneren	17
4. TRENDS, BELEID EN PLANNEN	19
4.1 Trends en ontwikkelingen	19
4.2 Supermarkten als trekker	22
4.3 Beleidskaders	23
4.3.1 Provinciaal	23
4.4 Plannen en initiatieven	23
4.5 Draagvlakontwikkeling	24
4.6 Kansen en bedreigingen	25
5. NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIGE BOODSCHAPPENSTRUCTUUR	27
5.1 Naar een robuuste boodschappenstructuur: uitgangspunten en overwegingen	27
5.2 Toetsingskader supermarktinitiatieven	29
5.3 Uitwerking voor enkele specifieke winkelgebieden	32

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: KWALITATIEVE OMSCHRIJVING WINKELGEBIEDEN	1
A. Gemeente Zwolle algemeen	1
B. Stadsdeel Midden	3
C. Stadsdeel Noord	4
D. Stadsdeel Oost	6
E. Stadsdeel Zuid	8
F. Stadsdeel West	10
 BIJLAGE 2: SUPERMARKAANBOD ZWOLLE	 11
 BIJLAGE 3: FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE	 13
3.1 Draagvlak	13
3.2 Functioneren en uitbreidingsruimte	14

1. INLEIDING

Achtergrond

In 2012 is de herijkte Kadernota Detailhandel 2012-2020 van de gemeente Zwolle vastgesteld. Deze nota heeft een looptijd tot 2020. De nota is van grote waarde geweest bij de ontwikkeling van de detailhandel binnen de gemeente en de hoofdlijnen zullen ook de komende jaren van waarde kunnen blijven. Ten aanzien van de supermarktontwikkelingen bevat de nota een helder, maar ook stringent toetsingskader. De supermarktbranche kent momenteel echter een opzienbarende dynamiek, aan zowel de vraag- als de aanbodzijde. Landelijk zijn diverse formules expansief en/of bezig met modernisering van hun winkels. Daarnaast komen nieuwe concepten op (meer nadruk op vers en bereiding tere plekke, vershallen, gespecialiseerde supermarkten). Deze ontwikkelingen gaan meestal gepaard met een uitbreiding van de winkelruimte.

Ook de gemeente Zwolle wordt hiermee geconfronteerd en in dit kader heeft men BRO gevraagd de Kadernota Detailhandel 2012-2020 eens tegen het licht te houden en waar nodig of gewenst voorstellen te doen voor het actualiseren van het beleid op het gebied van het 'boodschappen doen'.

Functie en inhoud van een detailhandelsvisie

Een goed functionerende detailhandelsstructuurvisie fungeert als toetsingskader om nieuwe detailhandelsinitiatieven te beoordelen. Zo'n visie biedt daarmee houvast voor de gemeente, maar ook voor andere betrokken partijen zoals ondernemers en vastgoedeigenaren. Het is een instrument om gewenste initiatieven te laten landen op de juiste plekken en ongewenste ontwikkelingen te voorkomen. De detailhandelsstructuurvisie is een beleidsinstrument. Uitwerking daarvan in regels krijgt vorm in het bestemmingsplan.

In een detailhandelsstructuurvisie staat een goede consumentenverzorging en ruimtelijke ordening centraal. Minimaal dienen de winkelgebieden ten opzichte van elkaar geïmponeerd te worden, aan de hand van de koopmotieven van de consument. Hierbij moeten ruimtelijke argumenten, zoals zorgvuldig ruimtegebruik, de ruimtelijke inpassing en de ruimtelijke impact, leidend zijn in de argumentatie. Dit laatste komt voort uit de Europese Dienstenrichtlijn.

Uitwerking

De voorliggende nota is opgebouwd uit diverse stappen, dit zijn als volgt:

1. Beschrijving van de belangrijkste punten uit het huidige beleid.
2. De uitgangssituatie van de dagelijkse sector in Zwolle anno 2015 wordt kernachtig beschreven in zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin. Hierbij wordt specifiek aandacht besteed aan de ontwikkeling van de detailhandel in de afgelopen jaren.

3. Er wordt een ontwikkelingskader geschetst aan de hand van trends en ontwikkelingen, de draagvlakontwikkeling, plannen en initiatieven, de concurrentiepositie en de provinciale en regionale kaders met betrekking tot de dagelijkse sector.
4. Het huidige beleid met betrekking tot de dagelijkse sector wordt tegen het licht gehouden en aspecten die om aandacht vragen worden benoemd evenals concrete uitgangspunten voor nieuw beleid.

2. HUIDIG BELEID

2.1 Uitgangspunten huidig beleid

In de Kadernota Detailhandel 2012-2020 van de gemeente Zwolle zijn diverse uitgangspunten geformuleerd. Navolgend worden de uitgangspunten, relevant voor de dagelijkse sector, op hoofdlijnen opgesomd. Hierbij is aandacht voor het onderscheid in winkelgebieden, de opgaven en specifieke beleidsdoelstellingen.

Algemeen

De gemeente Zwolle kiest voor een vitale en toekomstbestendige binnenstad en zet daarmee in op het verbeteren van de winkelpositie van de binnenstad. De historische binnenstad met haar vele winkels en horecagelegenheden is het uithangbord van Zwolle. Doel van de gemeente is ervoor te zorgen dat de huidige trends en ontwikkelingen zich niet uiten in een afnemend aantal bezoekers en bestedingen in de Zwolse binnenstad. Ten aanzien van de buurt- en wijkcentra zet de gemeente Zwolle in op handhaving van het bestaande aanbod.

Onderscheid in winkelgebieden

In het gemeentelijke detailhandelsbeleid is onderscheid gemaakt naar de binnenstad, de wijken en de periferie. Als vierde categorie kunnen nog de winkelvoorzieningen nabij bezoekersknooppunten onderscheiden worden. Reden voor dit onderscheid is dat bezoekmotief, aard, schaal, type van de winkels dusdanig verschillend zijn dat ze daardoor niet direct onderling uitwisselbaar zijn. Wel zijn er in meer of mindere mate relaties tussen de verschillende soorten winkelgebieden. De winkelgebieden zijn als volgt getypeerd:

- Binnenstad: recreatief winkelen en funshoppen in een attractieve omgeving.
- Perifere winkelgebieden: centra voor doelgerichte aankopen, op perifere locaties met voldoende ruimtelijke schaal en optimale bereikbaarheid.
- Wijk- en buurtcentra: centra voor dagelijkse aankopen in de buurt / in de wijk, op basis van compleet aanbod.
- Bezoekersknooppunt: kleinschalige winkelvoorzieningen op station, ziekenhuis, verzorgingstehuizen, gericht op de reiziger dan wel bezoeker.

De opgave voor de gemeente Zwolle is daarbij als volgt geformuleerd:

- Evenwicht tussen ruimte bieden aan vernieuwing en het behoud van het bestaande.
- Inzet op de binnenstad.
- Winkels op een perifere locatie: een kans voor Zwolle.
- Behoud goede wijkwinkelstructuur.

2.2 Beleid winkelen in de wijk

Met name het beleid gerelateerd aan winkelen in de wijk is relevant voor de gevraagde herijking. Het gaat hier vooral om de buurt- en wijkcentra in Zwolle. De belangrijkste opgave is het behoud van de goed opgebouwde wijkwinkelstructuur in Zwolle. Men gaat in het beleid niet uit van een strikte functionele hiërarchie van boodschappencentra. De supermarkten worden als de belangrijkste 'dragers' van een wijkwinkelcentrum beschouwd. De voornaamste uitgangspunten van het beleid zijn:

Nieuwe voorzieningen volgend op stedelijk groei

- Er is behoefte aan spreiding van vestigingen.
- In uitbreidingswijken (zoals Stadshagen) zal het supermarktaanbod mee dienen te groeien met de bevolkingsontwikkeling.

Modernisering van de bestaande voorraad.

- Stimuleren van schaalvergroting.

Saneren en concentreren.

- Behoud van kwaliteit gaat boven behoud van fijnmazigheid.
- Combinatie van saneren en investeren in relatie tot perspectiefarme en -rijke winkelgebieden.

Deze uitgangspunten zijn als volgt uitgewerkt:

- Starten planvorming uitbouw winkelcentrum Stadshagen in 2012.
- De toename van winkels in Stadshagen is begrensd door de marktruimte die ontstaat door de groei van de wijk.
- Initiatieven voor een megasupermarkt zullen niet worden gehonoreerd.
- De verschillende andere initiatieven voor het vergroten van het aantal supermarktmeters zullen worden beoordeeld aan de hand van het opgestelde afwegingskader.
- Mede uitvoering geven aan de beleidsagenda's voor de versterking van de winkelgebieden Deze Centrum en Assendorperstraat e.o.

2.3 Afwegingskader voor supermarktinitiatieven

In de Kadernota Detailhandel 2012-2020 is op basis van diverse interne stukken een afwegingskader gemaakt waaraan nieuwe supermarktinitiatieven getoetst moeten worden. Dit afwegingskader is:

- Er zijn geen mogelijkheden voor een supermarkt die groter is dan 3.000 m² in Zwolle. Dit geldt voor de hele stad. (amendement gemeenteraad)
- Nieuwe voorzieningen zijn bij voorkeur volgend op stedelijke bevolkingstoename. In uitbreidingswijken is het wenselijk dat het supermarktaanbod meegroeit met de bevolkingsontwikkeling (amendement gemeenteraad over winkels in Stadshagen).

- Een toename aan supermarktmeters buiten de uitbreidingswijk(en) dient bij voorkeur ingepast te worden in de bestaande boodschappenstructuur.
- Een toevoeging van supermarktmeters buiten de uitbreidingswijk(en) is alleen mogelijk als elders in de stad supermarktmeters worden ingeleverd dan wel dat het initiatief een oplossing biedt voor bestaande boodschappenvoorzieningen zonder voldoende perspectief en toegevoegde waarde. Dit om te voorkomen dat de effecten van zo'n supermarkt grote versturende of ongewenste uitwerkingen heeft op de voorzieningenstructuur.
- Het initiatief moet ruimtelijk inpasbaar zijn.
- Het kostenverhaal sluit aan op de nieuwe wet Ruimtelijke Ordening.

3. AANBODANALYSE

In dit hoofdstuk wordt een analyse van het aanbod in de dagelijkse sector gemaakt. De dagelijkse sector bestaat uit zowel zaken in levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelenpeciaalzaken) als in persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën, apotheken). Ook wordt de leegstand in Zwolle in kaart gebracht. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner¹. Daarnaast is aandacht voor draagvlakontwikkeling.

3.1 Omvang en spreiding

3.1.1 Gemeente Zwolle

Omvang en samenstelling dagelijkse sector gemeente Zwolle

Het aanbod in de dagelijkse sector in de gemeente Zwolle beslaat een winkelvloeroppervlak (wvo) van circa 39.217 m² wvo, verdeeld over 177 verkooppunten². In onderstaande tabel wordt de verdeling van het aanbod in gemeente Zwolle weergegeven, met de supermarktsector uitgelicht.

Tabel 3.1: Aanbod dagelijkse sector gemeente Zwolle

	Aantal verkooppunten	Winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	132	32.486	246
waarvan supermarkten	27	25.633	949
Persoonlijke verzorging	45	6.731	150
Dagelijkse artikelen	177	39.217	222

Circa 66% van de omvang in de dagelijkse sector wordt ingevuld door de supermarkten. Landelijk wordt circa 70% van de dagelijkse omvang opgevuld door supermarkten. Buiten de supermarkten bestaat de levensmiddelenbranche uit diverse speciaalzaken. In de gemeente Zwolle zijn bijvoorbeeld 18 bakkers, 7 slaggers, 15 slijters, en diverse speciaalzaken in kaas, vis, wijn, chocolade, zoetwaren, delicatessen, koffie/thee en groente/fruit gevestigd. In totaal is het aantal speciaalzaken zeer ruim te noemen.

Aanbod in perspectief

Het aanbod in de dagelijkse sector in Zwolle is in vergelijking tot plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal relatief beperkt. Zwolle heeft ca. 11% minder winkels in de dagelijkse

¹ Peildatum inventarisatie maart 2015.

² Hierin wordt afgeweken van Locatus bij Albert Heijn in Diezerpoort. Deze is feitelijk ca. 2.000 m² wvo. Het naastgelegen pand staat leeg en heeft een supermarktbestemming.

sector, de totale winkelruimte is ca. 6% kleiner. Gemiddeld beschikken plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal over 33 supermarkten, met een totale omvang van 32.117 m² wvo. In dit kader heeft Zwolle een beperkt supermarktaanbod. Wel is de schaalgrootte van de Zwolse supermarkten gemiddeld kleiner (949 m² wvo) dan die van vergelijkbare plaatsen (973 m² wvo).

Tabel 3.2: Aanbod dagelijkse sector gemeente Zwolle vergeleken met vergelijkbare plaatsen

	Zwolle (123.950 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (100.000 tot 175.000 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	132	32.486	246	153	36.499	238
waarvan supermarkten	27	25.633	949	33	32.117	973
Persoonlijke verzorging	45	6.731	150	46	6.537	142
Dagelijkse artikelen	177	39.217	222	199	43.037	216

Winkelstructuur dagelijkse artikelen Zwolle

De gemeente Zwolle had op 1 januari 2015 123.950 inwoners³. De supermarkten in Zwolle zijn evenwichtig verspreid over de stad, onderverdeeld in diverse buurt- en wijkcentra, de binnenstad en verspreide/solitaire locaties. Het grootste supermarktcluster ligt in winkelcentrum Diezerpoort. In deze binnenstedelijke winkelstraat zijn in totaal zeven supermarkten gevestigd. De Albert Heijn van ca. 2.000 m² wvo is hiervan de grootste⁴.

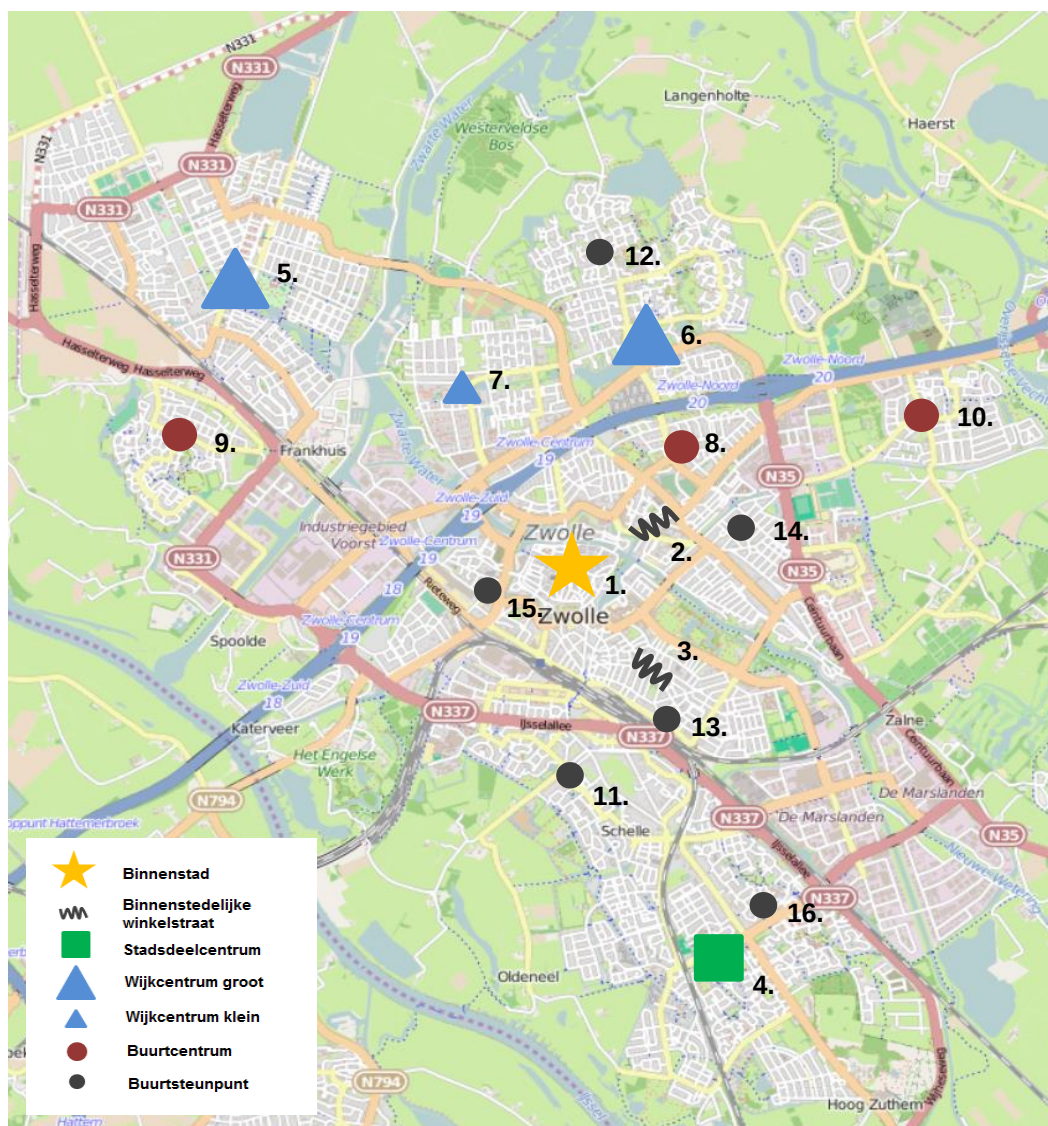


In het noorden ligt wijkwinkelcentrum AA-landen. Hier zijn drie complementaire supermarkten gevestigd, namelijk Jumbo, Lidl en Albert Heijn. AA-landen heeft een functie voor de wijk en heeft ruimte parkeermogelijkheden. De uitstraling is echter gedateerd. Ten zuiden ligt stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid. Dit winkelgebied heeft een belangrijke verzorgingsfunctie voor de zuidelijke wijken en heeft een moderne uitstraling. Belangrijkste trekkers zijn Albert Heijn en Lidl. De bereikbaarheid is goed en er zijn voldoende parkeermogelijkheden. De overige supermarkten in Zwolle zijn verspreid over diverse andere buurt- en wijkcentra, met elk eigen specifieke sterken en zwakten. In de bijlage is per winkelgebied en solitaire supermarkt een korte kwalitatieve beschrijving gemaakt.

³ Bron: Gemeente Zwolle, o.b.v. voorlopig inwonertal december 2014.

⁴ Er is wel sprake van een beperkte samenhang, waardoor het lastig is om van één winkelgebied te spreken. De kwalitatieve omschrijving in de bijlage licht dit verder toe.

Figuur 3.1: Detailhandelsstructuur dagelijkse sector Zwolle



Type	Winkelcentrum	
Hoofdwinkelgebied	1. Binnenstad	
Binnenstedelijke winkelstraat	2. Diezerpoort	3. Assendorperstraat
Stadsdeelcentrum	4. Zwolle-Zuid	
Wijkcentrum groot	5. Stadshagen	6. AA-landen
Wijkcentrum klein	7. Holtenbroek	
Buurtcentrum	8. Hogenkampsweg	10. Campherbeeklaan
	9. Petuniaplein	
Buurtsteunpunt	11. Forelkolk	14. Roemer Visscherstraat
	12. Rijnlaan	15. Veemarkt
	13. Deventerstraatweg	16. Sellekamp

Supermarktaanbod

De gemeente Zwolle beschikt over 27 supermarkten met een totale omvang van bijna 25.600 m² wvo. In de bijlage is een overzicht van alle aanwezige supermarkten opgenomen. De grootste supermarkt in Zwolle is de Albert Heijn van ca. 2.226 m² wvo in Zwolle-Zuid. De Albert Heijn in Zwolle-Zuid van ruim 2.200 m² wvo en Albert Heijn in Stadshagen van 2.000 m² wvo hebben eveneens een grootschalige omvang. Ruim een derde van de supermarkten in Zwolle voldoet aan de huidige maatstaven voor moderne supermarkten (service-supermarkten ca. 1.250 – 1.750 m² wvo, discounters ca. 1.000 – 1.200 m² wvo). Opvallend is dat de supermarkten in het discountsegment allen een relatief beperkte omvang hebben. De Lidl aan het Bachplein in winkelcentrum Holtenbroek is het grootst met ca. 950 m² wvo.

Winkelcentrum Diezerpoort heeft in totaal 7 supermarkten, wat relatief veel is voor een binnenstedelijke winkelstraat. De combinatie van de grootschalige Albert Heijn, een Aldi, Lidl, Coop, Ekoplaza en twee zelfstandige supermarkten zorgt voor een sterke trekkracht.

Opvallend is dat de binnenstad van Zwolle slechts één supermarkt telt, namelijk de GoodyFoods van ruim 600 m² wvo. Een binnenstad vergelijkbaar met die van Zwolle⁵ telt gemiddeld ca. 5 supermarkten met een totale omvang van ruim 9.000 m² wvo. De nabijheid van Diezerpoort compenseert de beperkte omvang in de binnenstad zelf echter.

Het wijkcentrum AA-landen heeft eveneens een sterk complementair supermarktaanbod, met een Albert Heijn, Lidl en Jumbo. De omvang van deze supermarkten is naar de huidige maatstaven echter enigszins beperkt.

Stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid heeft een Albert Heijn van moderne omvang en een relatief kleine Lidl. Daarnaast zijn er nog twee andere supermarkten in het zuidelijke woongebied. In totaal is er hier relatief weinig dagelijkse artikelenaanbod aanwezig.

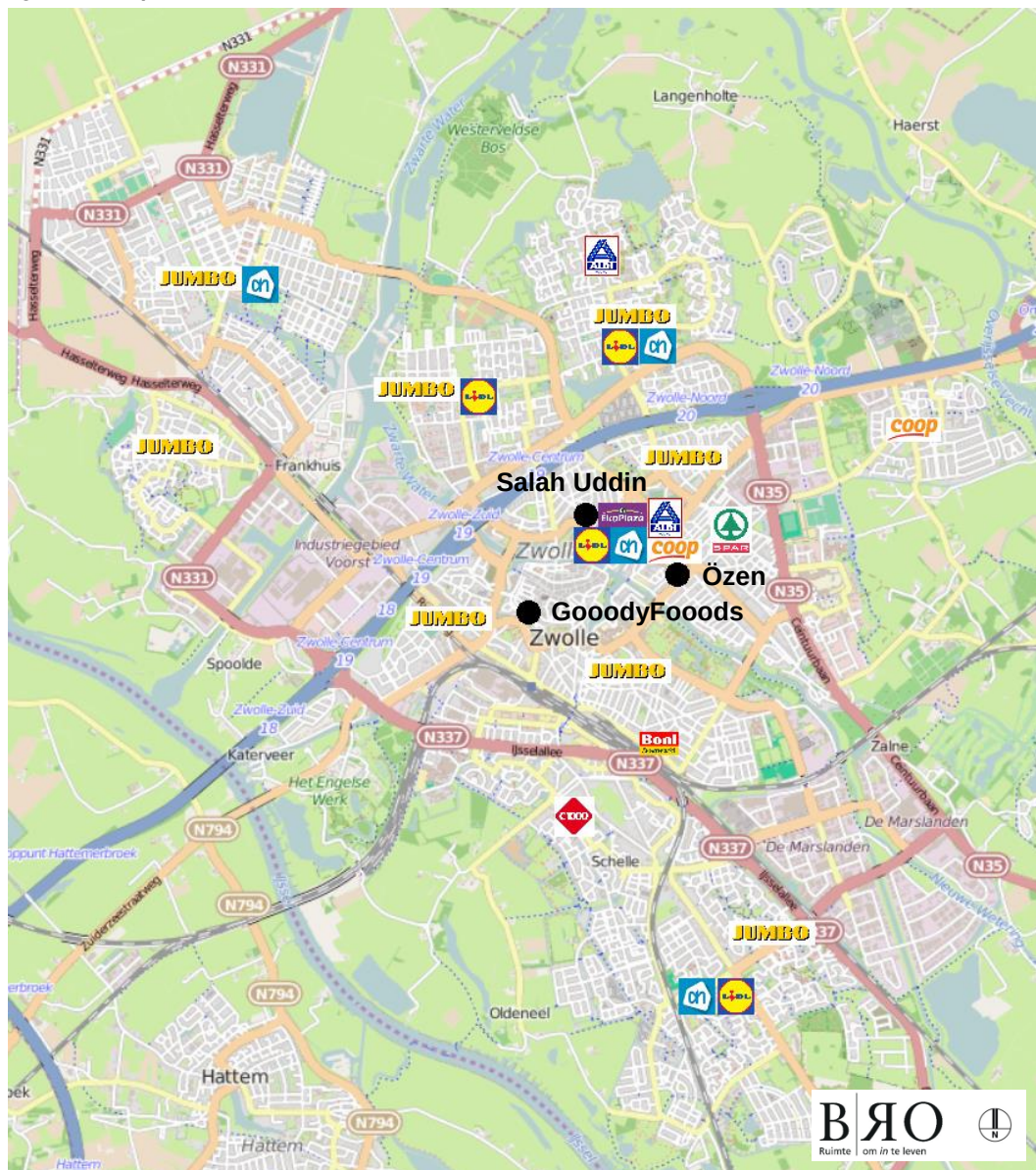
De overige supermarkten zijn verspreid over diverse buurt- en wijkcentra of vormen buurtsteunpunten. Hierbij heeft stadsdeel Oost relatief ook weinig dagelijkse artikelenaanbod.

In Zwolle zijn 4 van de 27 supermarkten niet in een winkelcentrum gevestigd. In vergelijking tot het landelijk gemiddelde (ca. 15% verspreid) is de omvang van het verspreide supermarktaanbod gemiddeld (Zwolle ca. 14%).

Uit het navolgend kaartbeeld blijkt dat het supermarktaanbod binnen de Zwolle sterk verspreid aanwezig is. Vrijwel alle inwoners hebben dan ook binnen een aanvaardbare afstand toegang tot een supermarkt. Uit de bovenstaande kaart blijkt het aanzienlijke marktaandeel van Jumbo (ca. 36% van het totaal aantal m² wvo supermarkt).

⁵ Binnensteden en hoofdcentra groot in plaatsen met 100.000 tot 175.000 inwoners.

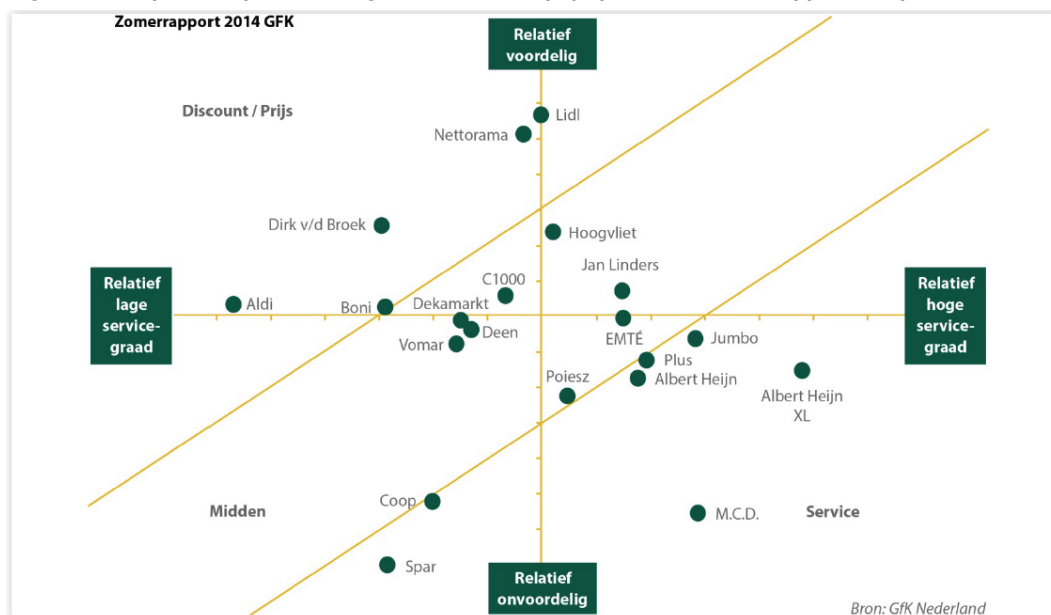
Figuur 3.2: Supermarktaanbod Zwolle



Segmentatie

De consument heeft in Zwolle de beschikking over 4 Lidl en 2 Aldi discountsupermarkten en 21 supermarkten in midden/service-segment, te weten 8 Jumbo-supermarkten, 4 Albert Heijn-supermarkten, 2 Coop, één Boni-supermarkt, één Ekoplaza-supermarkt, één C1000-supermarkt, één Spar-supermarkt en drie zelfstandige formules. Hiermee heeft de consument in Zwolle relatief ruime keuzemogelijkheden in het midden/service-segment. Op de volgende pagina is een figuur weergegeven met daarin de supermarktposicionering van de diverse formules naar service en prijs.

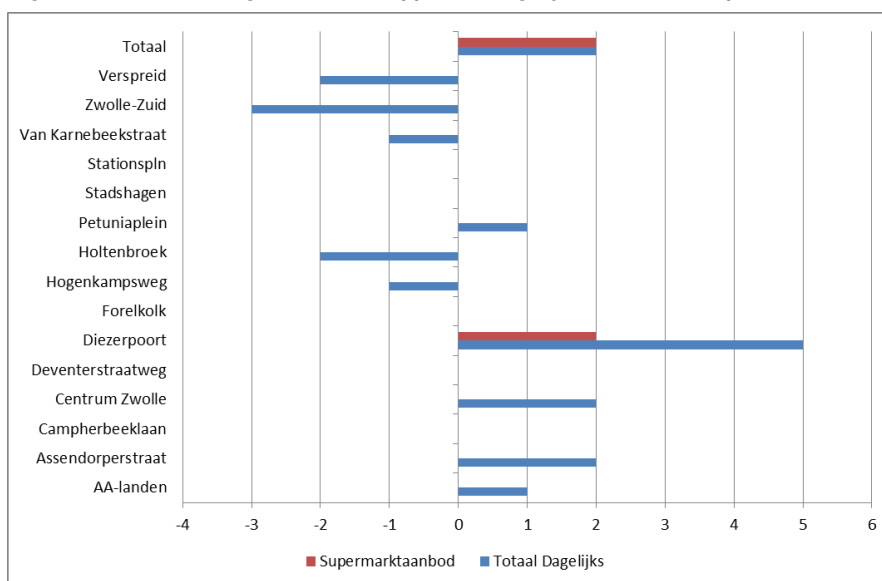
Figuur 3.3: Supermarktpositionering naar service en prijs (Bron: GfK Zomerrapport 2014)



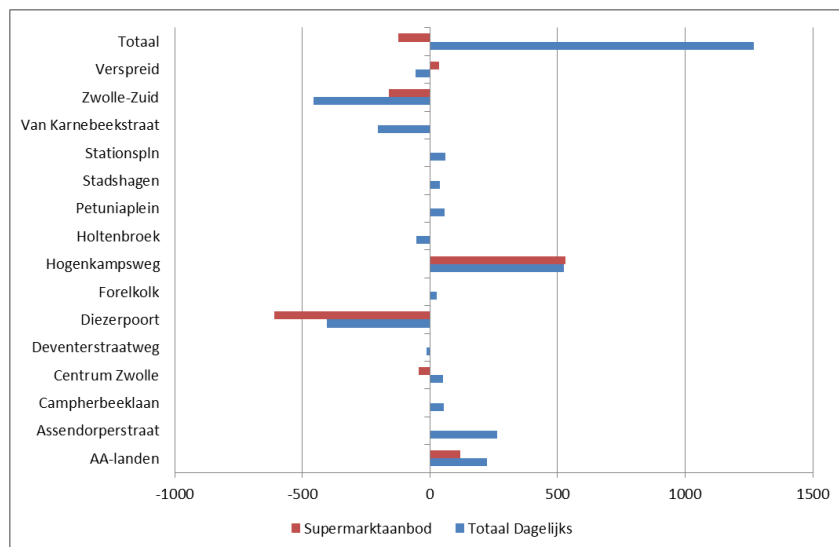
Ontwikkeling

Het aanbod in de dagelijkse sector is de afgelopen jaren zowel in aantal verkooppunten als in aantal m² wvo toegenomen. Opvallend is vooral de forse toename van het aantal winkels in winkelcentrum Diezerpoort. Hier zijn sinds 2010 vijf nieuwe dagelijkse winkels bij gekomen, waarvan twee supermarkten. De omvang is echter gekrompen, dit in verband met de verkleining van Albert Heijn. De omvang van het dagelijks aanbod in winkelcentrum Hogenkampsweg is sinds 2010 fors toegenomen. Dit komt volledig tot rekening van het supermarktaanbod. In Zwolle-Zuid is zowel het aantal winkels als het aantal m² wvo afgenomen. Dit geldt, hoewel in mindere mate, ook voor AA-landen. Ook in winkelcentrum Van Karnebeekstraat, Holtenbroek en Hogenkamp zijn het aantal dagelijkse winkels afgenomen.

Figuur 3.4: Ontwikkeling aantal verkooppunten dagelijkse sector en supermarktbranche 2010 - 2015



Figuur 3.5: Ontwikkeling aantal m² wvo dagelijkse sector en supermarktbranche 2010 - 2015



Leegstand

In Zwolle staan in totaal 95 verkooppunten leeg⁶, met een totale omvang van ruim 16.000 m² wvo. Dit komt neer op circa 5,6% van het aantal verkooppunten en 4,3% van het totale winkelvloeroppervlak⁷. Zwolle heeft in vergelijking tot plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal relatief weinig leegstand (referentieplaatsen: leegstaande verkooppunten 7,2% en winkelmeters 7,3%). Het betreft vooral veel kleinschalige winkelpanden. Bijna 46% van de totale omvang van de leegstand concentreert zich in de binnenstad van Zwolle. Ca. 13% van de leegstand bevindt zich in de binnenstedelijke winkelstraten Diezerpoort en Assendorperstraat. Ca. 9% van de leegstand ligt in stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid. De overige leegstand is verdeeld over de buurt- en wijkcentra of ligt verspreid.

In de onderstaande tabel is een overzicht weergegeven van de grootste leegstaande panden in Zwolle. Hieruit blijkt dat het pand Pannekoekendijk 3 met 1.425 m² wvo het grootste leegstaande pand in Zwolle is.

Tabel 3.3: Top-5 grootste leegstaande panden Zwolle

Adres	m² wvo	Winkelgebied	Winkelgebiedstype
Pannekoekendijk 3	1.425	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Hogenkampsweg 33	770	Hogenkampsweg	Buurtcentrum
Rieteweg 18	626	Bedrijfsterrein	Verspreide bewinkeling
Achter De Broeren 14	623	Centrum Zwolle	Hoofdwinkelgebied groot
Eiland 9	564	Centrum Zwolle	Hoofdwinkelgebied groot

⁶ Peildatum, maart 2015

⁷ Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

3.1.2 Aanbod binnenstad Zwolle

De binnenstad van Zwolle telt 42 winkels in de dagelijkse sector, met een totale omvang van ca. 4.206 m² wvo. Vergeleken met centra van plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal is het aanbod in Zwolle relatief beperkt. Dit wordt vooral veroorzaakt door het beperkte supermarktaanbod in de binnenstad. Enige supermarkt is GoodyFoods van 637 m² wvo. Het dagelijks aanbod in de binnenstad bestaat verder uit 5 bakkers, 4 koffie/thee-zaken, 4 winkels delicatessen, 7 parfumeriezaken, 5 drogisten en vele andere speciaalzaken.

Tabel 3.4: Aanbod centrum Zwolle naar branche

	Zwolle (123.950 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (100.000 tot 175.000 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	30	2.327	78	41	5.566	136
Persoonlijke verzorging	12	1.879	157	17	2.619	153
dagelijkse artikelen	42	4.206	100	58	8.185	141

De binnenstad van Zwolle heeft een belangrijke regionale functie. Een belangrijke doelstelling voor Zwolle is dat de Zwolse binnenstad in de toekomst gaat functioneren als hét centrale winkelgebied voor Overijssel. De grootste winkels in de binnenstad zijn Media Markt, V&D, H&M en C&A. Zwolle streeft naar de vestiging van meer grootschalige winkels die een regionale aantrekkingskracht kunnen generen, zoals modewarenhuizen Primark en Zara.

3.2 Conclusies

3.2.1 Sterkten en zwakten

Zwolle heeft een supermarktstructuur waarbij de supermarkt redelijk evenwichtig verspreid zijn over de woongebieden. De winkelgebieden Diezerpoort, AA-landen, Zwolle-Zuid, Stadshagen en Holtenbroek beschikken over minimaal twee supermarkten. De meeste supermarkten hebben een centrale ligging in de wijk. De binnenstad heeft opvallend slechts één supermarkt, maar rondom de binnenstad is wel een ruim supermarktaanbod aanwezig. Vooral de hoge concentratie supermarkten rondom Diezerpoort is opvallend. Toch blijkt dat het stadsdeel Zwolle Oost als geheel, afgezet tegen het aantal inwoners, een beperkt supermarktaanbod heeft. Dit kan worden verklaard doordat de omvang van de supermarkten beperkt is (uitzondering is de Albert Heijn).

Veel supermarkten hebben een moderne omvang (moderne service supermarkten hebben een omvang van ca. 1.250 - 1.750 m² terwijl ook moderne discountsupermarkten al

ca. 1.000-1.200 m² wvo omvatten). Maar er zijn wel grote verschillen tussen de omvang van supermarkten. De grootste supermarkten zijn o.a. te vinden in Diezerpoort (Albert Heijn van ca. 2.000 m² wvo), Zwolle-Zuid (Albert Heijn van 2.226 m² wvo) en Stadshagen (Albert Heijn van 1.947 m² wvo). De Lidl in AA-landen (763 m² wvo), Lidl aan Klein Grachtje (615 m² wvo), Lidl in Zwolle-Zuid (796 m² wvo), Jumbo aan het Petuniaplein (778 m² wvo), Coop aan de Campherbeeklaan (494 m² wvo) en C1000 aan de Forelkolk (690 m² wvo) kennen een geringe omvang naar de huidige maatstaven. Het risico bestaat dat als deze supermarkten geen kans tot uitbreiding krijgen, dit het toekomstperspectief van deze winkelgebieden zal ondermijnen. Dit zal vooral het geval zijn in situaties met beperkte parkeermogelijkheden en/of een slechte autobereikbaarheid.

Er komen in Zwolle meerdere solitaire supermarkten voor. In sommige gevallen hebben zij een duidelijke meerwaarde voor de structuur, maar in andere gevallen is dat twijfelachtig. De Aldi nabij AA-landen en de Jumbo nabij Zwolle-Zuid liggen bijvoorbeeld dermate dicht bij grotere winkelgebieden, dat dit vanuit de structuur bezien, in feite niet wenselijk is. De Boni-supermarkt aan de Deventerstraatweg heeft daarentegen een duidelijke functie voor de omringende woonbuurt.

In navolgend schema zijn de sterke en zwakke punten samengevat weergegeven.

Sterkten	Zwakten
- De wijkcentra AA-landen, Stadshagen en Holtenbroek hebben minimaal twee supermarkten. Holtenbroek en AA-landen hebben een complementair supermarktaanbod. - De meeste supermarkten hebben een moderne omvang. - De uitstraling van de meeste winkelgebieden is op orde. - Parkeren en bereikbaarheid zijn bij de meeste winkelcentra eveneens op orde. - Er is sprake van een redelijke variatie naar reguliere supermarkt-formules en daarnaast zijn er enkele meer bijzondere, gespecialiseerde supermarkten. - Er zijn enkele grootschalige supermarkten aanwezig.	- Er ontbreekt een discounter in wijkcentrum Stadshagen. - Naar de huidige maatstaven beperkte omvang van enkele supermarkten (vooral discounters). - Enkele solitaire supermarktvestigingen liggen op korte afstand van grotere winkelcentra. - Gebrekkige ruimtelijke samenhang supermarkten in winkelcentrum Diezerpoort. - Zwolle-Zuid en Zwolle-Oost zijn in de dagelijkse sector relatief onderverzorgd. - De supermarkten in AA-landen zijn relatief beperkt voor de verzorgingsfunctie van het winkelgebied.

3.2.2 Functioneren

In de bijlagen is de berekening voor het huidig en toekomstig functioneren opgenomen. Hieruit blijkt dat de dagelijkse sector in Zwolle bovengemiddeld functioneert. Gemiddeld ligt de vloerproductiviteit van de dagelijkse sector in Zwolle op € 8.575,- per m² wvo. Het landelijk gemiddeld bedraagt € 7.467,- per m² wvo. Dit is een indicatie voor de aanwezigheid van distributieve ruimte voor een uitbreiding van het aanbod.

4. TRENDS, BELEID EN PLANNEN

4.1 Trends en ontwikkelingen

Aanbodzijde algemeen

De dagelijkse artikelsector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder is de laatste jaren sterk in beweging: de belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn:

- De trend tot schaalvergroting zet verder door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service supermarkten hebben een omvang van ca. 1.250 - 1.750 m² terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.200 m² wvo omvatten. In grote steden maken sommige supermarkten een schaa sprong tot grootschalige supermarkten (3.000-4.000 m² wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaa sprong zichtbaar.
- Het benodigd draagvlak voor voorzieningen wordt - als gevolg van de schaalvergroting - steeds groter. De extra winkelmeters worden deels door een groter draagvlak terugverdiend. Aspecten als autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden hangen samen met deze ontwikkeling en worden daarom steeds belangrijker. Om het draagvlak toch te kunnen realiseren, opteren supermarkten steeds vaker voor locaties buiten reguliere winkelgebieden (meer ruimte).
- Tegelijkertijd is er een opleving van dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra zichtbaar. Er is in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het verbeteren van het verblijfsklimaat in dergelijke centra en het uitbreiden van de winkelruimte. Het aanbod concentreert zich steeds meer in de grotere winkelcentra. Vooral de supermarkten maken waar mogelijk een schaa sprong in deze sterk op boodschappen doen gerichte centra. Op wijk-, buurt- en dorpsniveau zijn supermarkten de belangrijkste publiekstrekkers.
- Supermarkten hebben steeds minder ieder hun eigen afgebakende verzorgingsgebied en de grootste supermarkten hebben vaak een aanvullende functie (een soort paraplu functie) ten opzichte van kleinere supers in de omgeving. Het gaat bij deze grootste supermarkten vaak om centrumsupermarkten, maar dit kan ook opgaan voor min of meer solitaire grootschalige supermarkten (veelal gelegen tussen grotere woongebieden).
- Factoren als een ruime overzichtelijke indeling, een breed assortiment, hygiëne en behulpzaam, vriendelijk personeel spelen een belangrijke rol in de supermarktkeuze van de consument.
- De marktsegmentatie bij supermarkten vervaagt; behalve in discountsupermarkten is er vrijwel overal sprake van een grote variatie in prijsstelling van de aangeboden producten. Bovendien ligt tegenwoordig het prijsniveau ook in diverse servicesupermarkten op een laag niveau door onder meer de toename van huismerken. Binnen het discountsegment krijgt Lidl langzamerhand meer een service-karakter.
- Aan de onderkant van de markt ontstaan nieuwe initiatieven voor budgetsupermarkten die partijmatig artikelen verkopen.

- Tegelijkertijd is er ook een trend met meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt etc. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten.
- Branche- en sectorvervaging doen zich voor in diverse branches, waaronder de supermarktenbranche. In supermarkten wordt in toenemende mate non-food artikelen aangeboden, vaak op actiematige wijze. Vooral discountsupermarkten bieden deze non-food artikelen aan. Maar ook het vaste non-food assortiment in grotere winkels wordt breder.
- In navolging van de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben verschillende overnames en fusies plaatsgevonden. Albert Heijn, Jumbo en Lidl zijn sterk uit de strijd gekomen, de formules Edah, Super de Boer en C1000 zijn het slachtoffer geworden. Kleinschalige supermarkten, versspecializaten op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt hebben het moeilijker gekregen.
- De filialisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit. De consument rekent deze formules tot het basisaanbod. Het aandeel filiaalbedrijven nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 35%, ten koste van het aantal zelfstandige bedrijven.
- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandigen wordt bemoeilijkt door filialisering en vergrijzing van het ondernemersbestand. De verwachting is dat het aandeel filiaalbedrijven ook in de toekomst verder gaat stijgen en dat het aandeel zelfstandige ondernemers verder gaat afnemen. Daarnaast staat de positie van de kleine zelfstandige winkelier onder druk door vergrijzing van het ondernemersbestand. De leeftijdsopbouw van het ondernemersbestand is nog sneller aan het vergrijzen vergeleken met onze bevolking. Ruim 35% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Uit eerder onderzoek van Inretail (CBW-MITEX) blijkt dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wil stoppen. In veel gevallen is er geen opvolging, waardoor veel winkels (gedwongen) zullen sluiten.
- Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.
- Het aantal auto's neemt nog steeds toe. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe. 'No parking, no business'.
- Trafficlocaties worden steeds belangrijker. Niet alleen op vliegvelden, maar ook op trein- en busstations is steeds meer detailhandel te vinden, zowel op het gebied van dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen.
- Internet is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de

toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel).

- De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De komst van afhaalpunten zou dit kunnen veranderen. De verwachting voor de dagelijkse artikelensector is echter dat het aandeel van de internetbestedingen ondanks de komst van de afhaalpunten, tamelijk gering zal blijven, enerzijds omdat dit slechts een beperkte consumentengroep zal aanspreken, anderzijds omdat er in Nederland sprake is van een dicht netwerk aan buurt- en wijkcentra met goede, relatief goedkope supermarkten en andere aanbieders.

Vraagzijde algemeen

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, andersom heeft het veranderende koopgedrag gevolgen voor de aanbodstructuur. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen, ook bij de supermarkt, wel is het bestede bedrag per bezoek toegenomen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra in verband met het gemak van ruime keus.
- Door een grotere mobiliteit en de beschikbare informatie voor de consument (o.a. Internet) is het referentiekader van de consumenten in de afgelopen jaren ruimer geworden. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in supermarkten (volledige assortimenten), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. Deze prijsbewuste consument is sterk op de prijsvriendelijke en discountsupermarkten georiënteerd.
- *In de dagelijkse sector worden de aankopen door de consument nog steeds dicht bij huis gedaan. Dit aanbod blijft dan ook (mits het voldoet aan het verwachtingspatroon) in buurt, wijk en kern veel perspectief behouden.*
- *Door de veranderende bevolkingssamenstelling verandert ook de behoefte van de consument. Zo worden de winkelvoorzieningen in de wijk belangrijker door de toenemende vergrijzing.*
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- De samenstelling van huishoudens verandert door minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.

- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal mensen met een beneden modaal inkomen.
- Door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoons-huishoudens) is het arbeidspatroon veranderd en neemt de druk op vrije tijd bij grote groepen huishoudens toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.
- *Koopstromenonderzoeken laten verschuivingen zien in het koop- en bestedingsgedrag van de consument⁸. De mate waarin de consument haar dagelijkse boodschappen doet in de eigen woonplaats is gedaald (koopkrachtbinding gemiddeld 5% lager). De consument is minder trouw aan het eigen boodschappenaanbod. De binding ligt logischerwijs een stuk hoger wanneer centra met een sterker winkelaanbod op grotere afstand liggen. Het zijn de centra nabij grotere of sterkere winkelgebieden die in de verdrukking komen. De concurrentie tussen winkelgebieden is toegenomen. Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking zijn noodzakelijk om de concurrentiepositie te blijven behouden.*

4.2 Supermarkten als trekker

Een doorsnee-supermarkt van 1.000 à 1.200 m² vwo trekt ca. 10.000 bezoekers of meer per week. De andere dagelijkse artikelenwinkels, maar zeker ook de andere aanwezige winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht van de supermarkten omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod. Uit eerder onderzoek blijkt dat in wijkwinkelcentra (zoals AA-landen, Stadshagen en Holtenbroek) ca. 70% van de bezoekers in eerste instantie voor een supermarkt komt en hiervan combineert bijna de helft (45%) het bezoek met andere winkels⁹.

Een ander onderzoek¹⁰ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een zeer hoog niveau ligt. Het combinatiebezoek wordt positief beïnvloed als de supermarkt zeer dicht bij de andere winkels is gelegen. Uit dit onderzoek onder 4.750 bezoekers van supermarkten in 30 centra kwam het volgende verder naar voren:

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

⁸ Platform Binnenstadsmanagement en SSM, De weerbare binnenstad (2012)

⁹ Strabo 2010: De veranderende rol van de supermarkt in winkelcentra

¹⁰ DTnP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

- De omvang van de supermarkt heeft geen invloed op het aandeel (%) supermarktklanten dat één of meer andere winkels binnen loopt tijdens hetzelfde bezoek.

Een winkelcentrum wint aan kracht als er meerdere, complementair supermarkten zijn. Niet alleen omdat er dan meerdere publiekstrekkers zijn, maar ook vanwege combinatiebezoek onderling en met andere zaken. Daardoor kan het verzorgingsbereik ook groeien. Bij solitaire supermarkten en kleine winkelstrips zijn combinatiebezoeken als hier omschreven niet aan de orde.

4.3 Beleidskaders

4.3.1 Provinciaal

Omgevingsvisie Overijssel

In de omgevingsvisie van de provincie Overijssel wordt de huidige detailhandelsstructuur in Overijssel als omvangrijk en zeer divers benoemd. De consument heeft voldoende keus uit winkelgebieden voor verschillende typen aankopen. De detailhandel wordt als een belangrijke motor van de lokale economie beschouwd. De provincie stimuleert de winkelfunctie in de binnensteden. Dit wordt gedaan door beperkingen op te leggen aan detailhandel buiten de kernen. Er wordt door de provincie dus in principe geen medewerking verleend aan zogenaamde 'weidewinkels'.

4.4 Plannen en initiatieven

In de gemeente Zwolle spelen de volgende relevante planinitiatieven ten aanzien van de dagelijkse sector:

- Op bedrijventerrein Voorst naast de Gamma zal een Aldi vestigen van 1.500 m² bvo (ca. 1.200 m² wvo). Het huidige bestemmingsplan laat dit toe.
- Aan het Katwolderplein is ruimte in het bestemmingsplan voor een supermarkt van 1.000 m² bvo (ca. 850 m² wvo). Via een wijzigingsbevoegdheid is het mogelijk hier van af te wijken en nog 500 m² bvo (ca. 425 m² wvo) supermarkt toe te voegen. Wenselijk is dus een supermarkt van maximaal 1.500 m² bvo (ca. 1.275 m² wvo), waarvan 850 m² wvo met een harde planstatus en 425 m² wvo met een zachte planstatus.
- Winkelcentrum Stadshagen zal in het voorjaar van 2015 een kwaliteitsverbetering krijgen. Centraal hierin staat het toevoegen van meer groen en het verbeteren van de fysieke openbare ruimte. Daarnaast worden dit jaar gesprekken gestart ten aanzien van uitbreiding van de winkelruimte. Hierbij gaat het in deze fase over maximaal 6.000 m² bvo. Deze plannen zullen echter niet voor 2020 uitgevoerd worden.

- De C1000-formule aan de Forelkolk zal plaatsmaken voor de Albert Heijn-formule. De huidige supermarktomvang zal met de omzetting worden uitgebreid met ca. 200 m² wvo.¹¹

De meeste bovengenoemde plannen en initiatieven hebben een zachte planstatus. De komst van een supermarkt op bedrijventerrein Voorst, een supermarkt aan het Katwolderplein (850 m² wvo) en de uitbreiding van C1000 (Albert Heijn) hebben als enige een harde planstatus. Het gaat hier om een toevoeging van in totaal ca. 2.250 m² wvo.

4.5 Draagvlakontwikkeling

Bevolkingsomvang en –ontwikkeling

De gemeente Zwolle telt anno 2015 ca. 123.950 inwoners¹². Er bestaan verschillende bevolkingsprognoses. De meest relevante bevolkingsprognoses zijn die van de gemeente Zwolle en het PBL/CBS¹³. De prognose van de gemeente is ten opzichte van het PBL/CBS iets positiever. Om de bevolking naar de toekomst toe zo goed mogelijk in te schatten hanteren wij voor de marktruimteberekening een gemiddelde van 130.005 inwoners voor 2020 in Zwolle. Na 2020 zal het aantal inwoners nog verder toenemen.

Tabel 4.1: Bevolkingsprognose Gemeente Zwolle

	Gemeente Zwolle	PBL/CBS	Gemiddeld
2015	123.950	123.950	123.950
2020	130.910	129.100	130.005
2025	136.370	135.000	135.685
2030	n.v.t.	140.200	140.200

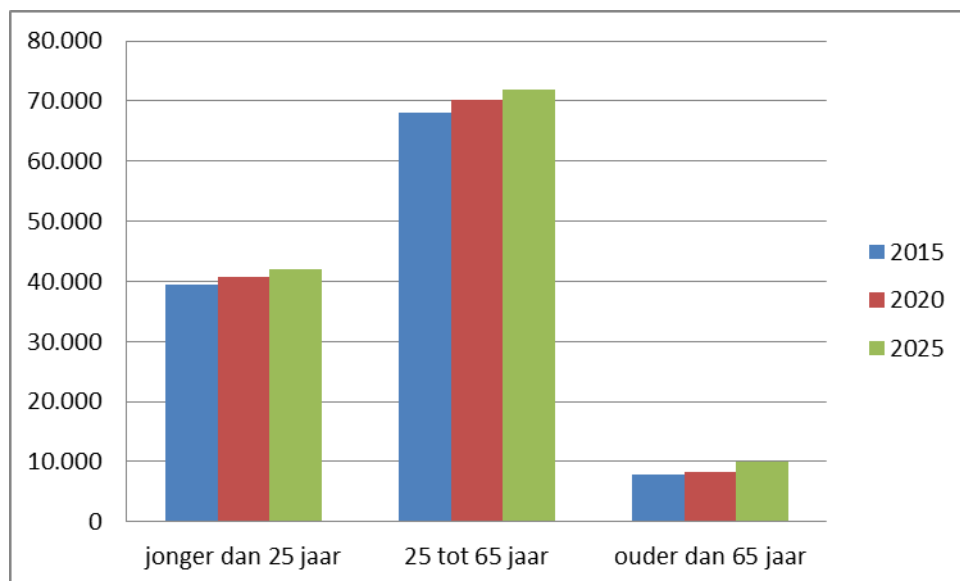
De bevolkingstoename zal zich in elke leeftijdscategorie voordoen. Ook in Zwolle is sprake van vergrijzing, maar dit gaat niet ten koste van het aantal jongeren. De bevolkingsgroei vindt voor een groot deel plaats in de wijk Stadshagen.

¹¹ Dit initiatief is inmiddels uitgevoerd.

¹² Bron: Gemeente Zwolle, o.b.v. voorlopig inwonertal december 2014.

¹³ Bron: PBL/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2013-2040.

Tabel 4.1: Bevolkingsgroei gemeente Zwolle naar leeftijdscategorie



4.6 Kansen en bedreigingen

Het draagvlak voor de dagelijkse sector zal de komende jaren fors toenemen. Het aantal inwoners zal zich evenredig verdelen over de leeftijdscategorieën. Vooral in de wijk Stadshagen wordt een forse groei van het aantal inwoners verwacht.

Door de bevolkingsgroei ontstaat (extra) distributieve ruimte. In de bijlagen is voor 2020 de distributieve uitbreidingsruimte berekend. Op basis van de huidige omvang van het dagelijks aanbod bestaat er tot 2020 een uitbreidingsruimte van ca. 8.600 m² wvo. Waar deze uitbreidingsruimte binnen de gemeente Zwolle precies ontstaat, is op basis van deze berekening niet te zeggen, maar het ligt voor de hand dat de meeste ruimte in de wijk Stadshagen aanwezig zal zijn. Als rekening wordt gehouden met de komst van een supermarkt van ca. 1.200 m² wvo op bedrijventerrein Voorst, een uitbreiding van C1000 (Albert Heijn) van ca. 200 m² wvo en een supermarktvestiging aan het Katwolderplein van ca. 1.200 m² wvo, blijft er theoretisch nog 6.000 m² wvo distributieve ruimte over voor andere initiatieven. Hierbij dient er wel rekening mee gehouden worden dat supermarkten gemiddelde een ca. 6% hogere omzet per m² wvo realiseren dan het landelijke gemiddelde voor de gehele sector. De distributieve ruimte is dus iets kleiner dan berekend is als ze volledig aangewend wordt voor de uitbreiding van het supermarktaanbod.

Vanuit het beleid is het versterken van de (boven) regionale positie van Zwolle een kans voor de dagelijkse sector. Zo zal de stad meer bezoekers van buiten kunnen trekken en zal het vestigingsklimaat van Zwolle in de toekomst verder verbeteren, hetgeen op termijn ook het draagvlak voor vernieuwing van het aanbod vergroot.

De vergrijzing is zowel een kans als een bedreiging. Aan de ene kant geven ouderen minder uit in de detailhandel, maar ze zijn ook meer op de directe woonomgeving georiënteerd voor het doen van aankopen. Dat gunstig is voor de supermarkten en andere dagelijkse artikelenwinkels.

Afhaalpunten kunnen mogelijk weerstand bieden tegen de toenemende internetaankopen. Maar nieuwe bezorginitiatieven zoals 'Hello Fresh' vormen een beperkte bedreiging voor de bestaande winkels.

Er is een duidelijke trend tot schaalvergroting bij supermarkten. Dit kan resulteren in meer keuze en comfort voor de consument in de winkels, maar ook tot meer onderlinge concurrentie tussen de supermarkten en mogelijk uitval van te kleine en/of ongunstig gehuisveste winkels. In relatie tot de schaalvergroting worden de locatie-eisen van supermarkten ook steeds strikter. Supermarkten willen goed per auto bereikbaar zijn, voldoende parkeermogelijkheden hebben, van voldoende omvang zijn en in sommige gevallen het liefst perifeer gelegen zijn. Dit kan zorgen voor spanning op de bestaande en vanuit de consumentenverzorging bezien gewenste ruimtelijke structuur van boodschappencentra.

Kansen	Bedreigingen
- Groei van het aantal inwoners in Zwolle. - Versterking van de (boven) regionale verzorgingsfunctie van Zwolle. - Ouderen zijn meer georiënteerd op het buurt- en wijkverzorgende boodschappenaanbod. - Afhaalpunten in/bij de winkels	- Toename van online bestedingen in de dagelijkse sector. - Schaalvergroting van solitaire supermarkten. - Toenemende vraag naar grootschalige, goed bereikbare en perifere supermarkten (buiten de bestaande/gewenste structuur).

5. NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIGE BOODSCHAP-PENSTRUCTUUR

In dit hoofdstuk wordt het huidige beleid tegen het licht gehouden worden voorstellen voor aanpassing gedaan. We nemen daarbij de huidige Kadernota als vertrekpunt. begonnen wordt echter met het formuleren van enkele uitgangspunten voor een goede structuur van boodschappencentra en de rol van supermarkten daarbij

5.1 Naar een robuuste boodschappenstructuur: uitgangspunten en overwegingen

Winkelcentra kunnen niet zonder sterke supermarkten

Supermarkten dragen in z'n algemeenheid sterk bij aan de leefbaarheid van kernen en woonbuurten. Ze voorzien in de verzorging van de bewoners, dragen bij aan de leefbaarheid, hebben een functie als ontmoetingspunt en creëren door hun trekkracht vaak ook een draagvlak voor andere publieksgerichte voorzieningen. Voor winkelcentra op vrijwel alle niveaus (dus bijvoorbeeld voor Zwolle-Zuid of Hogenkampsweg) zijn supermarkten essentieel als publiektrekkers, ook voor andere (niet-dagelijkse) winkels. Trekkers met een vergelijkbare wervingskracht zijn er niet of nauwelijks voor de buurt- en wijkcentra in Zwolle. Alleen winkels als Hema en Action hebben een wervingskracht die in de buurt komt van supermarkten. Supermarkten bepalen dus in belangrijke mate het functioneren en het toekomstperspectief van met name de voornamelijk op boodschappen doen gerichte winkelcentra. In dit licht is het van belang dat de supermarkten blijven voldoen aan de wensen en eisen van de consument en dat de dynamiek in de supermarktbranche op de juiste plekken in de structuur geacommodeerd wordt.

Leegstand en leefbaarheid

Algemene ontwikkelingen als de schaalvergroting, de toename van e-commerce en de (toenemende) gemiddelde leeftijd van ondernemers, hebben tot gevolg dat er de komende jaren in bepaalde winkelgebieden (meer) winkelaanbod zal verdwijnen, vooral in de niet-dagelijkse sector. Verwacht wordt dat met name op buurniveau (winkelstrips), aan de randen van (niet-geplande) grotere winkelcentra en in de verspreide bewinkeling de winkelleegstand nog verder zal toenemen. Dat kan negatieve gevolgen hebben voor de leefbaarheid van woongebieden en de uitstraling van winkelgebieden.

Het streven is er op gericht dat de leegstand in perspectiefrijke winkelgebieden zo veel mogelijk beperkt blijft, en dat daar waar er sprake is van winkelgebieden zonder perspectief, de leegstand aangepakt wordt, bijvoorbeeld door transformatie.

Concentratie van het winkelaanbod

In de toekomst is in algemene zin minder winkelvloeroppervlak nodig, dus het is zaak de detailhandelsontwikkelingen zo te sturen dat er voldoende levensvatbare winkelgebieden over blijven. Er dient te worden uitgegaan van concentratie in compacte winkelgebieden, terwijl de beoogde structuur versturende verspreide bewinkeling dient te worden tegengegaan. De meerwaarde van concentratie c.q. clustering van winkels is dat de bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. Dit geldt bijvoorbeeld sterk voor stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid, waarbij de combinatie van winkels in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector zorgt voor een robuuste aankoopplaats en een combinatie van bezoekmotieven. De consument heeft als voordelen gemak, overzichtelijkheid en ruimere keuzemogelijkheden. Clustering resulteert daardoor in meer bezoekers. Daarnaast draagt concentratie ook bij aan beperking van het aantal verkeersbewegingen.

Het uitgangspunt is daarom dat nieuwe supermarktontwikkelingen zoveel mogelijk plaats dienen te vinden binnen de bestaande, perspectiefrijke winkelcentra. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij deze een aangetoonde meerwaarde leveren aan de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging.

Solitaire supermarkten

Een consequentie van bovenstaande is dat in Zwolle uiterst voorzichtig moet worden omgesprongen met het toestaan van nieuwe solitaire supermarkten die afbreuk doen aan het functioneren van de bestaande centra. Slechts in gevallen waar de afstand tot een compleet centrum te groot is, zijn solitaire supermarkten (mits gesitueerd op goede locaties) een passend alternatief. De effecten op reguliere winkellocaties, bereikbaarheid en parkeren dienen dan zorgvuldig te worden beoordeeld.

Modernisering aanbod

Zeker in de supermarktsector is sprake van modernisering en opschaling van het aanbod. Moderne, ruime supermarkten bieden meer comfort voor de consument. In het kader van de buurt- en wijkstructuur is het belangrijk supermarktinitiatieven te faciliteren die bijdragen aan de toekomstbestendigheid van de buurt- en wijkcentra, mits het initiatief geen negatieve effecten heeft op andere tot de hoofdstructuur behorende boodschappencentra. Dit vereist tevens om een zekere mate van flexibiliteit bij het beoordelen van supermarktinitiatieven: het gaat om maatwerk.

Megasupermarkten

Grote supermarkten moeten ook veel omzet maken, en kunnen daarom ook veel effecten hebben op de voorzieningenstructuur. Daarom dient uiterst voorzichtig omgesprongen te worden met de vestiging van nieuwe megasupermarkten in Zwolle. Toch kunnen megasupermarkten ook een toegevoegde waarde hebben voor de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur, met name als zij zich sterk onderscheiden van reguliere supermarkten, zoals bij 'versmarkten' het geval kan zijn. Ook de locatie is hierbij van groot

belang. De vestiging wordt daarom op voorhand niet zonder meer uitgesloten, zoals in het vigerende beleid wel het geval is, maar per individueel geval zal daarom afgewogen moeten worden wat de meerwaarde voor de consument is en of de megasupermarkt past binnen de beoogde structuur van boodschappencentra. De effecten op reguliere winkellocaties, bereikbaarheid en parkeren dienen dan zorgvuldig te worden beoordeeld.

Afhaalpunten

Bij het doen van de dagelijkse aankopen wordt ook e-commerce langzamerhand belangrijker en diverse supermarktformules zijn gestart met het realiseren van specifieke afhaalpunten. Voorgesteld wordt dat het centrale uitgangspunt van het beleid is dat afhaalpunten in of aansluitend op bestaande winkelcentra en perifere detailhandelslocaties toegestaan worden. Vestiging van afhaalpunten op winkellocaties heeft tevens als voordeel dat nieuwe bezoeken ontstaan. De kans op synergie met andere functies is groot, met name in de centra die doelgericht bezocht worden of waar boodschappen doen centraal staat. Evenals afhaalpunten, worden met name deze locaties efficiënt (snel) bezocht. Bij voorkeur worden de verschillende afhaalpunten geconcentreerd.

Omdat ze een specifieke functie voor groepen consumenten kunnen hebben, zoals pendelaars, stellen we voor dat op zeer beperkte schaal ook afhaalpunten gerealiseerd kunnen worden op goed bereikbare locaties aan invalswegen waar zich reeds voorzieningen gericht op de reiziger bevinden (zoals tankstations, treinstations, transferia of andere trafficlocaties). Het is dan echter zaak te zorgen voor een goede spreiding van deze locaties over de stad. Dit argument dient een belangrijke rol te spelen bij de beoordeling van het initiatief.

Doordat er bij afhaalpunten geen goederen worden gepresenteerd, verkocht, besteld of omgeuild is het niet nodig brancheringsregels voor afhaalpunten op te nemen.

5.2 Toetsingskader supermarktinitiatieven

Supermarkten algemeen

Goed functionerende buurt- en wijkcentra zijn belangrijk voor de verzorgingsstructuur. Supermarktinitiatieven moeten daarom zoveel mogelijk ingepast worden in bestaande of nieuw te realiseren, perspectiefrijke winkelgebieden. Een solitaire supermarktvestiging wordt uitsluitend toegestaan indien deze een positieve bijdrage levert aan de consumentenverzorging en geen afbreuk doet aan de voorzieningenstructuur.

Toetsingskader

Op basis van het bovenstaande is een toetsingskader voor nieuwe supermarktinitiatieven opgesteld. Deze komt in grote mate overeen met het reeds bestaande toetsingskader, zoals benoemd in de herijkte Kadernota detailhandel 2012-2020. Daarnaast is rekening gehouden met het principe van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

De hoofdvraag bij de afweging van nieuwe supermarktininitiatieven is: Wat zijn de ruimtelijk-functionele effecten op de voorzieningenstructuur, consumentenverzorging, de leefomgevingskwaliteit en de leegstand(sontwikkeling)?

Bij de beoordeling van nieuwe supermarktininitiatieven stellen wij verder het volgende toetsingskader voor:

- Boodschappenvoorzieningen dienen in principe op korte afstand van de consumenten, zoveel mogelijk geclusterd in centraal in de verzorgingsgebieden gelegen perspectiefrijke winkelconcentraties gevestigd te worden.
- Nieuwe winkelontwikkelingen op het gebied van dagelijkse artikelen dienen zoveel mogelijk plaats te vinden in of aansluitend aan winkelgebieden die tot de aangegeven hoofdstructuur van boodschappencentra behoren.
- Boodschappenvoorzieningen dienen qua omvang en locatie afgestemd te zijn op de omvang van het (beoogde) verzorgingsgebied (buurt-, wijk-, stadsdeel- of (boven)lokaalverzorgend).
- Supermarktininitiatieven met een bovenlokaal verzorgingsbereik dienen regionaal afgestemd¹⁴ te worden.
- Eventuele uitbreidingen van bestaande supermarkten worden beoordeeld op hun effecten op de consumentenverzorging en de (beoogde) hoofdstructuur.
- De vestiging van zeer grootschalige supermarkten (3.000 m² wvo of meer) wordt alleen toegestaan als er aantoonbaar sprake is van een toegevoegde waarde voor de consumentenverzorging in Zwolle, de (beoogde) detailhandelsstructuur van Zwolle, en de (boven)regionale verzorgingsfunctie van de stad.

Toetsingskader genuanceerd

Het toetsingskader in de Kadernota Detailhandel 2012-2020 is tot op heden een prima kader geweest waaraan nieuwe supermarktininitiatieven getoetst werden. De huidige dynamiek binnen de supermarktbranche vraagt echter om meer maatwerk. Het is daardoor minder gewenst om bij voorbaat bepaalde supermarktontwikkelingen volledig uit te sluiten, zoals nu wel in het beleid gebeurt. Wij adviseren daarom geen volledig uitsluitende stellingen op te nemen in het toetsingskader, zodat per geval apart kan worden afgewogen wat de ruimtelijk-functionele effecten zijn van de betreffende supermarktontwikkeling op de voorzieningenstructuur, consumentenverzorging, de leefomgevingskwaliteit en de leegstand(sontwikkeling).

Ten aanzien van de vestiging van nieuwe solitaire supermarkten of de uitbreiding van bestaande solitaire supermarkten betekent dit dat dit in principe worden uitgesloten, tenzij er bijzondere omstandigheden zijn die de vestiging/uitbreiding rechtvaardigen en er geen negatieve effecten te verwachten zijn op de (beoogde) hoofdstructuur van boodschappencentra. Hier kan bijvoorbeeld sprake van zijn als het bestemmingsplan iets al mogelijk

¹⁴ Hiermee wordt bedoeld dat de relevante buurgemeenten worden geïnformeerd en dat er eventueel overleg met het over het betreffende initiatief plaats vindt.

maakt of een marktgebied te klein is voor een eigen winkelcentrum, en te ver van alternatieve aankoopplaatsen gelegen is. Ook de vestiging van supermarkten op bedrijventerreinen buiten woongebieden, zoals op bedrijventerreinen, wordt niet toegestaan, tenzij er zeer bijzondere omstandigheden zijn die het initiatief rechtvaardigen.

Randvoorwaarden per type winkelcentrum

Voor de verschillende type winkelconcentraties in Zwolle worden hierna de randvoorwaarden aangegeven. Deze bieden kaders voor mogelijke plannen en initiatieven om te komen tot een toekomstbestendige detailhandelsstructuur.

Hoofdwinkelgebied – Binnenstad

- Behoud van minimaal één supermarkt in de binnenstad van Zwolle.
- Bereikbaarheid en parkeren is een belangrijk aandachtspunt.

Stadsdeelcentrum

- In het stadsdeelcentrum inzetten op de combinatie boodschappen doen en efficiënt recreatief winkelen.
- Alternatief voor de vaak drukke binnenstad, op ondergeschikt niveau.
- Compleet en divers dagelijks aanbod (supermarkten en speciaalzaken) als basis.
- De kernwoorden comfort, gemak, dichtbij en functioneel staan centraal.
- Het centrum dient compact te zijn en op dit niveau een compleet aanbod te bieden.
- Goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden zijn essentieel.

Binnenstedelijke winkelstraat

- Dynamiek faciliteren om de aantrekkingskracht te behouden en vergroten.
- Functieverbreding en intensivering ruimtegebruik; behouden van voldoende kritische massa.
- Volledig boodschappenaanbod in supermarkten en speciaalzaken, ook internationaal aanbod.
- Bereikbaarheid voor auto en fiets is een vereiste voor het bestaansrecht van de aanwezige zaken.

Wijkcentrum

- Accent op dagelijkse artikelen met aanvullend niet-dagelijks artikelenaanbod, zeker voor wat betreft frequent benodigde artikelen (boodschappen).
- Trekkersrol wordt vervuld door minimaal twee, bij voorkeur complementaire (prijs/kwaliteit), supermarkten.
- De supermarkten hebben een moderne omvang naar huidige maatstaven (service-supermarkten ca. 1.250 - 1.750 m² wvo, discounters ca. 800 - 1.100 m² wvo).
- De supermarkten worden aangevuld met een zo compleet mogelijk aanbod aan speciaalzaken in de dagelijkse sector, winkels in de niet-dagelijkse sector en aanvullende functies (horeca, dienstverlening, zorg).
- Voldoende draagvlak in de directe omgeving.
- Centrale ligging in het verzorgingsgebied.
- Goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid.

Buurtcentrum

- Gericht op primair levensonderhoud voor inwoners uit de directe omgeving.
- Een volwaardig buurtcentrum moet in ieder geval beschikken over een supermarkt.
- Er is ondersteuning van speciaalzaken met dagelijkse artikelen en eventueel niet-dagelijkse artikelen.
- Kernwoorden zijn nabijheid, gemak, uitstraling en prijs.
- Aandacht voor positie in structuur (met name relatie tot wijkcentra) en draagvlak.
- Bereikbaarheid en parkeren (zij het vanwege de nabijheidsfactor in mindere mate dan bij wijkcentra)

Buurtsteunpunt

- Een buurtsteunpunt slechts wanneer dit vanuit het oogpunt van verzorging noodzakelijk is (bijv. overige centra op te grote afstand).
- Minimaal een supermarkt van moderne schaal, eventueel ondersteund door winkel/dienstverlening.
- Voldoende draagvlak in de directe omgeving.

5.3 Uitwerking voor enkele specifieke winkelgebieden

Versterking supermarktaanbod in het centrum

De huidige supermarkt in het centrum (GoodyFoods) is een bijzonder type. Deze supermarkt richt zich op een niche van de markt. Hierdoor ontbreekt een volwaardige supermarkt in het centrum, maar rondom het centrum zijn meerdere supermarkten aanwezig die goed voorzien in de consumentenverzorging. Een supermarkt net buiten de binnenstad kan ook van meerwaarde zijn voor het bezoek aan de binnenstad (bronpuntfunctie, combinatiebezoek). Aan de noordzijde van de binnenstad zijn de supermarkten in Diezerpoort ruim vertegenwoordigd en dat geldt ook voor de zuidzijde (2x Jumbo). Gezien de ruimtelijke relatie met de hoofdwegenstructuur kan een supermarkt aan de westzijde een extra bronpunt gaan vormen voor binnenstadsbezoek. Het supermarktinitiatief aan het Katwolderplein kan hier goed invulling aan geven.

Versterken positie AA-landen, Stadshagen en Zwolle-Zuid

AA-landen heeft een belangrijke functie voor de wijk. Met drie complementaire supermarkten is de positie reeds sterk. De supermarkten zijn echter relatief klein naar de huidige maatstaven. Uitbreiding van Lidl draagt bij aan de algehele versterking van het winkelcentrum, maar ook de uitbreiding van Jumbo en Albert Heijn zal het winkelcentrum meer toekomstig maken. Op basis van de uitgangspunten en randvoorwaarden zoals hiervoor benoemd, heeft uitbreiding van de drie supermarkt in AA-landen prioriteit boven andere supermarktontwikkelingen binnen deze wijk. Overige supermarktontwikkelingen in deze wijk worden in principe niet toegestaan, tenzij er aantoonbaar geen mogelijkheden zijn tot verplaatsing naar/uitbreiding van winkelcentrum AA-landen en/of dat er naast de versterking van AA-landen nog distributieve mogelijkheden bestaat voor andere supermarktontwikkelingen.

Winkelcentrum Stadshagen heeft eveneens een belangrijke functie voor de inwoners van de eigen wijk. Met twee midden/service-supermarkten van moderne omvang is het aanbod op pijnlijk, maar door de bevolkingsgroei ontstaat distributieve ruimte voor een meer uitgebreid aanbod. De komst van een prijs/discount-supermarkt zou de keuzemogelijkheden voor de consument vergroten en zou daardoor een kwaliteitsimpuls geven aan het winkelcentrum.

Winkelcentrum Zwolle-Zuid heeft een betrekkelijk beperkt dagelijkse artikelen- en supermarktaanbod. Albert Heijn is van moderne omvang, Lidl kent een relatief beperkte omvang. Daarnaast is de parkeersituatie voor het boodschappen doen niet optimaal. Een derde supermarkt en/of uitbreiding van Lidl zal de positie van het winkelgebied versterken. Voor de wijk Zwolle-Zuid geldt daardoor dat uitbreiding van de bestaande supermarkten in het gelijknamige winkelcentrum prioriteit heeft boven andere supermarktontwikkelingen in de wijk. Overige supermarktontwikkelingen in deze wijk worden in principe niet toegestaan, tenzij er aantoonbaar geen mogelijkheden zijn tot verplaatsing naar/uitbreiding van winkelcentrum Zwolle-Zuid en/of dat er naast de versterking van Zwolle-Zuid nog mogelijkheden bestaan voor andere supermarktontwikkelingen.

Overige buurt- en wijkcentra: accent kwaliteitsverbetering

De overige supermarkten in Zwolle hebben vooral betekenis voor de lokale buurt- en wijkverzorging. Essentieel is dat deze winkels modern en comfortabel zijn en goed bereikbaar voor auto's, fietsers en voetgangers. In sommige gevallen is een verbetering van de algehele kwaliteit van de winkels en/of de winkelomgeving gewenst. Een vergroting van sommige bestaande supermarkten naar een maatvoering passend bij de verzorgingsfunctie van de winkel en het betreffende boodschappencentra kan daarbij vaak als vliegwiel dienen. Een locatie centraal in het verzorgingsgebied vormt daarbij het uitgangspunt, en slechts als dat ruimtelijk echt niet mogelijk is (geen fysieke ruimte, negatieve impact op de leefomgeving) kan een locatie meer aan de rand van dat verzorgingsgebied overwogen worden. Hierbij dient wel weer rekening gehouden te worden met de eventuele effecten op andere winkelgebieden.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: KWALITATIEVE OMSCHRIJVING WINKELGEBIEDEN

A. Gemeente Zwolle algemeen

In Zwolle wonen per 1 januari 2015 123.950 inwoners¹⁵. Naar de toekomst toe zal het inwonertal toenemen. Gemiddeld genomen tot ca. 130.005 inwoners in 2020 en ca. 140.200 inwoners in 2030¹⁶. Het dagelijkse artikelenaanbod concentreert zich vooral in de vele buurt- en wijkcentra van Zwolle, maar ook in stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid, binnenstedelijke winkelstraten Assendorperstraat en Diezerpoort, de Zwolse binnenstad en diverse verspreide locaties. Zwolle heeft een dagelijks aanbod van 316 m² wvo per 1.000 inwoners. Op de volgende pagina is de detailhandelsstructuur weergegeven, met de nadruk op de supermarktsector.

Tabel A: Aanbod dagelijkse sector Zwolle t.o.v. vergelijkbare plaatsen

	Zwolle (123.950 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (100.000 tot 175.000 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	132	32.486	246	153	36.499	238
waarvan supermarkten	27	25.633	949	33	32.117	973
Persoonlijke verzorging	45	6.731	150	46	6.537	142
dagelijkse artikelen	177	39.217	222	199	43.037	216

Kwaliteiten en knelpunten Algemeen

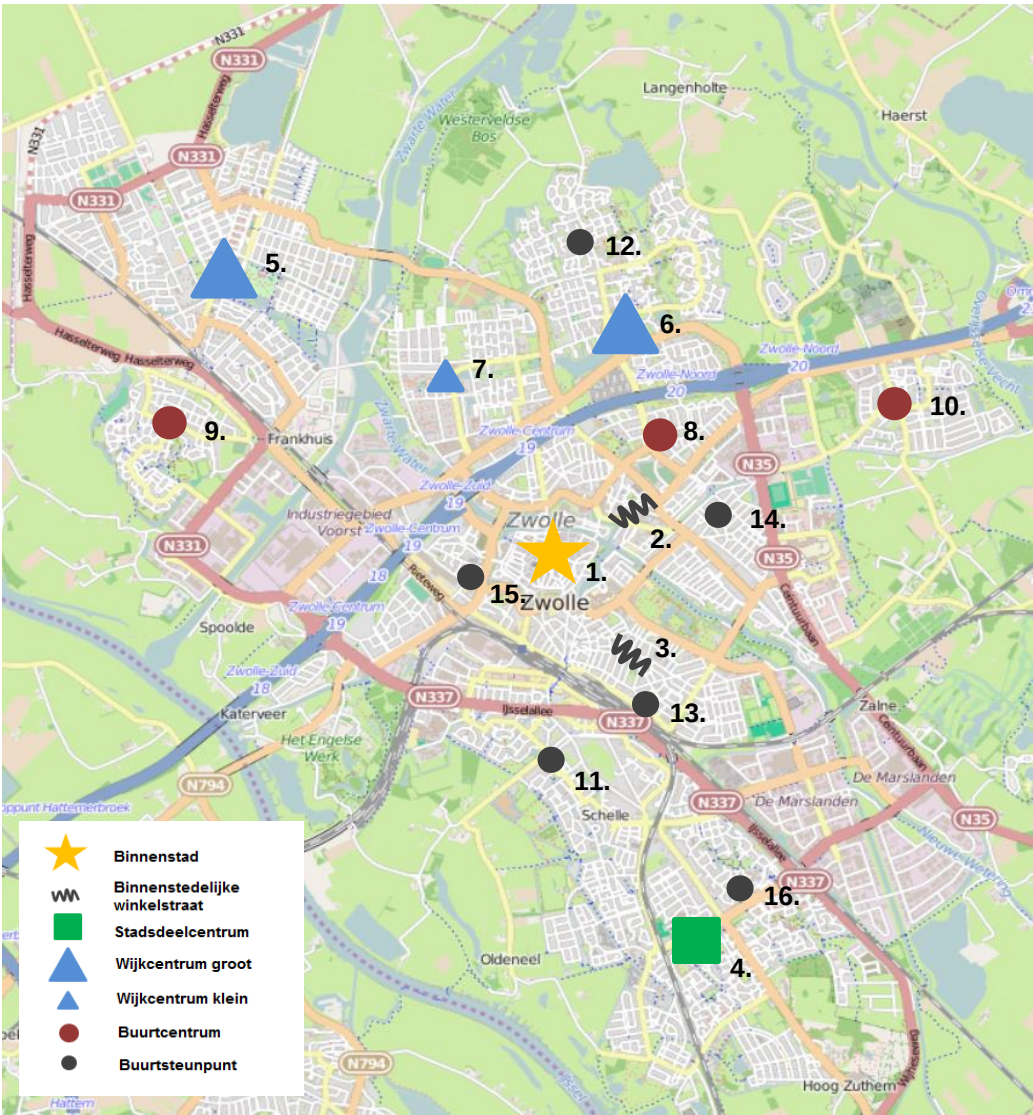
Onderstaand volgt een overzicht van de kwaliteiten en knelpunten per winkelconcentratie in Zwolle. Over het algemeen is vooral de fysieke kwaliteit en uitstraling van het dagelijkse aanbod in Zwolle op orde. De supermarkten, die toch de belangrijkste functie hebben binnen de dagelijkse sector, zijn in veel gevallen van moderne omvang, hebben een goede bereikbaarheid en bieden voldoende parkeermogelijkheden. Er zijn echter wel plekken waar het supermarktaanbod niet op orde is en waar ruimte bestaat voor verbetering.

Per stadsdeel zijn de relevante winkelgebieden en solitaire supermarkten kwalitatief geanalyseerd. Hierin worden de sterken en zwakten per winkelgebied en solitaire supermarkt benoemd. Zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve analyse zijn als input gebruikt voor de toekomstvisie op (met name) het dagelijkse aanbod.

¹⁵ Bron: Gemeente Zwolle

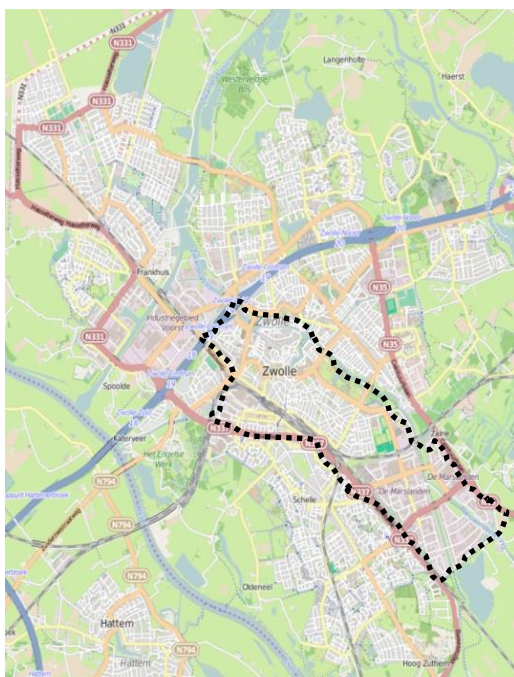
¹⁶ Gemiddelde van twee bronnen: gemeente Zwolle en CBS/PBL.

Figuur A: Detailhandelsstructuur dagelijkse sector Zwolle



Type	Winkelcentrum	
Hoofdwinkelgebied	1. Binnenstad	
Binnenstedelijke winkelstraat	2. Diezerpoort	3. Assendorperstraat
Stadsdeelcentrum	4. Zwolle-Zuid	
Wijkcentrum groot	5. Stadshagen	6. AA-landen
Wijkcentrum klein	7. Holtenbroek	
Buurtcentrum	8. Hogenkampsweg	10. Campherbeeklaan
	9. Petuniaplein	
Buurtsteunpunt	11. Forelkolk	14. Roemer Visscherstraat
	12. Rijnlaan	15. Veemarkt
	13. Deventerstraatweg	16. Sellekamp

B. Stadsdeel Midden



- Stadsdeel Midden omvat de wijken: Kamperpoort, Binnenstad, Assendorp, Hanzeland, Veerallée en Marslanden.
- In totaal zijn er in dit stadsdeel 66 winkels, met een totale omvang van 9.259 m² wvo.
- In deze wijken wonen ca. 18.728 inwoners.
- Het dagelijkse aanbod bedraagt daarmee circa 494 m² wvo per 1.000 inwoners. In vergelijking tot het gemiddelde aanbod per 1.000 inwoners in Zwolle is dit relatief fors.
- De belangrijkste winkelgebied zijn de binnenstad, Assendorperstraat, Deventerstraatweg en een solitaire supermarkt aan de Veemarkt.

Binnenstad Zwolle

De binnenstad is een uniek winkelgebied. Het winkelgebied wordt vooral gekenmerkt door het zeer ruime niet-dagelijkse aanbod. Het dagelijkse aanbod is voor een binnenstad naar schaal van Zwolle relatief beperkt. Aan de rand van de binnenstad ligt één bijzondere supermarkt: GoodyFoods van 637 m² wvo. Deze supermarkt heeft een bijzonder assortiment en richt zich daarmee op een nichemarkt. Wel is er sprake van beperkt en betaald parkeren.

Sterkten	Zwakten
- Supermarkt is bijzonder - Binnenstadsfunctie supermarkt	- Beperkt en betaald parkeren

Assendorperstraat

De Assendorperstraat functioneert als binnenstedelijke winkelstraat. Een combinatie van unieke winkelconcepten in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector geeft deze aanloopstraat een uniek profiel. De Jumbo van 1.003 m² wvo is de belangrijkste trekker. Jumbo heeft een eigen parkeerplaats met voldoende parkeermogelijkheden, die via de Assendorperstraat bereikbaar is. Combinatiebezoek zorgt er voor dat het boodschappen doen gecombineerd kan worden met recreatief winkelen. Het overig dagelijks aanbod wordt ingevuld door onder andere een bakker, een slager, een kaaswinkel, een poelier, een slijter, een wijnwinkel, drogisten en diverse tabakszaken. Het langgerekte karakter

zorgt echter voor versnippering van het aanbod en leegstand aan de randen. Er is sprake van betaald parkeren.

Sterkten	Zwakten
- Binnenstedelijke winkelstraat met uniek profiel - Voldoende parkeren	- Betaald parkeren - Leegstand

Deventerstraatweg

Het betreft een solitaire Boni-supermarkt van 935 m² wvo. Boni is goed bereikbaar en heeft zeer ruime en voldoende parkeermogelijkheden. Opvallend is de naastgelegen Bristol, die van aanzienlijke omvang is. Het dagelijks aanbod bestaat naast de supermarkt uit een slijter. De supermarkt functioneert vooral als buurtsteunpunt.

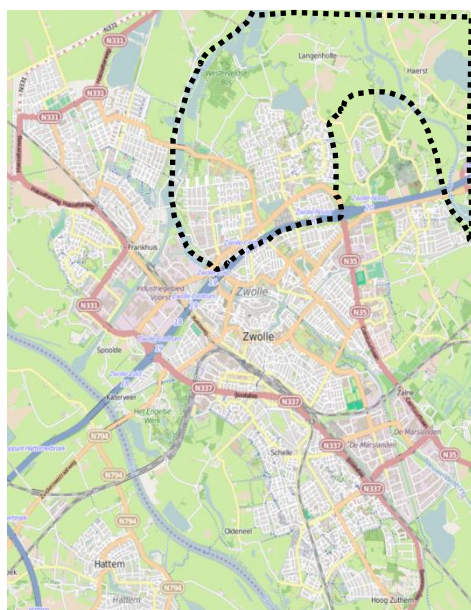
Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid) - Ruim en voldoende parkeren - Goede bereikbaarheid	- Solitaire ligging

Veemarkt

Het betreft een solitaire Jumbo-supermarkt van 1.593 m² wvo. De moderne omvang, goede bereikbaarheid en de ruim opgezette parkeerplaats met veel parkeerplaatsen zorgen er voor dat de supermarkt goed functioneert. Aandachtspunt is het betaald parkeren.

Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid) - Ruim en voldoende parkeren - Goede bereikbaarheid - Supermarkt van moderne omvang	- Solitaire ligging - Betaald parkeren

C. Stadsdeel Noord



- Stadsdeel Noord omvat de wijken: Holtenbroek en Aalanden.
- Deze wijken beschikken over circa 27 winkels in dagelijkse sector met een totale omvang van bijna 8.013 m² wvo.
- Aantal inwoners: 22.855.
- Het dagelijkse aanbod bedraagt daarmee ca. 350 m² wvo per 1.000 inwoners. In vergelijking tot het gemiddelde aanbod per 1.000 inwoners in Zwolle is het aanbod relatief ruim.
- De belangrijkste winkelgebieden zijn AA-Landen, Holtenbroek en een solitaire supermarkt aan de Rijnlaan.

AA-Landen

Wijkcentrum AA-Landen telt drie supermarkten, te weten Albert Heijn van 1.222 m² wvo, Lidl van 763 m² wvo en Jumbo van 1.061 m² wvo. Deze supermarkten zijn echter voor een dergelijk winkelcentrum relatief kleinschalig. Dit complementaire supermarktcluster wordt aangevuld met diverse dagelijkse winkels, zoals slagers, bakkers, groentewinkels, slijter, drogisten en andere versspeciaalzaken. Kortom, een zeer compleet dagelijks aanbod. Ook in de niet-dagelijkse sector heeft het winkelcentrum belangrijke trekkers, zoals een Hema en een Zeeman. Er zijn voldoende parkeermogelijkheden. Wel heeft het winkelcentrum een matige uitstraling. De weekmarkt is van meerwaarde.

Sterkten	Zwakten
- Drie complementaire supermarkten - Functie voor de wijk - Voldoende parkeermogelijkheden - Waardemarkt	- Gebrekkige uitstraling

Holtenbroek

Wijkcentrum Holtenbroek heeft als belangrijkste trekkers de supermarkten Jumbo van 1.085 m² wvo en Lidl van 954 m² wvo. Deze worden aangevuld met twee minisupers en diverse andere dagelijkse winkels. Het winkelcentrum heeft een moderne uitstraling, voldoende parkeermogelijkheden en een aanvullend niet-dagelijks aanbod.

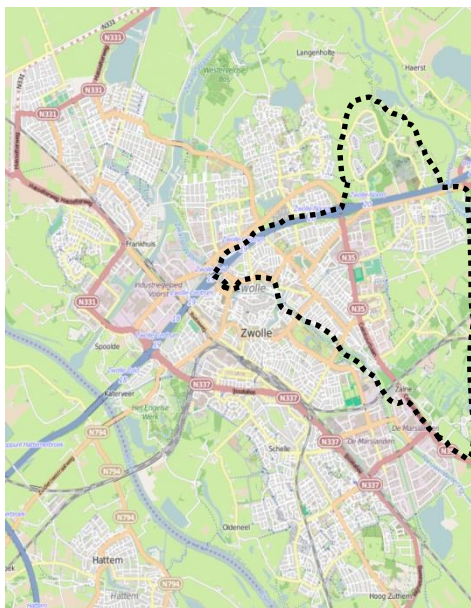
Sterkten	Zwakten
- Twee complementaire supermarkten van moderne omvang - Functie voor de wijk - Voldoende parkeermogelijkheden - Moderne uitstraling	

Rijnlaan

Het betreft een solitaire Aldi-supermarkt van 555 m² wvo. De omvang van deze supermarkt is beperkt. Er zijn voldoende parkeermogelijkheden en de supermarkt is goed bereikbaar. Opvallend is de nabijheid van AA-landen.

Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid) - Voldoende parkeermogelijkheden - Goede bereikbaarheid	- Beperkte omvang - Solitaire ligging

D. Stadsdeel Oost



- Stadsdeel Oost omvat de wijken: Diezerpoort, Wipstrik, Berkum, Oosterenk en Wijthmen.
- Deze wijken beschikken over ca. 39 winkels in dagelijkse sector met een totale omvang van 9.180 m² wvo.
- De wijken tellen ca. 21.735 inwoners. Het dagelijkse aanbod bedraagt daarmee ruim 422 m² wvo per 1.000 inwoners. In vergelijking tot het gemiddelde aanbod per 1.000 inwoners in Zwolle is het aanbod relatief ruim.
- De belangrijkste winkelgebieden zijn Diezerpoort, Hogenkampsweg, Campherbeeklaan en een solitaire supermarkt aan de Roemer Visscherstraat.

Diezerpoort

Locatus beschouwt de winkels rondom de Diezerkade en de Thomas a Kempisstraat als één winkelgebied. In de praktijk blijkt het echter toch niet echt als één winkelgebied te functioneren. De winkels aan de Thomas a Kempisstraat en de Vechtstraat vormen duidelijk één winkelgebied. Dit winkelgebied kenmerkt zich als aanloopstraat, met veel zelfstandig ondernemerschap en unieke winkelconcepten. Belangrijkste trekkers voor deze straten zijn de Coop-supermarkt van 916 m² wvo en de Ekoplaza van 336 m² wvo, die een gezamenlijke parkeerplaats delen. Daarnaast zijn twee allochtone supermarkten in deze straten te vinden. Zoals gezegd bestaat het niet-dagelijks aanbod vooral uit zelfstandige winkels. Wel zijn er enkele formules aanwezig zoals Action, Wibra en Toys 1 Toys. Naast detailhandel heeft dit winkelgebied ook sterk horeca-aanbod. Parkeermogelijkheden aan de straat zijn beperkt en er is sprake van betaald parkeren.

Het overdekte winkeldeel rond het Diezerplein en Klein Grachtje hangt niet optimaal samen met de winkels aan de Thomas a Kempisstraat en de Vechtstraat. Het overdekte winkelgebied heeft als belangrijkste trekkers de Albert Heijn van ca. 2.000 m² wvo en Lidl van 615 m² wvo. Combinatie van deze supermarkten op deze locatie maakt het een sterk en complementair supermarktcluster. De supermarkten worden aangevuld met een Kruidvat en diverse niet-dagelijkse winkels zoals Wibra en Shoeby. Er is enige leegstand in het overdekte winkeldeel. Parkeren is mogelijk via het aparte parkeerdek boven dit winkeldeel. Er is wel sprake van betaald parkeren.

De Aldi-supermarkt aan de Bisschop Willebrandlaan hoort volgens Locatus tot winkelgebied Diezerpoort. In de praktijk heeft deze supermarkt echter een solitaire functie. Men bezoekt deze supermarkt vooral doelgericht. De Bisschop Willebrandlaan vormt een belangrijke fysieke barrière, waardoor aansluiting met het winkelgebied slecht is.

Concluderend kan worden gesteld dat het winkelgebied Diezerpoort in de praktijk niet als één geheel functioneert. Het overdekte winkeldeel functioneert redelijk, vooral door het sterke complementaire supermarktaanbod, maar er is wel enige leegstand. De winkelstraat Thomas a Kempisstraat en Vechtstraat hebben een duidelijk eigen profiel, met een combinatie van winkels in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Wel is routing en parkeren hier een probleem. De Aldi-supermarkt is van beperkte omvang en heeft vooral een buurtverzorgende functie. De solitaire ligging zorgt er voor dat weinig samenhang met het winkelgebied bestaat en dat het vooral doelgericht bezocht wordt. Diezerpoort grenst direct aan de binnenstad, waardoor het parkeerdek en de overige parkeerplaatsen als belangrijk bronpunt dienen voor de binnenstad. Nadeel hiervan is wel dat de parkeercapaciteit hiermee niet altijd ten gunste komt van de winkels in en rondom Diezerpoort.

Sterkten	Zwakten
- Zeer ruim supermarktaanbod - Ruim en uniek niet-dagelijks aanbod - Nabij de binnenstad	- Beperkte samenhang - Betaald parkeren - Onlogische routing

Hogenkampsweg

Het winkelgebied Hogenkampsweg heeft vooral een buurtverzorgende functie. Jumbo van 1.449 m² wvo is de belangrijkste trekker. Het dagelijks aanbod wordt verder aangevuld met een drogist, Primera en een slijter. Daarnaast zijn er twee winkels in de niet-dagelijkse sector gevestigd, namelijk een bloemenwinkel en een kledingzaak. Er is een parkeerplaats aan de achterzijde van Jumbo, met voldoende parkeermogelijkheden. Nadeel is echter, dat er weinig samenhang bestaat tussen Jumbo en de overige winkels. De overige winkels liggen aan de overzijde van de doorgaande weg in een aparte winkelstrip. De leegstand is hier ook relatief fors.

Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid) - Supermarkt van moderne omvang - Ruim parkeren	- Veel leegstand in winkelstrip - Weinig samenhang winkelstrip en supermarkt

Campherbeeklaan

Belangrijkste trekker is de Coop-supermarkt van 494 m² wvo. Deze wordt aangevuld met een groenteboer, bakker, slager en een slijter. Hierdoor heeft de Campherbeeklaan een sterk dagelijks aanbod. De supermarkt is echter wel van beperkte omvang. Er zijn voldoende parkeermogelijkheden.

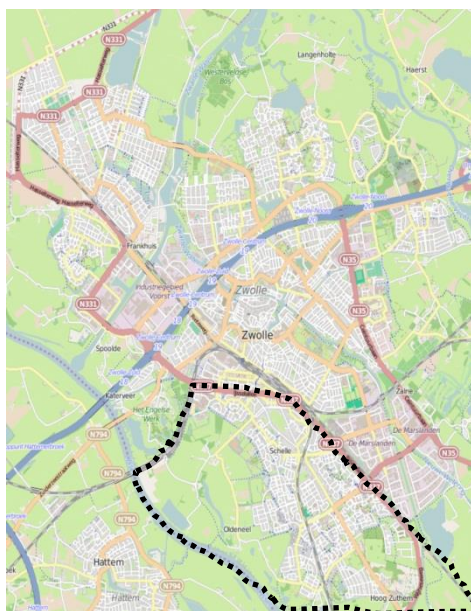
Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid) - Ruim dagelijks aanbod	- Supermarkt van beperkte omvang

Roemer Visscherstraat

Het betreft een solitaire Spar-supermarkt van beperkte omvang met eigen parkeerplaats. Opvallend is de solitaire ligging centraal in de wijk.

Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid)	- Supermarkt van beperkte omvang

E. Stadsdeel Zuid



- Stadsdeel Zuid omvat de wijken: Schelle, Ittersum en Soestweteringlanden (Windesheim).
- Deze wijken beschikken over 23 winkels in dagelijkse sector met een totale omvang van bijna 6.303 m² wvo.
- De wijken tellen ca. 30.760 inwoners.
- Het dagelijkse aanbod bedraagt daarmee bijna 205 m² wvo per 1.000 inwoners, en is daarmee in vergelijking tot het Zwolse gemiddelde relatief beperkt.
- De belangrijkste winkelgebieden zijn Zwolle-Zuid, Forelolk en een solitaire supermarkt aan Sellekamp.

Zwolle-Zuid

Het winkelcentrum Zwolle-Zuid functioneert als stadsdeelcentrum. Belangrijkste trekkers zijn Albert Heijn van 2.226 m² wvo en Lidl van 796 m² wvo. De omvang van Lidl is beperkt en het totale supermarktaanbod is voor een stadsdeelcentrum in een stad zoals Zwolle relatief beperkt. Dit blijkt ook het feit dat Zwolle-Zuid in de dagelijkse sector ondervertegenwoordigd is. Verder zijn er diverse dagelijkse en niet-dagelijkse aanvullende winkels aanwezig. Het winkelcentrum heeft een verzorgde en moderne uitstraling. Er zijn ruim voldoende parkeermogelijkheden aan beide kanten van het winkelcentrum.

Sterkten	Zwakten
- Stadsdeelcentrum - Twee (complementaire) supermarkten van moderne omvang - Zeer ruimte parkeermogelijkheden	- Lidl van beperkte omvang - Relatief beperkt supermarktaanbod voor een stadsdeelcentrum

Forelolk

Belangrijkste trekker is C1000 van 690 m² wvo. Het dagelijks aanbod wordt aangevuld met een slijter en een bakker. Daarnaast is er een bloemenwinkel gevestigd. Er zijn voldoende parkeermogelijkheden. Het winkelgebied heeft een buurtverzorgende functie. Uitstraling is gedateerd.

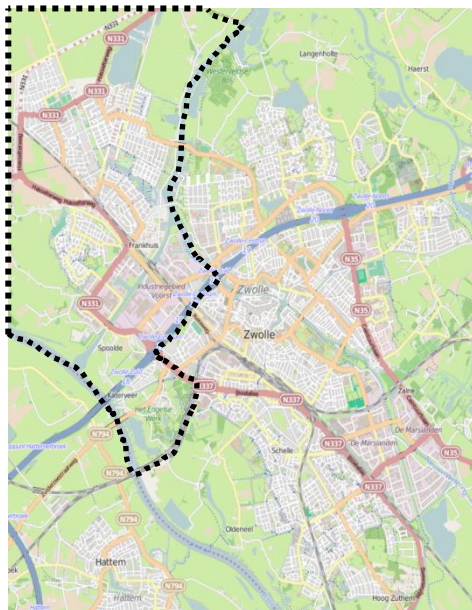
Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid) - Ruim parkeren	- Supermarkt van beperkte omvang - Gedateerde uitstraling

Sellekamp

Het betreft een solitaire Jumbo van 905 m² wvo met een buurtverzorgende functie. Parkeren is krap, maar er zijn wel voldoende parkeermogelijkheden. Winkelcentrum heeft een onlogische, verouderde ruimtelijke opbouw centraal in de wijk.

Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid)	- Krap parkeren

F. Stadsdeel West



- Stadsdeel West omvat de wijken: Stadshagen, Westenholte en Poort van Zwolle.
- Stadsdeel West beschikt over 17 winkels in dagelijkse sector met een totale omvang van 5.652 m² wvo.
- In deze wijken wonen ca. 28.117 inwoners.
- Het dagelijkse aanbod bedraagt daarmee bijna 201 m² wvo per 1.000 inwoners. In vergelijking tot het gemiddelde aanbod per 1.000 inwoners in Zwolle is dit relatief beperkt.
- De twee belangrijkste winkelgebieden zijn Stadshagen en Petuniaplein.

Stadshagen

Wijkcentrum Stadshagen heeft als belangrijkste trekkers Albert Heijn van 1.947 m² wvo en Jumbo van 1.375 m² wvo. Daarnaast zijn er diverse dagelijkse winkels, waardoor het wijkcentrum een zeer ruim en compleet dagelijks aanbod heeft. Het dagelijks aanbod wordt aangevuld met diverse niet-dagelijkse winkels. Er zijn voldoende parkeermogelijkheden, met een parkeergarage en parkeren op maaiveld. Er is wel enige leegstand aan de randen.

Sterkten	Zwakten
- Functie voor de wijk - Twee supermarkten van moderne omvang - Ruim voldoende parkeermogelijkheden - Moderne uitstraling	- Geen

Petuniaplein

Belangrijkste trekker is Jumbo van 778 m² wvo, aangevuld met een bakker, drogist en slijter. Parkeren is ruim, maar de doorgaande weg is een barrière tussen de parkeerplaats en Jumbo. Er is weinig samenhang tussen Jumbo en de winkelstrip.

Sterkten	Zwakten
- Functie voor de buurt (leefbaarheid) - Voldoende parkeermogelijkheden	- Weinig samenhang supermarkt en overige winkels - Doorgaande weg is barrière met parkeerplaats

BIJLAGE 2: SUPERMARKAANBOD ZWOLLE

Naam/Formule	Adres	m² wvo	Winkelgebied	Winkelgebiedstype
Goody Foods	Potgietersingel 1	637	Centrum Zwolle	Hoofdwinkelgebied groot
Albert Heijn	Dobbe 61	1.222	AA-landen	Wijkcentrum groot
Lidl	Dobbe 10	763	AA-landen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Dobbe 3	1.061	AA-landen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Assendorperstraat 71	1.003	Assendorperstraat	Binnenstedelijke winkelstraat
Jumbo	Sellekamp 24	905	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Boni	Deventerstraatweg 20	935	Deventerstraatweg	Buurtcentrum
Özen	Thomas A Kempisstraat 25	237	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
EkoPlaza	Vechtstraat 50	336	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Albert Heijn	Klein Grachtje 16	2.000	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
ALDI-Markt	Bisschop Willebrandlaan 28	502	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Salah Uddin	Vechtstraat 30	209	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Coop	Vechtstraat 60	916	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Lidl	Klein Grachtje 18	615	Diezerpoort	Binnenstedelijke winkelstraat
Jumbo	Hogenkampspassage 10	1.449	Hogenkampsweg	Buurtcentrum
Lidl	Van Der Capellenstraat 45	796	Zwolle-Zuid	Stadsdeelcentrum
Albert Heijn	Pijmanstraat 18	2.226	Zwolle-Zuid	Stadsdeelcentrum
Jumbo	Petuniaplein 23	778	Petuniaplein	Buurtcentrum
Albert Heijn	Wade 10	1.947	Stadshagen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Wade 102	1.375	Stadshagen	Wijkcentrum groot
Jumbo	Veemarkt 20	1.593	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Spar	Roemer Visscherstraat 19	350	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
ALDI-Markt	Rijnlaan 125	555	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Jumbo	Bachplein 14	1.085	Holtenbroek	Wijkcentrum klein
Lidl	Bachplein 11	954	Holtenbroek	Wijkcentrum klein
Coop	Campherbeeklaan 54	494	Campherbeeklaan	Buurtcentrum
C1000	Forelkolk 108	690	Forelkolk	Supermarktcentrum
Totaal		25.633		

BIJLAGE 3: FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE

3.1 Draagvlak

Bevolkingsomvang en –ontwikkeling

De gemeente Zwolle telt anno 2015 ca. 123.950 inwoners¹⁷. Er bestaan verschillende bevolkingsprognoses. De meest relevante bevolkingsprognoses zijn die van de gemeente Zwolle en het PBL/CBS¹⁸. De prognose van de gemeente is ten opzichte van het PBL/CBS iets positiever. Om de bevolking naar de toekomst toe zo goed mogelijk in te schatten hanteren wij voor de marktruimteberekening een gemiddelde van 130.005 inwoners voor 2020 in Zwolle. Na 2020 zal het aantal inwoners nog verder toenemen.

Tabel 3.1: Bevolkingsgroei gemeente Zwolle

	Gemeente Zwolle	PBL/CBS	Gemiddeld
2015	123.950	123.950	123.950
2020	130.910	129.100	130.005
2025	136.370	135.000	135.685
2030	n.v.t.	140.200	140.200

Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Zwolle bedraagt circa € 14.700,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt daarmee 2,6% lager dan het landelijk gemiddelde¹⁹. Bij een afwijking groter dan 5% is het bij distributie planologisch onderzoek gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen. In dit geval is een correctie dus niet noodzakelijk en zal het landelijk gemiddelde bestedingscijfer worden gehanteerd bij het berekenen van het functioneren. In Nederland wordt in de dagelijkse artikelsector gemiddeld circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking besteed²⁰.

Effect internet

De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen jaren zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met ongeveer 2% gestegen. Hoewel 2014 geen groei liet zien, is de verwachting dat de groei de komende jaren wel gestaag door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de

¹⁷ Bron: Gemeente Zwolle, o.b.v. voorlopig inwonertal december 2014.

¹⁸ Bron: PBL/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2013-2040

¹⁹ Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2012.

²⁰ Bron: Detailhandel.info, cijfers uit 2013, bewerking BRO

dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

Koopstromen

In het Koopstromenonderzoek Overijssel 2010 zijn de koopstromen van plaatsen in Overijssel onderzocht. Hieruit komt naar voren dat de dagelijkse sector in Zwolle een koopkrachtbinding heeft van 96%. De koopkrachttoevloeiing, het aandeel omzet van buiten Zwolle, was 13%. Naar verwachting zijn de koopstromen niet veel veranderd ook als gevolg van de supermarktinitiatieven zullen de koopstromen niet veel veranderen.

3.2 Functioneren en uitbreidingsruimte

In navolgende tabel is op basis van de hiervoor aangegeven gegevens een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijks artikelenaanbod in Zwolle. Hiervoor wordt de omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) als indicator gebruikt.

Tabel 3.2 Benadering functioneren dagelijkse sector Zwolle

	2015	2020
Aantal inwoners	123.950	130.005
Bestedingen per hoofd (€)	2.462	2.462
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	305,2	320,1
Koopkrachtbinding	96%	96%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	292,0	307,3
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	13%	14%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	43,6	50,0
Totale besteding (€ mln.)	335,7	357,3
Huidig wvo (m ²)	39.217	39.217
Omzet per m² wvo (€)	8.575	9.125
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	7.467	7.467
Uitbreidingsruimte (afgerond)	5.700	8.600

De gemiddelde omzet per m² wvo in de dagelijkse sector in Zwolle bedraagt € 8.575,-, wat hoger is dan het landelijk gemiddelde van € 7.467,-. Het dagelijks aanbod in Zwolle functioneert daarmee bovengemiddeld. Naar de toekomst toe wordt een stijging van het inwonertal verwacht. De bestedingen houden wij constant. De binding zal naar verwachting nagenoeg gelijk blijven. Op basis van de huidige omvang van het dagelijks aanbod bestaat er tot 2020 een uitbreidingsruimte van ca. 8.600 m² wvo. Waar deze uitbreidingsruimte binnen de gemeente Zwolle precies ontstaat, is op basis van deze berekening niet te zeggen. Als rekening wordt gehouden met de komst van een supermarkt van ca. 1.200 m² wvo op bedrijventerrein Voorst, een uitbreiding van C1000 (Albert Heijn) van ca. 200 m² wvo en een supermarktvestiging aan het Katwolderplein van ca. 1.200 m² wvo, blijft er nog 6.000 m² wvo distributieve ruimte over voor andere initiatieven.

Kwaliteit boven kwantiteit

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

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

