

Seinpost

ADVIESBUREAU BV

Distributieve verkenning Hoogerheide-centrum

Waalwijk, maart 2015

Distributieve verkenning Hoogerheide-centrum

Uitgebracht aan:
Gemeente Woensdrecht

Seinpost Adviesbureau BV
Drs. M.C.J. Romijn
Drs. M.J.M. Vaessen

Projectnummer: 34115

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Waalwijk, maart 2015

Inhoudsopgave

1	Samenvatting	1
2	Aanleiding	3
2.1	Vraagstelling en context	3
3	Huidige situatie	7
3.1	Verzorgingsgebied	7
3.2	Analyse detailhandelsstructuur Woensdrecht	8
3.3	Winkelaanbod regionaal	15
3.4	Overige winkelplannen	15
4	Trends en beleid	17
4.1	Trends	17
4.2	Beleid	17
5	Marktruimte dagelijkse sector	19
5.1	De marktruimte	19
5.2	Economische effecten supermarktenplan	21
6	Kwalitatieve overwegingen	25
Bijlagen		
Bijlage 1	Trends en ontwikkelingen in de detailhandel	31

1 Samenvatting

De gemeente Woensdrecht heeft Seinpost Adviesbureau gevraagd een distributieplanologische verkenning uit te voeren. Aanleiding is de structuurvisie voor Hoogerheide-centrum die voor het gebied tussen de Scheldeweg en de Raadhuisstraat wordt opgesteld. Daarin begrepen is een winkelplan om twee supermarkten hierheen te verplaatsen: de Aldi die momenteel in het centrum is gevestigd, en de Albert Heijn die buiten het centrum ligt aan de Doelstraat.

De gemeente Woensdrecht beziet welke mogelijkheden er zijn voor de verplaatsing van deze supermarkten. Het belangrijkste criterium voor de gemeente is of een dergelijk initiatief de huidige detailhandelstructuur versterkt of schaadt. Het gaat hierbij niet zozeer om een precieze kwantitatieve afweging van de economische effecten, maar veel meer om de kwalitatieve aspecten zoals de verhoging van het voorzieningenniveau, het versterken van de ruimtelijk-economische samenhang en het voorkomen van leegstand. Hierbij is rekening gehouden met de ladder voor duurzame verstedelijking waarbij onderbouwd moet worden dat sprake is van een actuele regionale behoefte aan een nieuwe ontwikkeling, en dat in die behoefte voorzien wordt door inpassing in bestaand stedelijk gebied.

Deze rapportage is tot stand gebracht middels deskresearch, data-analyse, benchmarkonderzoek, en een locatiebezoek. Het aanbod en de leegstand zijn geïnventariseerd in de gemeente en haar dorpen en het verzorgingsgebied is in kaart gebracht. Dat geldt ook voor de regionale positie van het winkelaanbod in de gemeente Woensdrecht en de relevante winkelplannen, de trends en het beleid. Er heeft afstemming plaatsgevonden met de gemeente en beide supermarktorganisaties.

De economische marktruimte schetst voor de periode 2020-2025 een beeld dat er 565 m² wvo dagelijks aanbod toegevoegd kan worden in Hoogerheide-centrum. Ondanks dat het plan van circa 1.100 m² wvo groter is dan de marktruime verwachten wij niet dat de economische effecten dusdanig zijn dat er een duurzame ontwrichting zal optreden van het voorzieningenniveau. Het gaat er daarbij om of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft zodanig dat zij op aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun dagelijkse inkopen kunnen blijven doen.

De economische effecten op de detailhandelstructuur zullen geringer zijn omdat twee bestaande supermarkten verplaatsen en worden opgeschaald en gemoderniseerd. Die omzetclaim is geringer dan wanneer sprake zou zijn van compleet nieuwe supermarktformules. Er vindt winkelconcentratie plaats in Hoogerheide-centrum waarvan de boodschappenfunctie sterk wordt verbeterd. Dat is goed voor de food-speciaalzaken, de niet-dagelijkse sector en de overige voorzieningen in het centrum. De andere dorpen van de gemeente zullen naar verwachting hun dagelijkse verzorgingsfunctie kunnen behouden.

De winkelconcentratie wordt gecombineerd met de afbouw van detailhandelsmeters buiten het concentratiegebied zoals de huidige Albert Heijn-locatie aan de Doelstraat en de Raadhuisstraat-Noord. Er is uitgebreid stil gestaan bij de aanpak van de leegstand door de gemeente en het terugbrengen van vigerende rechten op locaties die niet meer als detailhandel in gebruik zijn. Per saldo treedt er een vermindering op van het aantal potentiële detailhandelsmeters. Het supermarktenplan ligt in het verlengde van de recent opgeleverde centrumprojecten de Raadhuispassage en het Raadhuisplein. Er is aandacht nodig voor de herinvulling van de Aldi-locatie om in het zuidelijke deel van de Raadhuisstraat voldoende trekkracht te behouden. De aanpak van het zuidelijke deel van het plangebied Scheldeweg maakt hier deel van uit om het evenwicht in het centrum te behouden.

2 Aanleiding

2.1 Vraagstelling en context

Het supermarktenplan Hoogerheide-centrum

Het plan met de twee supermarkten in Hoogerheide-centrum omvat de volgende metrages:

- 2.100 m² bvo voor een supermarkt van Ahold inclusief Gall & Gall, en 200 + 400 m² voor overig commercieel aanbod en berging / opslag;
- 1.300 tot 1.550 m² bvo voor een supermarkt van Aldi (zie kaartje).

Tussen beide supermarkten is een parkeerplaats voorzien met 200 parkeerplaatsen, direct ontsloten vanaf de Scheldeweg. Via twee loop- en fietsroutes naar de Raadhuisstraat en het nieuwe Raadhuisplein wordt de fysieke relatie gelegd tussen het parkeer- en boodschappenbronzpunt en het bestaande centrumgebied. Aldaar is de 200 m² overig commercieel aanbod aan de Raadhuisstraat voorzien.

Figuur 2.1



Bron: gemeente Woensdrecht, bewerking Seinpost Adviesbureau

Met de verplaatsing van zowel Aldi Raadhuisstraat als de Albert Heijn Doelstraat wordt circa 1.100 m² wvo (500 m² + 600 m² wvo) dagelijks aanbod toegevoegd. Hierbij wordt uitgegaan van een Aldi van 1.300 m² bvo en is bij Albert Heijn het overige commerciële metrage meegerekend. De huidige AH-locatie aan de Doelstraat komt te vervallen en verliest de detailhandelsbestemming. De gemeente is van plan om ook van andere panden waar detailhandel niet langer gewenst is de vigerende detailhandelsbestemming af te halen. Dit fungeert als compensatie van de nieuw toe te voegen meters.

De locatie achter de huidige Aldi en de Raadhuispassage maakt ook deel uit van de structuurvisie Hoogerheide-centrum. Hier wordt de parkeercapaciteit uitgebreid, in combinatie met het creëren van een directe aansluiting op de Scheldeweg en de realisatie van een woningbouwprogramma. De verkeersdruk op de Raadhuisstraat wordt hiermee verminderd.

Door de gemeente Woensdrecht is aan Seinpost Adviesbureau gevraagd dit plan op zijn marktmogelijkheden en -effecten te toetsen en te onderbouwen. Daar wordt in dit rapport verslag van gedaan.

Europese Dienstenrichtlijn

De wetgeving op het gebied van branchering en ruimtelijke ordening is met de invoering van de Europese Dienstenrichtlijn voor branchering, ingrijpend veranderd. Ruimtelijk relevante redenen, zoals de afstand van de consument tot het aanbod, dienen deel uit te maken van de afweging. Argumenten vanwege concurrentie mogen hiervan geen deel uitmaken.

Concurrentieverhouding en wetgeving

Een verruiming van het (supermarkt)aanbod roept nogal eens vragen op bij belanghebbenden zoals gevestigde winkeliers. Volgens de huidige inzichten is het recht van de ruimtelijke ordening er niet om concurrentieverhoudingen te reguleren. Slechts als een duurzame ontwrichting van de bestaande verzorgingsstructuur dreigt, dient een gemeente medewerking te onthouden aan een nieuwe ontwikkeling. Zie in dat kader het handboek 'Hoofdlijnen ruimtelijk bestuursrecht' van Prof mr. P.J.J. van Buuren e.a. (achtste druk, Deventer 2010, pagina 54):

Ruimtelijke keuzen in bestemmingsplannen kunnen van invloed zijn op concurrentieverhoudingen tussen ondernemers in een bepaald gebied. De komst van een nieuwe, grote supermarkt kan een bedreiging vormen voor al gevestigde winkeliers. Het is echter vaste jurisprudentie dat een bestemmingsplan niet mag worden gebruikt voor het reguleren van concurrentieverhoudingen. Met gevestigde winkelvoorzieningen moet alleen in zoverre rekening worden gehouden, dat het ruimte bieden aan nieuwe detailhandelsvestigingen niet mag leiden tot een duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau. Voor de vraag of een duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau het resultaat zal zijn, komt geen doorslaggevende betekenis toe aan de mogelijkheid van overaanbod in het verzorgingsgebied en mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvestigingen, maar is doorslaggevend van belang of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft, in die zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun dagelijkse inkopen kunnen doen.

Uit jurisprudentie blijkt dat de bestuursrechter het belangrijk vindt dat er volgens de "Ladder voor duurzame verstedelijking" wordt gehandeld. Dat vraagt om een onderbouwing van de actuele regionale behoefte, en in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien. Dit kan door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins (Bro artikel 3.1.6, tweede lid).

De bestuursrechter vindt dit nodig vanwege de ontwikkelingen sinds 2008 waardoor de leegstand van winkelpanden fors is toegenomen en dit het woon- en leefklimaat kan aantasten. Door vergrijzing en het gebruik van digitale aankoopmogelijkheden (webshops) is er immers minder vraag naar winkelpanden.

De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaantvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.

Om een goede afweging te maken is inzicht in het functioneren van het winkelaanbod nodig, dat

geldt met name voor de dagelijkse sector en de supermarktbranche, en hun belang voor en relatie met het centrum. Er is een analyse opgesteld van de winkelstructuur in Hoogerheide, in die van de overige kernen van de gemeente en in de regio waaronder de Belgische grensstreek. Ook zijn eventuele initiatieven buiten de gemeente hierbij betrokken. Hierdoor ontstaat een zo compleet mogelijk beeld.

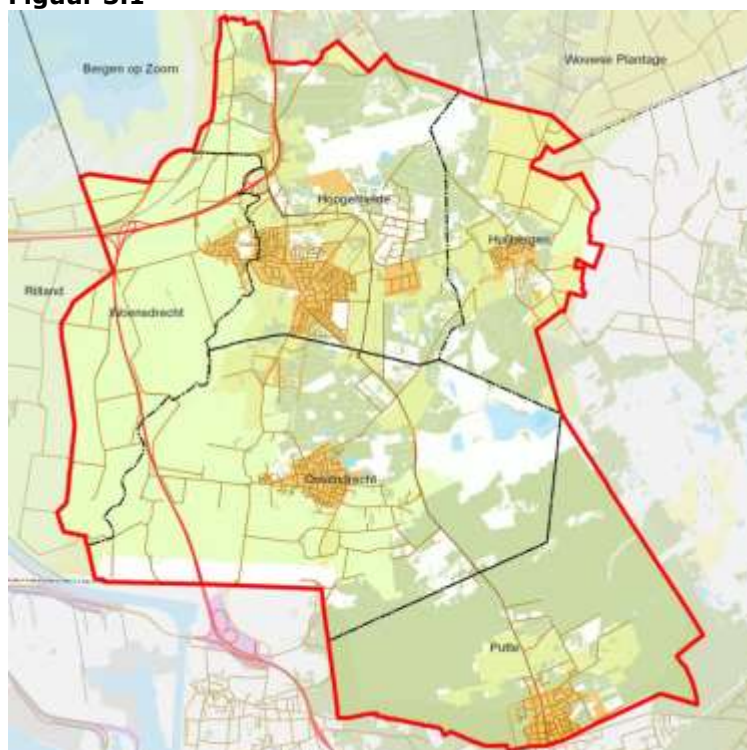
3 Huidige situatie

3.1 Verzorgingsgebied

De gemeente Woensdrecht ligt ten zuiden van Bergen op Zoom aan de rand van Noord-Brabant. Vanaf de snelweg A4 vormt dit de verbinding van en naar Zeeland en de Antwerpse regio. De gemeente wordt voor een groot deel omgrensd door Belgische grondgebied. De gemeente bestaat uit een landelijk gebied met een viertal dorpen: Hoogerheide / Woensdrecht, Huijbergen, Ossendrecht en het grensdorp Putte. De gemeente kent in totaal 21.650 inwoners (bron: CBS, 2013). Hoogerheide en Woensdrecht zijn aan elkaar gegroeid en kennen 10.550 inwoners, Huijbergen 2.140, Ossendrecht 5.240 en Putte 3.705.

De winkel- en centrumvoorzieningen in de gemeente vervullen in de eerste plaats een functie voor de eigen inwoners. Met name dankzij de Brabantse Wal zijn er aanvullend toeristisch-recreatieve bezoekers. De gemeente biedt ook circa 10.000 arbeidsplaatsen zoals op de bedrijventerreinen, met name rondom vliegbasis Woensdrecht (bron: Sociaal-economische analyse van de gemeente Woensdrecht, KvK). De toeristisch-recreatieve sector en werkgelegenheid genereren extra potentie voor de lokale voorzieningen. Vanuit de economische visie is het de ambitie om de gemeente op het vlak van wonen, werken en recreëren te versterken.

Figuur 3.1



Bron: Wikimedia.org

België

Ook voor de Belgische grensstreek vervult de gemeente Woensdrecht een verzorgingsfunctie. De nabij gelegen gemeente Kapellen kent 26.500 inwoners en de gemeente Stabroek 18.000. Beide gemeenten grenzen direct aan de grensplaats Putte. Oostelijker ligt de gemeente Kalmthout met 18.100 inwoners. In deze drie gemeenten wonen bijvoorbeeld 3.500 Nederlanders die vanuit hun achtergrond gewend zijn om de Nederlandse winkels te bezoeken. Maar ook voor Belgische klanten kunnen de Nederlandse producten en prijzen interessant zijn voor een winkelbezoek.

Uit het onderzoek naar grensoverschrijdende detailhandel vanuit de provincie Antwerpen (bron: IDEA Consult, jan. 2014) blijkt dat met name de gemeenten Baarle-Nassau en Woensdrecht een belangrijke functie vervullen die zich toespitst op de dagelijkse goederen en de horeca. De bezoekredenen zijn met name 'goedkoper' en 'het aanbod'. Het aantal bezoeken aan Woensdrecht zou per jaar op circa 154.000 liggen, gebaseerd op het bezoekgedrag van de huishoudens in de 18 gemeenten van de provincie Antwerpen. Hiermee scoort Woensdrecht op de vierde plaats van alle grensoverschrijdende koopbestemmingen in Nederland, na Roosendaal, Baarle-Nassau en Breda.

Uit de bezoekfrequentie blijkt dat Putte vooral wekelijks en 'meer dan eens per maand' wordt bezocht. In Hoogerheide-centrum ligt de nadruk op een wat lagere bezoekfrequentie. De grensoverschrijdende koopstromen hebben te maken met BTW- en accijnsverschillen (met name op brandstof en genotmiddelen), de openingstijden (zondagopening) of een andere sfeer en beleving. Dit blijkt ook uit andere grensoverschrijdende koopstroomonderzoeken zoals van ING en van Deloitte. Omdat ketens zoals Albert Heijn ook buiten Nederland locaties openen, vermindert voor de consument de noodzaak om over de grens te winkelen.

3.2 Analyse detailhandelsstructuur Woensdrecht

Omvang en spreiding

In bijgaande tabel hebben wij het winkelaanbod en de verkooppunten in de gemeente Woensdrecht op een rij gezet. De dagelijkse sector bestaat uit de supermarktbranche, de food-speciaalzaken en de persoonlijke verzorging: drogisterij, parfumerie en apotheek. De niet-dagelijkse sector bestaat uit alle overige detailhandelsbranches.

De totale gemeente beschikt over 122 winkelvestigingen met een omvang van bijna 30.000 m² wvo. Op 21.655 inwoners komt dat neer op 1.375 m² wvo per 1.000 inwoners. Landelijk ligt dat cijfer op 1.700 m² wvo (bron: Locatus Retail Facts 2014). Tien jaar geleden kende Woensdrecht 27.500 m² wvo (bron: regionaal koopstromenonderzoek West-Brabant). Het aanbod is dus (iets) gegroeid.

Tabel 3.1 Aanbod gemeente	v.k.p	M2 wvo
Detailhandel	122	29.765
<i>dagelijks</i>	42	11.300
<i>niet - dagelijks</i>	80	18.465
- <i>mode & luxe</i>	33	7.338
- <i>vrije tijd</i>	5	525
- <i>in/om huis</i>	34	9.203
- <i>detailh overig</i>	8	1.399
<i>leegstand</i>	34	7.176
Totaal	156	36.941
Alle v.k.p. incl. horeca-diensten	280	
% leegstand	12%	13%

Benchmark

De gemeente Woensdrecht heeft relatief veel dagelijks aanbod, en heel weinig niet-dagelijks aanbod. Dat was ook in 2004 / 2005 al het geval (bron: koopstromenonderzoek West-Brabant). Dit levert de volgende kencijfers op:

- Dagelijks per 1.000 inwoners: 522 m² wvo, tegen 345 m² wvo landelijk (50% plus). Na Baarle-Nassau scoort Woensdrecht het hoogste qua dagelijks aanbod per 1.000 inwoners.
- Niet-dagelijks: 853 m² wvo per 1.000 inwoners, 1.326 m² wvo landelijk (35% min).
- Gem. wvo per winkel: 243. Landelijk 280.

De leegstand nader toegelicht

In de gemeente staat volgens de definitie van Locatus 12% van de verkooppunten leeg, en 13% van het aantal m² wvo. In de weerbaarheidsanalyse van de winkelcentra in West-Brabant en Zeeland (BRO, 2012) lagen die percentages gemiddeld in deze hele regio op 14% en 10%. Het beeld van de gemeente Woensdrecht wijkt daarmee weinig af van West-Brabant, per kern zijn er echter verschillen. Landelijk liggen de leegstandscijfers lager.

Op gemeenteniveau staat 7.175 m² wvo leeg, dat zijn 34 panden. In totaliteit is 3.800 m² wvo hiervan ontstaan door 10 voormalige bankfilialen en horecabedrijven. Die metrages zijn niet bekend als dergelijke panden in gebruik zijn, maar worden nieuw toegevoegd aan het winkelbestand zodra de panden leeg komen te staan. Leegstaande bankfilialen en horecabedrijven zijn nauwelijks geschikt om te verbouwen tot een winkelpand omdat ze doorgaans specifiek voor zo'n (kantoor)functie gebouwd zijn. Een aantal voormalige bankfilialen in de dorpen is zelfs nog vrij nieuw. Dit schetst een vertekend beeld ten opzichte van de reguliere leegstand in winkelgebieden. Hiermee dient rekening gehouden te worden als dit soort metrages volledig worden meegerekend in een marktanalyse ten behoeve van het marktperspectief voor de detailhandel.

Als het getal van 3.800 m² wvo wordt afgetrokken van de 7.175 m² wvo leegstand, dan resteert nog 3.375 m² wvo aan lege winkelpanden in de gemeente. Dit is aan te merken als een marktconforme leegstand voor de reguliere winkelruimtes. Dan ligt de leegstand immers niet op 13% maar op 7% m² wvo. Dit is gelijk aan het landelijk gemiddelde (persbericht Locatus, 2014).

Volgens de definitie van Locatus is er circa 2.500 m² wvo structurele leegstand. Die panden staan al langer dan drie jaar leeg en zijn daarmee niet meer geschikt bevonden voor de winkelfunctie. Die zouden eigenlijk uit de markt genomen moeten worden en getransformeerd tot een bij voorkeur niet-commerciële functie zoals wonen, zorg of werken.

Overige panden met een detailhandelsbestemming

Naast het bestaande aanbod en de leegstand zijn er in de gemeente Woensdrecht de nodige panden die niet meer ingevuld worden met een commerciële functie en ook niet meer te boek staan als leegstand. Deze leegstand wordt niet meegeteld in dit rapport. Dergelijke panden staan niet meer te huur of te koop, zijn soms dichtgetimmerd en staan op de nominatie om gesloopt te worden. Deze panden kunnen nog wel een detailhandelsbestemming hebben. Het streven van de gemeente is om van deze panden de vigerende rechten af te halen indien ze buiten een winkelconcentratiegebied liggen. Bij de effectenanalyse komen we daar nader op terug.

Supermarktaanbod

De gemeente Woensdrecht beschikt over bijna 8.900 m² wvo aan supermarktaanbod. Op 21.650 inwoners is dat 411 m² wvo per 1.000 inwoners, landelijk ligt dat cijfer op 240 m² wvo, ofwel 70% boven de norm. Het betreft negen vestigingen van vijf verschillende formules. Dit zijn namelijk drie Albert Heijn-winkels, twee supermarkten van Aldi, twee EM-TÉ-winkels, een supermarkt van Jumbo en de dorpswinkel van Spar. De supermarkten zijn als volgt over de gemeente verdeeld (zie figuur 2.3). Qua segmentering valt op dat veel supermarkten een positionering kennen in het full-

service-segment, en Aldi eruit springt als enige aanbieder in het goedkope segment (zie figuur 2.4).

Figuur 3.2 Spreiding supermarkten



Bron: opentot.nl, selectie gemeente Woensdrecht

Figuur 3.3 prijs- en serviceniveau formules



Bron: Gfk panelservices en foodmagazine, zomerrapport 2014

Tabel 3.2 Supermarktaanbod gemeente Woensdrecht		M2 wvo
Hoogerheide / Woensdrecht		4.200
Jumbo (centrum)	Raadhuisstraat 87	1.050
Aldi (centrum)	Raadhuisstraat 130C	550
Albert Heijn (verspreid)	Huijbergseweg 21	1.200
Albert Heijn (verspreid)	Doelstraat 3	1.400
Huijbergen		300
Spar	Bergsestraat 10	300
Ossendrecht		1.900
Aldi	Hondseind 10	700
EM-TÉ	Hondseind 14	1.200
Putte		2.450
Albert Heijn	Antwerpsestraat 79	1.250
EM-TÉ	Antwerpsestraat 9	1.200
Totale gemeente		8.890

Bron: Locatus 2014

Hoogerheide / Woensdrecht (10.555 inwoners)

De woonkern Hoogerheide / Woensdrecht ligt strategisch ten opzichte van de andere woonkernen van de gemeente. Vanaf de snelweg A4 / A58 is hier de enige op- en afrit van de snelweg die de totale gemeente ontsluit op het landelijke verkeersnet. De provinciale weg N289 ligt nu oostelijk van Hoogerheide, maar de kortste en alternatieve route loopt nog via Hoogerheide langs het centrumgebied. Dit is de Scheldeweg.

In Hoogerheide is sprake van een ruim niet-dagelijks aanbod (70% van het detailhandelsmetrage) ten opzichte van het dagelijks aanbod (30%). Het detailhandelsaanbod bestaat uit winkels in het

centrumgebied en verspreide bewinkeling waaronder twee Albert Heijn-supermarkten, bouwmarkten, winkels in tuinartikelen etc. Beide Albert Heijn-locaties zijn opmerkelijk omdat ze solitair gelegen zijn buiten een winkelgebied. Met name de locatie aan de Doelstraat is bijzonder omdat deze excentrisch ligt ten opzichte van de woonkern nabij de snelweg en veel klanten trekt van buiten de eigen gemeente.

Het centrum vervult gezien het aanbod een verzorgingsfunctie voor de gehele gemeente: dat geldt met name voor de frequent benodigde niet-dagelijkse aankopen en in mindere mate voor het recreatieve winkelen. Voor de modische aankopen en het recreatieve verblijf wordt uitgeweken naar grotere plaatsen als Bergen op Zoom, Antwerpen, Roosendaal of Breda. De boodschappenfunctie in het centrum is ondersteunend maar heeft een belangrijke functie voor haar dagelijkse trekkracht. De trekkers van het centrum zijn de supermarkten van Jumbo en Aldi, Hema, Action, Blokker en Kruidvat, en in de mode Van de Ven, Henri's en Van Hoof. Wat betreft de supermarkten is Aldi te klein, gedateerd en beschikt niet over voldoende parkeren. Jumbo heeft een eigentijdse uitstraling met ruim parkeren aan de achterzijde.

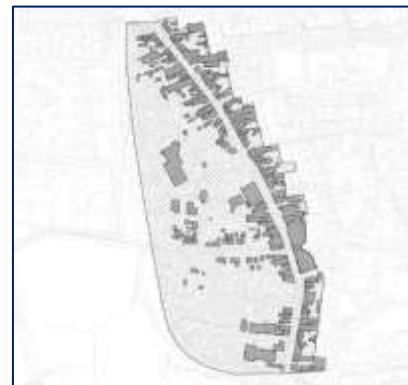
Tabel 3.3 Aanbod	Hoogerheide/Woensdrecht	
	v.k.p.	m ² wvo
Detailhandel	65	17.661
dagelijks	19	5.560
niet – dagelijks	46	12.101
- mode & luxe	22	5.097
- vrije tijd	4	445
- in/om huis	18	6.359
- detailhandel overig	2	200
leegstand	15	2.485
Totaal	80	20.146
Alle v.k.p.	139	
% leegstand	11%	8%

Bron: Locatus 2014

De centrumstructuur in Hoogerheide is langgerekt. De meeste winkels liggen in het zuidelijke deel van de Raadhuisstraat, de trekkers zijn goed verdeeld over de Raadhuisstraat. De belangrijkste parkeerbronpunten liggen ook verspreid over het centrum: het straatparkeren aan de Raadhuisstraat en enkele parkeerterreinen die hier vandaan bereikbaar zijn (Suijkerpoort, parkeren bij de Aldi, Action, Van der Meulenplein, Lucasplein e.d.).

Het aanbod is behoorlijk in beweging geweest met nieuwbouw waarbij met name is ingezet op verplaatsing, modernisering en concentratie.

Er is flink geïnvesteerd in de vernieuwing van het centrum. Na de realisatie van Suijkerpoort in 2004 is sprake van twee recente projecten:



- Raadhuispassage: 2.400 m² bvo met een nieuwe Action, deze is verplaatst vanaf een locatie in Ossendrecht. Er staat nog 1.390 m² bvo leeg aan de Hof van Holland. Deze passage wordt aantrekkelijker als het achtergelegen gebied wordt herontwikkeld. Dan ontstaat een tweede voorkant vanaf de Scheldeweg met extra parkeergelegenheid voor het centrumgebied;
- Raadhuisplein: hier is eind 2014 1.940 m² bvo nieuw aanbod toegevoegd: met een Hema, Shoeby, bakker, groentewinkel, bloemist, horeca en fitness. Een viswinkel is in gesprek voor een nieuwe vestiging, verder moet er dan nog één pand ingevuld worden;
- Er is op beide locaties sterk ingezet op verplaatsing vanuit de Raadhuisstraat-Noord. Hema is daarvan een voorbeeld, ook de groentewinkel en de bloemist (samen 250 m² wvo) zijn verplaatst naar het Raadhuisplein. Daarmee is in de Raadhuisstraat-Noord nog circa 750 m² wvo aan detailhandel achter (zes winkels) achter gebleven, en zes overige functies (horeca, ambacht).

Ossendrecht (5.240 inwoners)

Ossendrecht ligt op circa 5 kilometer afstand ten zuiden van Hoogerheide. Deze kern ligt dicht bij de Belgische grens en trekt daarmee ook Belgische klanten. Een groot hotel middenin het centrum genereert extra klandizie, dat geldt ook voor een tweede hotel aan de rand van het dorp.

Het winkelaanbod bestaat voornamelijk uit dagelijks aanbod, het niet-dagelijks aanbod is beperkt van omvang. De ruimtelijke structuur van het centrum is matig, met sterk verspreide bewinkeling in allerlei branches. Aan de Hondseind liggen beide supermarkten (EM-TÉ en Aldi) bij elkaar zodat de trekkers niet goed verdeeld zijn over het centrum. Hun voornaamste entrees liggen aan de achterzijde aan een ruime parkeerplaats. EM-TÉ heeft ook een ingang aan de straatzijde maar met weinig parkeren aldaar. Er is weinig relatie met de overige winkels in Ossendrecht. Beide supermarkten kennen een moderne omvang.

Tabel 3.4 Aanbod	Ossendrecht	
	v.k.p.	m ² wvo
Detailhandel	20	3.264
dagelijks	8	2.053
niet – dagelijks	12	1.211
- mode & luxe	3	470
- vrije tijd	-	-
- in/om huis	8	711
- detailh overig	1	30
leegstand	4	1.322
Totaal	24	4.586
Alle v.k.p.	59	
% leegstand	7%	19%

Bron: Locatus 2014

De leegstand in Ossendrecht is qua aantal verkooppunten normaal, maar naar metrage behoorlijk groot. Dat wordt voor een groot deel veroorzaakt door een tweetal leegstaande voormalige bankfilialen van 1.150 m². In een van beide is Action gevestigd geweest die nu in Hoogerheide-centrum zit.



Huijbergen (2.140 inwoners)

Huijbergen ligt op circa drie kilometer afstand van Hoogerheide-centrum. Dit kerkdorp beschikt over een zeer beperkt dagelijks en een relatief uitgebreid niet-dagelijks aanbod. De voorzieningen vervullen een lokale functie, met uitzondering van enkele grote lokale specialisten in de doelgerichte branches Woninginrichting en tuinartikelen.

Tabel 3.5 Aanbod	Huijbergen	
	v.k.p.	m ² wvo
Detailhandel	4	1.554
<i>dagelijks</i>	2	354
<i>niet - dagelijks</i>	2	1.200
- mode & luxe	-	-
- vrije tijd	-	-
- in/om huis	2	1.200
- detailh overig	-	-
<i>leegstand</i>	1	157
Totaal	5	1.711
Alle vkp	15	
% leegstand	7%	6%

Bron: Locatus 2014

De Spar heeft een beperkte omvang en vervult een dorpsfunctie voor de vergeten en hoog frequente boodschappen. Een Spar biedt vaak allerlei aanvullende service, diensten en acties om haar sociale functie in het dorp te vergroten. De Spar-formule geeft aan extra functies onderdak zoals een postagentschap, een stomerij, en een schoenmakerij-service, en start landelijk met een maaltijdservice (bron: Retailnews, 16-10-2014).

De winkel beschikt over beperkt parkeren in de straat en in de directe omgeving. Veel klanten komen te voet of op de fiets. De leegstand in het dorp is zeer beperkt van omvang.



Putte (3.705 inwoners, Belgische deel van Putte 6.000 inwoners)

Putte ligt op circa 10 kilometer afstand van Hoogerheide direct aan de Belgische grens. Door deze specifieke ligging vervult Putte een eigen en bijzondere verzorgingsfunctie. De klanten van buiten het dorp en dan met name de Belgen zijn goed voor liefst 73% van de omzet in de dagelijkse sector (bron: Distributieve verkenning Tervoplein Putte 2013). De 6.000 inwoners van het direct aangrenzende Belgische deel van Putte wonen in Kapellen en in Stabroek.

Tabel 3.6 Aanbod		Putte	
	v.k.p.		m ² wvo
Detailhandel	33		7.286
<i>dagelijks</i>	13		3.333
<i>niet – dagelijks</i>	20		3.953
- mode & luxe	8		1.771
- vrije tijd	1		80
- in/om huis	6		933
- detailh overig	5		1.169
<i>leegstand</i>	14		3.212
Totaal	47		10.498
Alle v.k.p.	67		
% leegstand	21%		20%

Bron: Locatus 2014

Het dagelijkse en niet-dagelijkse winkelaanbod is ongeveer gelijk verdeeld. Het centrumgebied heeft een langgerekte doch heldere structuur langs de Antwerpsestraat. Een tweetal parkeerplaatsen ligt ten westen van de Antwerpsestraat. Beide zijn via de parallel gelegen Sint Dionysiusstraat / Canadalaan bereikbaar. De parkeerplaatsen sluiten aan op de trekkers (de beide supermarkten) die goed verdeeld zijn over de Antwerpsestraat: met één in het zuidelijke (AH) en één in het noordelijke deel (EM-TÉ).

Het winkelaanbod langs de Antwerpsestraat is deels gedateerd en deels vernieuwd zoals de supermarkt van Albert Heijn en enkele verspreide winkels. Voor een aantal functies is de verzorgingsfunctie voor het Belgische achterland sterk teruggelopen. Hierdoor is leegstand ontstaan: een groot aantal banken is gesloten, de horeca staat onder druk, wat ook geldt voor de sexshops. Beide supermarkten blijven veel klanten uit België trekken.



3.3 Winkelaanbod regionaal

Het winkelaanbod in de gemeente Woensdrecht ondervindt concurrentie van de winkelgebieden in en buiten haar regio. Voor de dagelijkse boodschappen is die concurrentie beperkt, tenzij het aanbod onderscheidend is zoals over de grens met andere prijzen en een ander assortiment. Zoals gezegd liggen de BTW-tarieven en de accijnzen in België op een ander niveau dan in Nederland en wijzigen regelmatig. Een gewoonte is dat in België de brood- en banketzaken op zondagmorgen open zijn.

Over de grens is in Putte een AD Delhaize gevestigd van 1.200 m² vwo (bron: Distributieve effectrapportage Tervoplein Putte, 2013). Deze is op zondag alleen 's-morgens geopend tot 13 uur.

In de grensplaatsen van België is het volgende supermarktaanbod gevestigd:

- Stabroek: Albert Heijn, Aldi, Colruyt, Lidl
- Kapellen: Aldi en Carrefour
- Hoevenen: Aldi, Proxy, Carrefour
- Kalmthout: Aldi, Carrefour, Colruyt, Spar
- Berendrecht: Delhaize

Voor het recreatieve winkelen is het winkelaanbod in Bergen op Zoom, Roosendaal, Antwerpen (centrum, Wijnegem), in mindere mate Breda van belang. Die centra hebben veel meer te bieden dan het winkelaanbod in de eigen gemeente. Dat geldt ook voor het woonwinkelen op de perifere locaties zoals de Konijnenburgweg in Bergen op Zoom, Go Stores / Oostplein in Roosendaal, de woonboulevard Breda met de IKEA, of het perifere aanbod in België.

3.4 Overige winkelplannen

Voor de planvorming in Hoogerheide-centrum is het van belang de winkelontwikkelingen te benoemen die mogelijk van invloed zijn op haar verzorgingsfunctie.

Figuur 3.4 winkelontwikkeling Tervoplein



Bron: Kolpa Architecten, 10-12-2013

Aan het Tervoplein in Putte worden verschillende winkels herontwikkeld. De winkels worden tijdelijk uitgeplaatst, de EM-TÉ komt terug met een metrage van 1.600 m² bvo. Dit komt zo goed als overeen met haar huidige omvang. Totaal komt er 4.300 m² bvo nieuwe winkelruimte terug, voor een groot gedeelte herstructurering

In Bergen op Zoom is in mei 2014 de Albert Heijn XL gerealiseerd in het project De Zeeland aan de Markiezaatsweg. Voor de bewoners van Woensdrecht zal dit niet echt een boodschappen-bestemming worden, de winkel ligt niet echt op de route. Bij een bezoek aan Bergen op Zoom kan wel combinatiebezoek optreden. In Bergen op Zoom-Zuid komt een nieuwe Lidl aan de Laan van Borgvliet. Over de Belgische grens wordt in Kapellen de Aldi verplaatst naar de Kapelsestraat en in omvang verdubbeld naar 1.200 m² vwo. In Stabroek zijn geen plannen.

4 Trends en beleid

4.1 Trends

Op het winkelaanbod en de dagelijkse voorzieningen is een aantal algemene trends en ontwikkelingen van invloed. Deze zijn verwoord in bijlage één, zoals de invloed van de economische crisis, vergrijzing en de opkomst van het internetwinkelen. In het kader van het centrumplan in Hoogerheide zijn met name de schaalvergroting in de supermarktbranche en hun stijgende marktaandeel in de dagelijkse bestedingen van belang. Het marktaandeel van de digitale aankopen in de food groeit wel (zie bijlage) maar is nog relatief laag. Het blijkt kostentechnisch een lastige opgave om hieraan met bezorging of afhaalfaciliteiten geld te verdienen.

Het marktaandeel van de food-speciaalzaken staat onder druk, mede door vergrijzing in het ondernemerschap en deels het veranderende consumentengedrag. Omdat de detailhandelsbestedingen in de niet-dagelijkse sector al enkele jaren onder druk staan, is het voor de kleinere centrumgebieden zoals in Hoogerheide van belang om haar boodschappenfunctie te versterken. Hiermee wordt ingezet op vergroting van de trekkracht van het centrum waarvan de overige winkels kunnen profiteren. In de kleinere en middelgrote woonplaatsen waar de supermarkten uit het centrum verdwenen zijn, is de kans op leegstand groter.

Bij de vernieuwing van het supermarktaanbod kan tegelijkertijd worden ingespeeld op de laatste trends, zoals de inpassing van een afhaalpunt voor de eigen producten en voor andere aanbieders (Bol.com, Post.nl etc.) en voor overige digitale toepassingen. Bij een vrije winkelhoogte van ongeveer vier meter is sprake van een heel andere beleving en ontstaan nieuwe mogelijkheden om de winkel goed te presenteren en exploiteren.

Ook de openingstijden spelen een rol in de concurrentiestrijd tussen de gemeenten en hun winkelgebieden. De zondagsopening is in Nederland langzamerhand minder onderscheidend voor de grensdorpen, maar in België blijft die beperkt van omvang (maximaal zes wettelijke koopzondagen).

Ook relevant is dat Albert Heijn vestigingen opent in België waaronder in de grensstreek. Die slaan bij het Belgische publiek goed aan vanwege de prijs en de kwaliteit van het assortiment. Dit kan aanleiding zijn voor de Belgische consument om minder over de grens de boodschappen te doen. Aan de andere kant vergroot Albert Heijn daarmee haar kennis van de Belgische markt en werkt ook in Nederland samen met Belgische leveranciers. Dat kan de aantrekkingskracht op de klanten van over de grens naar Nederland een stimulans geven en wordt het aanbod 'Vlaamser'.

4.2 Beleid

De gemeente Woensdrecht heeft voor de periode 2014-2020 een economische visie opgesteld. T.a.v. de detailhandel is het streven naar een adequaat niveau van de winkels in alle kernen, en de clustering van de voorzieningen in het centrum. De nieuwe winkeltijdenwet biedt volgens deze visie veel ruimte voor de ondernemers. De gemeente is bezig een nieuwe detailhandelsvisie op te stellen. Van belang is om een goed zicht te krijgen op de trends en ontwikkelingen en een actief beleid te voeren ten behoeve van een solide detailhandelstructuur. Op deze wijze kunnen de ondernemers optimaal presteren en de consument zo goed mogelijk bedienen.

Concreet wordt nu wat betreft Hoogerheide ingezet op winkelconcentratie in de Raadhuisstraat-Zuid en -Midden. Het noordelijke deel vanaf de Flemingstraat zal worden afgebouwd. De ambitie is het winkelaanbod ter plaatse te verhuizen naar het midden- en zuidelijke deel van de

Raadhuisstraat.

Als vervolg op de regionale detailhandelsvisie West-Brabant 2014-2020 zal regionale afstemming plaatsvinden over de winkelplannen met mogelijke bovengemeentelijke effecten. De provincie heeft uitgesproken een meer sturende rol te willen vervullen bij de lokale winkelplannen, en zal daarom toetsen op de regionale afstemming. In de kernverzorgende centra wordt de grens gesteld op een uitbreiding van 2.500 m² bvo, de provinciale Verordening ruimte vereist daarboven regionale afstemming. De vraag is of het huidige centrumplan Hoogerheide daaronder valt. Bij sanering van de Doelstraat en achterlating van de Aldi-locatie komt er maximaal circa 900 + 1.560 m² bvo winkelaanbod bij, dit komt dicht bij de grens van 2.500 m² bvo. Gezien het geringe verschil wordt geadviseerd het plan regionaal voor te leggen.

5 Marktruimte dagelijkse sector

5.1 De marktruimte

Het is belangrijk te weten of er voldoende draagvlak is voor het bestaande dagelijkse aanbod waaronder de supermarkten. Daarbij ontstaat een gevoel bij de invloed die het supermarktenplan in Hoogerheide-centrum heeft. Hoewel de Dienstenrichtlijn niet toestaat concurrentieverhoudingen te regelen, is het wel raadzaam inzicht te hebben in het draagvlak voor dit type voorzieningen. Het is daarmee één van de aspecten waar wij voor de afweging naar kijken.

Bij het berekenen van draagvlak voor de dagelijkse sector en de supermarktbranche hanteren we specifieke uitgangspunten. Op de uitgangspunten (o.a. inwoners, bestedingen, koopkrachtbinding, toevloeiing, e.d.) zullen wij achtereenvolgens ingaan. Op basis van deze lokale uitgangspunten berekenen wij – met het Seinpostdraagvlakmodel – de marktruimte in de gemeente Woensdrecht, en de verdeling naar kern. Het DPO (distributieplanologische onderzoek) dat op deze wijze wordt uitgevoerd legt daarmee het verband tussen het aanbod en de vraagzijde (voornamelijk inwoners en Belgisch kooptoerisme en overige toevloeiing)). Bij deze analyse is uitgegaan van een termijn van 5 tot 10 jaar. Dat heeft te maken met de tijdsduur van eventuele planologische procedures en bouwprocessen. Ook dienen ondernemers zekerheden te worden geboden door te denken in dit soort termijnen, bijvoorbeeld i.v. m. afschrijvingen van investeringen.

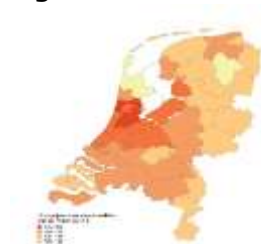
Bij het inwonertal gaan we uit van de laatste provinciale bevolkingsprognose. Die gaat uit van een kleine daling op gemeenteniveau naar 21.200 in 2025, maar wel een toevoeging van 300 woningen tot 2020. Omdat het centrumplan in Hoogerheide gepaard gaat met een woningbouwprogramma, wordt voor dit dorp uitgegaan van een kleine groei van 10.555 naar 10.650 inwoners medio 2020.

Wij hanteren het landelijk gemiddelde bestedingscijfer in de dagelijkse sector en bij supermarkten. De gemeentelijke inkomensindex ligt namelijk op 100 (CBS Wijken buurten 2013), zodat geen correctie naar boven of beneden hoeft plaats te vinden.

Voor de koopstromen zijn verschillende bronnen. In het koopstromenonderzoek uit 2005 zijn de onderlinge koopstromen tussen de dorpen in beeld gebracht. Dit vormt daarom het eerste uitgangspunt voor ons onderzoek. Verder zijn de DPO's en de updates n.a.v. de plannen met de Raadhuispassage, het Raadhuisplein en het Tervoplein in Putte, geanalyseerd. Bovendien is een actuele indruk van de herkomst verkregen vanuit supermarktorganisaties. Het koopstromenonderzoek van de provincie Antwerpen uit 2014 bevestigt het grensoverschrijdende koopgedrag en geeft ons een goed beeld over de totale grensoverschrijdende bestedingen in de gemeente Woensdrecht. Op basis van dit materiaal komen we tot de volgende koopstromen:

Tabel 5.1 Functioneren dagelijks winkelaanbod voor de hele gemeente en per kern

Woonkern	Gemeente	Hoogerheide	Ossendrecht	Huijbergen	Putte
Aantal inwoners	21.655	10.555	5.240	2.140	3.705
Binding	91%	92%	65%	40%	80%
Toevloeiing	39%	35%	40%	15%	73%
Totaal standaardconsumenten	32.305	14.939	5.677	1.007	10.778
Dagelijkse bestedingen	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350
Dagelijkse omzetpotentie	75.916.750	35.107.554	13.340.167	2.366.588	25.328.727
Dagelijks aanbod	11.300	5.560	2.053	354	3.333
Functioneren per m ² wvo	6.718	6.314	6.498	6.685	7.599
Norm vergelijkbare gemeenten	6.400	6.400	6.400	6.400	6.400
Functioneren per m ² wvo	Bovengem.	Normaal	Normaal	Bovengem.	Goed

Figuur 5.1

Bron: DTZ 2011

Er is gerekend met een normatieve vloerproductiviteit die iets lager ligt dan landelijk, Dat mag ook in dit soort grensregio's waar de huisvestingslasten per m² lager liggen dan gemiddeld in Nederland. Dat blijft uit het volgende kaartje met de supermarkthuren (Bron: DTZ 2011). We gaan uit van een correctie met min 10%.

Uit de tabel kan opgemaakt worden dat het dagelijkse winkelaanbod in de gemeente en in Huijbergen iets boven deze bijgestelde norm functioneert, In Hoogerheide en Ossendrecht het aanbod normaal functioneert en in Putte goed functioneert.

Hoogerheide uitgelicht

Het functioneren van het aanbod in Hoogerheide vraagt wellicht om een korte toelichting. De 35% koopkrachttoevloeiing naar Hoogerheide is gebaseerd op bepaalde marktaandeelen die het dagelijks aanbod in Hoogerheide behaalt in de omliggende dorpen. Dat marktaandeel ligt op circa 50% in Huijbergen, 25% in Ossendrecht en 10% in Putte. Deze marktaandeelen zijn afgeleid van de koopstromen in 2005 en zullen tussen 2005 en 2014 niet zoveel gewijzigd zijn. In het gemeentelijke metrage en aantal supermarktvestigingen is namelijk weinig veranderd op wat formulemutaties na. Het dagelijks aanbod in Hoogerheide dankt circa 20-25% van de omzet aan de bestedingen van de inwoners van deze dorpen. Verder is er sprake van circa 10 -15% overige toevloeiing, met name afkomstig uit België, in mindere mate dankzij recreanten en toeristen en diffuus (overige bezoekers, werkzame personen, elders van buiten de gemeente).

Op basis van deze uitkomsten komen we nu tot onze van de huidige en toekomstige marktsituatie in de kern Hoogerheide.

Tabel 5.2 Berekening maximale toekomstige (2014-2020) marktruimte dagelijkse sector Hoogerheide-centrum

<i>Jaar</i>	2014	2020-2025
<i>Draagvlak</i>	10.555	10.650
<i>Besteding</i>	2.350	2.350
<i>Bestedingspotentie</i>	24.804.250	25.027.500
<i>Binding</i>	92%	92%
<i>Omzetpotentie binding</i>	22.819.910	23.025.300
<i>Reguliere toevloeiing</i>	35%	41%
<i>Omzetpotentie totaal</i>	35.107.554	39.192.000
<i>Dagelijks / supermarktaanbod</i>	5.560	5.560
<i>Omzet per m² wvo berekend</i>	6.314	7.050
<i>Normatieve omzet per m² wvo (landelijk -10%)</i>	6.400	6.400
<i>Haalbaar aanbod</i>	5.486	6.124
<i>Uitbreidingsruimte</i>	0	565

In de berekeningen is rekening gehouden met een lichte bevolkingsgroei en een stijging de koopkrachtoevloeiing naar Hoogerheide van 35% in de richting van 40-42,5%. De trekkracht op de dorpen en de overige toevloeiing (België, recreanten e.d.) zullen iets groter worden, ook omdat het supermarktenplan goed bereikbaar is vanaf de Scheldeweg als ontsluitingsroute. Er zal vanuit de dorpen minder afvloeiing plaatsvinden naar de dagelijkse voorzieningen buiten de gemeente. De lokale koopkrachtbinding van Hoogerheide ligt met 92% al op een redelijk maximum.

5.2 Economische effecten supermarktenplan

De uitbreidingsruimte wijkt iets af van het plan om met de verplaatsing van zowel Albert Heijn als Aldi in totaal circa 1.100 m² wvo dagelijks aanbod toe te voegen. De vraag is wat er markttechnisch gebeurt als het plan de uitbreidingsruimte overschrijdt.

Alvorens hierop in te gaan wordt opgemerkt dat een moderne Aldi voor circa 150 tot 200 m² wvo wordt ingericht met niet-dagelijks assortiment. Dat heeft een actiematig en seizoensgebonden karakter. Die omzet zit niet in de dagelijkse bestedingen van de supermarktbranche. In werkelijkheid wordt er dan geen 1.100 m² wvo maar 900 – 950 m² wvo dagelijks aanbod toegevoegd.

Effecten op het dagelijks aanbod

Hoogerheide heeft op dit moment 5.560 m² wvo dagelijks aanbod, er wordt dus 17% aan dit aanbod toegevoegd. Omdat het niet om nieuwe supermarkten gaat maar om verplaatsingen in combinatie met een vergroting, kan niet verwacht te worden dat de omzet van beide supermarkten navenant zal stijgen. Als Aldi van 500 m² wvo groeit naar 1.000 m² wvo dan zal zij de nieuwe exploitatie niet kunnen baseren op een verdubbeling van de omzet. Albert Heijn wordt circa 200 m² groter. Voor beiden geldt de wet van de verminderde meeropbrengst. De supermarkten worden

ruimer ingericht, bieden meer comfort, met bredere gangpaden en een beter overzicht. De omzetclaim van de nieuwe meters is aanmerkelijk lager dan van de te verplaatsen meters. Verder wordt er 400 m² wvo kleinschalig aanbod toegevoegd die nog nader ingevuld moet worden. Wij gaan er vanuit dat dat ook dagelijks aanbod wordt.

Met name voor Aldi geldt dat zij haar nieuwe winkel veel efficiënter kan inrichten en exploiteren. Het assortiment blijft beperkt tot het vaste assortiment van 900 artikelen in het dagelijkse assortiment dat voor alle winkels hetzelfde is, aangevuld met de actiematige en seizoensgebonden non-food. Aldi is in de gemeente ook de enige supermarktformule in het discountsegment, en functioneert eerder aanvullend dan concurrerend met de full-service-supermarkten van Albert Heijn, EM-TÉ, Jumbo en Spar. Ook op de food-speciaalzaken heeft Aldi weinig effect omdat ze een zeer beperkt assortiment vers aanbiedt.

Voor Albert Heijn geldt een andere situatie. Die verplaatst van de Doelstraat naar het centrumgebied. Die heeft ook aan de Huijbergseweg een vestiging, net buiten het centrum. Er komen dan twee supermarkten van Albert Heijn¹ dichtbij elkaar te liggen: een moderne vestiging van circa 1.600 m² wvo, en een wat oudere vestiging met minder parkeren van 1.200 m² wvo. De verplaatsing van Albert Heijn zal op de Huijbergseweg meer omzeteffecten hebben dan op de andere supermarkten in de gemeente. Voor de Jumbo-, EM-TÉ of Spar-klanten is veel minder aanleiding om over te stappen naar een andere formule.

In het geval dat Albert Heijn haar vestiging aan de Huijbergseweg sluit, is de kans aanwezig dat zich hier een andere supermarkt vestigt. Wellicht is dat een 'verplaatser' vanuit elders in de gemeente, een compleet nieuwe formule is een alternatief. Of Ahold weet een non-food aanbieder te vinden die het huurcontract kan overnemen of verlengen.

De effecten van de nieuwe winkelruimte aan de Raadhuisstraat zullen niet zo groot zijn. Gall & Gall wordt in de Albert Heijn gevestigd, er komt dan nog 200 m² bvo aan de Raadhuisstraat en 400 m² bvo nader in te vullen berging / opslag. Wij gaan er vanuit dat deze meters in de dagelijkse sector worden ingevuld.

Effecten op het niet-dagelijks aanbod

In het supermarktenplan is alleen dagelijks aanbod voorzien. Het (beperkte) niet-dagelijks assortiment van Aldi is mogelijk van invloed op de niet-dagelijkse sector in Hoogerheide en de gemeente. Omdat dat assortiment door het seizoen sterk wisselt, zullen de effecten beperkt zijn.

Met de verplaatsing en vergroting van Aldi binnen het centrumgebied en de verplaatsing van Albert Heijn naar het centrumgebied zal de trekkracht van het centrum aanmerkelijk groter worden, de spreiding van de supermarkten wordt namelijk veel kleiner. Meer trekkracht is goed voor het totale centrumgebied en haar functies zoals de horeca, diensten en dus ook voor de versspeciaalzaken en de niet-dagelijkse winkels.

Specifieke effecten op de dorpen

In Huijbergen is een dorpssteunpunt gevestigd in de vorm van een Spar. Die zal wel gehandhaafd blijven gezien de afstand van drie kilometer tot Hoogerheide-centrum. Garantie is er echter niet te geven. De kleine Spar fungeert er vooral voor de vergeten en hoog frequente aankopen, en allerlei aanvullende diensten die kenmerkend zijn om te combineren met het boodschappen doen.

Ossendrecht gelegen op een afstand van vijf kilometer, beschikt over twee supermarkten die direct naast elkaar liggen. Ook hier zal de boodschappenfunctie gegarandeerd blijven. Een afstand van

¹ Het pand aan de Huijbergseweg is niet in eigendom van Albert Heijn, in tegenstelling tot dat aan de Doelstraat. Ahold heeft hier dus minder 'greep' op.

vijf kilometer is vooral voor het functioneren van full-service supermarkten groot. Dat Aldi hier gaat sluiten is niet voorzien. Aldi beschikt hier over een moderne en efficiënte winkel die ook klanten trekt uit België. Mocht deze i.v.m. de vergrote concurrentie uit Hoogerheide onverhoopt toch sluiten dan zal dit niet zoveel effect hebben omdat de EM-TÉ hier gevestigd blijft als (dan) enige supermarkt van het dorp. In dat geval verliest het winkelaanbod in Ossendrecht als geheel wel aan trekkracht maar de functie van de dagelijkse verzorging blijft overeind. Aandachtspunt blijft dat het winkelaanbod een verspreide ligging kent.

Putte ligt 10 kilometer verderop. Ze kent een geheel eigen verzorgingsfunctie met als Belgische grensplaats en het specifieke achterland. Haar boodschappenfunctie blijft zeker overeind, na de herontwikkeling van het Tervoplein is het dagelijkse winkelaanbod weer goed op orde. Het perspectief voor de niet-dagelijkse winkels in Putte heeft weinig relatie met het supermarktenplan in Hoogerheide.

6 Kwalitatieve overwegingen

6.1 Noodzaak van het supermarktenplan

De gemeente Woensdrecht heeft met het supermarktenplan de kans om een structurele impuls te geven aan haar belangrijkste centrumgebied. Op kleinere schaal is dat recent gebeurd met de Raadhuispassage en het sinds kort opgeleverde Raadhuisplein. Op beide locaties ligt de nadruk op de non-food gecombineerd met horeca. Op het Raadhuisplein is bovendien ruimte voor versspeciaalzaken.

Belangrijk is dat de boodschappenfunctie van Hoogerheide-centrum versterkt wordt. Die speelt nu een beperkte rol voor het centrumaanbod met alleen een Jumbo van een relatief moderne maat. De Aldi-supermarkt voldoet qua omvang en parkeren niet aan de huidige maatstaven (van de Aldi-organisatie) en zou onder normale omstandigheden gesloten worden. Door Aldi van een moderne omvang te voorzien, zal deze supermarkt als enige discounter van het dorp een belangrijke functie gaan vervullen, ook ondersteunend voor twee van de drie andere dorpen (Huijbergen, Putte). Door Albert Heijn te verplaatsen wordt een derde grote trekker toegevoegd aan het centrumgebied. Op de achter gelaten locatie is geen supermarkt meer mogelijk zodat sprake zal zijn van sanering van de vierkante meters.

Supermarkten genereren intensieve bezoekersstromen voor een centrumgebied. Een full-service supermarkt van een moderne omvang genereert om en nabij de 10.000 bezoekers per week. De overige winkels kunnen daarvan profiteren als een supermarkt in of tegen het centrumgebied aan ligt, zeker in tijden dat de bestedingen in de niet-dagelijkse sector onder druk staan. De synergie geldt natuurlijk met name voor de functies die een aanvullende functie vervullen op het boodschappen doen bij de supermarkt. Maar ook voor de overige functies waaronder voor de horeca, diensten, ambacht, vermaak en cultuur is die ruimtelijke relatie van belang omdat de locatie als bronpunt functioneert. Door de combinatie van verschillende bezoekenmotieven, aangevuld met het bezoek aan de weekmarkt, evenementen en niet-commerciële functies, worden aan de verblijfsduur en de bezoekfrequentie een stimulans gegeven. Het verblijfsklimaat is aanvullend op het woon- en werkklimaat in en rondom het centrum. Dat verdient daarom ook de nodige aandacht daarin te (blijven) investeren en het wonen en werken in en rondom het centrum te versterken.

6.2 Ruimtelijke effecten

Bekijken we nu het centrumgebied van Hoogerheide dan vormt de Raadhuisstraat de levensader in het centrumgebied. Hierdoor is sprake van een langgerekte structuur waarlangs verschillende deelgebieden zijn te onderkennen. De gemeente wenst dit langgerekte karakter in te perken door in het noordelijke deel, ten noorden van de Flemingstraat, de winkelfunctie af te bouwen. De focus komt dan op de Raadhuisstraat tussen de rotonde van de Scheldeweg / Putseweg tot aan de Flemingstraat. Deze kent dan een lengte van totaal ongeveer 550 meter, en vormt op de ontwikkelingskaart (op de volgende pagina) het geel gemarkeerde gedeelte van de straat.

Hierin kunnen verschillende deelgebieden onderkend worden, afhankelijk van de spreiding van de functies en het gebruik van de openbare ruimte. In het zuidelijke deel komt met het vertrek van Aldi de nadruk te liggen op de non-food, met functies als Blokker, Intertoys, Action tot aan de Kruidvat. Dit deel van het centrum bevat daarmee een belangrijk cluster met subtrekkers dat behouden moet blijven en versterkt moet worden waar dat mogelijk is (bijvoorbeeld indien een formule een schaa sprong wil maken).

In het middendeel ligt de nadruk op een mix van zowel boodschappen doen, het winkelen als het verblijf. Dat is te danken aan de mix van functies zoals de Kruidvat / Jumbo, Hema, en het nieuwe Raadhuisplein als verblijfsplein voor evenementen, ambulante handel e.d. Rondom liggen commerciële functies met de nadruk op vers, horeca en sport (fitness).

Figuur 6.1



Bron: gemeente Woensdrecht, bewerking Seinpost Adviesbureau

Zowel de bedrijvigheid gericht op het recreatieve en modische winkelen als de horeca (verblijfsfunctie) liggen verspreid over het zuidelijke en middendeel van de Raadhuisstraat, met

functies als Henri's, Shoeby, Van de Ven tot Van Hoof in het noordelijke deel.

Van belang is om het evenwicht in het centrum over deze lengte te bewaren hetgeen geen gemakkelijke opgave is. Ervaringen leren dat een afstand tot 300-400 meter vanaf een bronpunt het maximum in dit type kernen is voor de consument om af te leggen.

Ten noorden van het Raadhuisplein wordt achter de Raadhuistraat het supermarktenplan gerealiseerd. Met twee elkaar aanvullende supermarkten vormt dit straks een sterke concentratie. Het vertrek van Aldi in het zuidelijke deel maakt dit gebied wat meer kwetsbaar en zal gecompenseerd moeten worden door nieuwe trekkracht, zeker gezien het belang van de nieuwe Raadhuisspassage. Dit is nog een punt voor nadere uitwerking. Er kan gedacht worden aan verplaatsing van functies, of nieuwe toevoegingen zoals de volgende functies: een eerste gedachte zijn een biologische supermarkt, formules als Bristol, Tedi, Kik, Takko, een electrozaak (Mikro Electro) of sportwinkel.

6.3 Leegstand en herinvulling

De huidige leegstand in Hoogerheide omvat 2.485 m² wvo. Hiervan ligt 200 m² wvo in Woensdrecht (buiten Hoogerheide-centrum). Er resteert dan 2.285 m² wvo leegstand. Het merendeel hiervan is te vinden in de nieuwe Raadhuisspassage, namelijk 1.390 m²wvo. Die ontwikkeling is echter nog niet helemaal afgerond omdat de ontsluiting en het extra parkeren aan de achterzijde parkeren nog niet gerealiseerd zijn. Om de winkelruimten goed in te vullen zal maatwerk nodig zijn, anno 2014 is er geen sprake meer van een markt die bepaald wordt door het aanbod, maar veel meer door de vraag: welke pand- en omgevingskwaliteiten zijn er nodig voor potentiële afnemers, welke maatvoering is hierbij ideaal en zijn de contractafspraken passend/flexibel genoeg. Deze locatie is gericht op de ontwikkeling van de groene long in de directe omgeving in dit centrumdeel en past daarom bijvoorbeeld niet voor een supermarkt.

De overige leegstand omvat 895 m² wvo. Op het nieuwe Raadhuisplein is nog 125 m² bvo te verhuren als rekening gehouden wordt met de komst van de viswinkel. Zoals al aangegeven is het de ambitie om het winkelgebied te concentreren en de leegstand daarmee te verminderen. De gemeente pakt de panden aan die een vigerende detailhandelsbestemming hebben maar niet meer in gebruik zijn of als leegstand staan geregistreerd: met name buiten het concentratiegebied maar soms ook erbinnen (bijv. op verdieping). Die krijgen dan een andere bestemming.

In de Raadhuistraat-Noord zijn recent de groentewinkel en bloemist (samen 230 m²) verplaatst naar het Raadhuisplein. Het is hier de bedoeling de winkelfunctie af te bouwen.

In de te amoveren Raadhuistraat-Noord zit nog 750 m² wvo aan detailhandel, de 230 m² van de groentewinkel en bloemist is de enige leegstand. Dit deel van het centrum heeft weinig kwaliteiten om als winkelgebied te blijven overleven en moet meer gezien worden als een gebied met een gemengd milieu (aanloopgebied). Bij voorkeur wordt er gestreefd naar verplaatsing en concentratie in het midden- en zuidelijke deel van de Raadhuistraat. Met een belangrijke eigenaar zijn al afspraken gemaakt over het wegbestemmen van het detailhandelsgebruik.

Vigerende rechten en het saldo van het plan

De ontwikkelaars van de supermarkten en de herontwikkeling van de voormalige ABN-Amro bank zijn bereid om 2.315 m² + 1.600 m² in te leveren aan vigerende rechten.

Op de locatie Albert-Heijn gelden al vigerende rechten voor 1.200m² en op de voormalige ABN-Amro voor 600 m².

Nieuw:

- 2.700 m² AH/Overig
- 1.560 m² ALDI
- 1.200 m² Blokker/speelgoedzaak uitbreiding op locatie ABN-Amro

De totale toevoeging aan nieuw metrage komt daarmee op 5.460 m².

Volgens opgave van de gemeente is aan vigerende rechten aanwezig of komt te vervallen:

- 1.940 m² huidige AH Doelstraat
- 1.200 m² vigerende rechten locatie nieuwe AH
- 600 m² vigerende rechten locatie ABN Amro
- 1.800 m² vigerende rechten locatie naast Raadhuispassage
- 400 m² vigerende rechten Raadhuisstraat 33
- 400 m² vigerende rechten Raadhuisstraat 22
- 765 m² vigerende rechten Raadhuisstraat 28
- 300 m² vigerende rechten Raadhuisstraat 30
- 850 m² vigerende rechten Raadhuisstraat 57/59

Dit komt totaal op 8.255 m².

Per saldo wordt 2.795 m² aan vigerende rechten aan het centrum onttrokken.

In de nabije toekomst zal in de praktijk blijken dat deze meters iets gaan afwijken door nieuwe inzichten of iets andere mutaties. De conclusie luidt echter dat er door de planvorming en alle inspanningen die de gemeente hiermee tegelijkertijd oppakt, per saldo een vermindering ontstaat van het planologisch beschikbare areaal aan panden (en terreinen) met winkelbestemming.

De gemeente voert een actief leegstandsbeleid als vervolg op de economische visie met de werkgroep leegstand waarin de gemeente een regierol vervult. In deze werkgroep worden contacten gelegd tussen eigenaren en (potentiële) gebruikers van winkelplanden in de gemeente. De gemeente heeft zich bovendien al bereid verklaard beschikbare woningcontingenten in te zetten als dat nodig is om te komen tot een gewenste herontwikkeling waarbij de winkelbestemming wordt verwijderd.

Conclusie

Wat betreft de Ladder van duurzame verstedelijking luiden de conclusies:

- Aangetoond is dat er wordt voldaan aan de eis van de actuele regionale behoefte (trede 1);
- Binnen het stedelijke gebied is een herontwikkelingslocatie gevonden die aantoonbaar de centrumstructuur als geheel versterkt (zowel ruimtelijk als functioneel), terwijl er elders in het centrum geen panden beschikbaar zijn om geschikt te maken voor nieuwe supermarkten (trede 2);
- Dat leegstand voor zover die zou kunnen optreden concreet wordt aangepakt (zowel organisatorisch via een speciale werkgroep, als instrumenteel via bilaterale afspraken door de gemeente samen met vastgoedpartijen en het inzetten van beschikbare woningcontingenten).

Per saldo is bovendien sprake van een afname van beschikbaar winkelareaal.

Bijlage 1 Trends en ontwikkelingen in de detailhandel

Algemene detailhandelsontwikkelingen:

Prijsbewuste consument: de consument wordt steeds prijsbewuster door de recessie en doordat er meer informatie is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet zoals bij webshops, reviews of via de sociale media, of gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijzen te vergelijken. Het gevolg hiervan is prijsdruk. Hierdoor worden de winstmarges lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken.

Stagnatie in detailhandel: de consumptie van huishoudens is in 2011 en 2012 met -2,5% gedaald ten opzichte van 2010. De Nederlandse detailhandel blijft in 2013 en 2014 krimpen. Na een daling van 2,5 procent in 2012 ten opzichte van 2011 is de omzet in 2013 met 2,1 procent achteruit gegaan en in 2014 is de voorspelling minus 0,2 procent (bron: ING Economisch Bureau), in werkelijkheid is tot en met juli sprake van een groei met 0,3%.

Economische situatie: belangrijkste verklaring voor detailhandelskrimp is de terughoudendheid bij consumenten vanwege de economische situatie. De economie trekt de laatste tijd weer wat aan maar de koopkracht blijft nog onder druk staan en de werkloosheid loopt nog niet terug. Hoewel met name de non-foodbranche dat merkt, is ook de volumegroei in supermarkten minimaal.

Vergrijzing: vrijwel zonder uitzondering zijn de regio's met een hoge leegstand ook de regio's die al sterk zijn vergrijsd en waar het inwonertal terugloopt. Uit onderzoek van het NIBUD blijken 65-plussers per maand circa 30% minder uit te geven aan onder andere kleding, voeding, persoonlijke verzorging dan personen jonger dan 65 jaar. Vergrijzing zorgt dus daadwerkelijk voor teruglopende detailhandelsbestedingen in een regio.

Winkeltrouw: een ander aspect van de houding van de consument is dat de winkeltrouw afneemt. De consument is steeds minder vast en vasthoudend in de keuze van de winkel. Mensen bezoeken meer formules. Men wisselt op basis van prijs, aanbiedingen, assortiment, sfeer en beleving in de winkelomgeving et cetera. Dit uit zich in afnemende bindingen en (logischerwijs) stijgende af- en toevloeiing. Onderzoek van Seinpost (2010) bevestigt dit beeld².

Branchevervaging: winkels verkopen steeds meer branchevreemd aanbod: supermarkten verkopen computers en huishoudelijke artikelen, bouwmarkten verkopen (tuin)meubels, drogisterijen worden meer warenhuizen et cetera. Een goed voorbeeld van een winkel die nauwelijks meer in een branche is in te delen, is Action. Slechts 35% van het aanbod is vast, de overige 65% bestaat uit wisselend aanbod. Een verdergaande vorm van branchevervaging bestaat uit (nieuwe) combinaties van detailhandel, diensten-ambacht en/of horeca in één ruimte, waaronder de shop-in-shop-concepten.

Minder zelfstandige ondernemers: vergrijzing van het ondernemersbestand zonder bedrijfsopvolging leidt er toe dat steeds meer zelfstandige ondernemers stoppen. Zelfstandige winkeliers krijgen het steeds moeilijker hun positie te verdedigen, onder andere vanwege de beperkte investeringsmogelijkheden in vergelijking met winkelketens.

Knooppunten: de winkelvoorzieningen op de verkeersknooppunten worden steeds verder uitgebreid. Denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling van winkels op NS-stations, vliegvelden, in ziekenhuizen, bij kantoor- en onderwijslocaties e.d. Het gaat om specifieke behoeften op die plek en dat tijdstip en passend bij de doelgroep.

Schaalvergroting: de consument wil een ruim aanbod waarbij het mogelijk is om te vergelijken. Het gevolg hiervan is dat de winkelvoorzieningen in Nederland steeds meer producten aanbieden, waardoor de schaal van winkels toeneemt. De uitstraling van de winkel en de presentatie van producten wordt belangrijker. Ook dit vraagt meer ruimte. Tot slot vragen e-commerce en multichannel-strategieën om meer ruimte voor bijvoorbeeld ophaalpunten en voorraad (bron: CBRE). Maar het kan ook tot schaalverkleining leiden als een deel van het assortiment online aangeboden wordt vanuit de winkel.

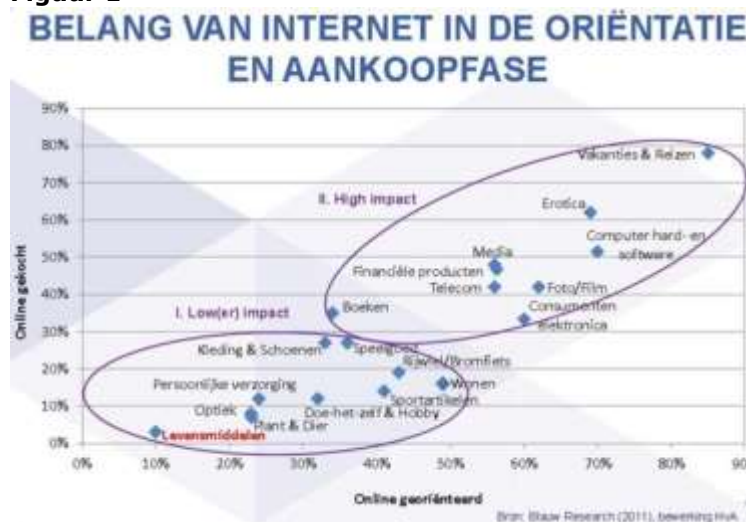
² Het betreft een actualisatie van het koopstromenonderzoek van E.J. Bolt, 'Winkelvoorzieningen op waarde geschat', 2003

Superspecialisatie: een ten opzichte van branchevervaging tegenovergestelde trend.

Supergespecialiseerde winkels verkopen slechts één product(groep). Deze winkels worden 'monowinkels' genoemd en zijn met name in de grote steden te vinden. Door internetverkoop en -marketing weten zij een groot publiek te trekken.

Webwinkels: in 2013 is het internetaandeel in de Nederlandse detailhandel gestegen naar € 5,5 miljard (bron: HBD en Thuiswinkel.org), dit is ongeveer 9% meer dan in 2012. Ter vergelijking, de totale winkelbestedingen daalden met -2,2% en in de non-food met -5,5% in 2013). Het internetaandeel varieert sterk per branche, maar neemt in vrijwel alle branches toe. Fysiek en online verkoop gaan volledig integreren. In sectoren waar het fysieke product door technologische ontwikkelingen volledig verdwijnt zullen winkels verdwijnen of hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afhaal en beleving.

Figuur 1



Toegevoegde waarde winkelgebieden: Voor winkelgebieden geldt dat zij steeds meer zullen moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.

Verruiming winkeltijden: vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van openingstijden toe. Veel gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentra als woonboulevards en outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om later open te gaan en later te sluiten of de koopavond op te heffen.

Ontwikkelingen dagelijkse sector:

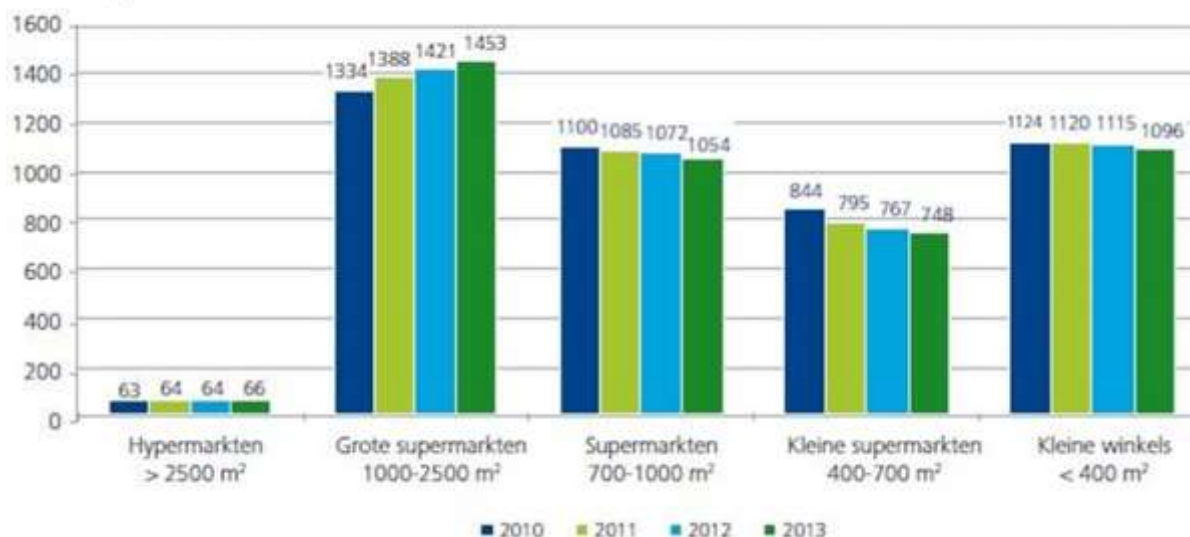
Toenemende oriëntatie op supermarkt: het marktaandeel van supermarkten in het food-assortiment is toegenomen. Landelijk ligt de oriëntatie inmiddels op 88%, wat betekent dat van elke bestede euro 88 cent in de supermarkt terecht komt (en 12 cent bij speciaalzaken)³.

Schaalvergroting in de supermarktbranche: het aantal grotere supermarkten vertoont een stijgende lijn, het aantal kleinere supermarkten neemt af. Bestaande supermarkten worden vergroot om het assortiment uit te breiden en beter te presenteren en om meer comfort te bieden aan de klant. Het aantal hypermarkten groeit nauwelijks in Nederland, een uitgebreid assortiment non-food zoals in de buitenlandse supermarkten slaat in Nederland niet goed aan.

³ Bron: HBD en CBS

Figuur 6.2

Aantal supermarkten



Bron: Deloitte, 2013

Toename omzet en bezoekfrequentie supermarkten: De supermarkt omzet stijgt in 2013 met 2 procent ten opzichte van een jaar eerder. Dat blijkt uit de laatste CBS-cijfers, met een jaaromzet van rond de 33 miljard euro.

Combinatiebezoek van supermarkten: consumenten bezoeken meer formules dan vroeger. Zij hebben doorgaans een vaste servicesupermarkt als eerste aankoopplaats, maar bezoeken daarnaast afwisselend andere supermarkten. Een discounter als ALDI of Lidl is vaak de tweede of derde aankoopplaats. Combinatiebezoek met andere winkels vindt bij discounters weinig plaats. De afnemende winkeltrouw betekent ook dat consumenten sneller voor (discount)aanbod naar andere plaatsen reizen, als dat in de eigen plaats niet op orde is. Dit uit zich in afnemende bindingen en (logischerwijs) stijgende af- en toevloeiingen.

Afname aantal versspecialisten: er is een aanzienlijke afname in onder meer het aantal versspecialisten. Het aantal slagers, groentezaken en in iets mindere mate bakkers is teruggelopen tot ongeveer de helft van tien jaar geleden. Prijzenoorlogen versterken dit proces, waarbij overigens echt onderscheidende specialisten met bijzondere service en assortiment zich redelijk tot goed staande kunnen houden. In die zin zie je dat de specialisten zich verder gaan onderscheiden van de supermarkten met directe consumptie en afhaalfuncties, catering e.d. en dat specialisten elkaar opzoeken in een versconcentratie maar dan moet wel sprake zijn van een voldoende groot verzorgingsgebied.

Opkomst gespecialiseerde supermarkten: de laatste jaren zien we een duidelijke trend met de opkomst van biologische en allochtone supermarkten die zich steeds verder professionaliseren en waar ook schaalvergroting optreedt. Er zijn zelfs supermarkten voor restpartijen, diepvriessupermarkten en andere gespecialiseerde vormen maar die ontwikkelen zich nog niet zo gestaag.

Online boodschappen doen

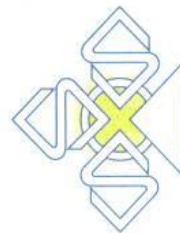
Jaarlijks voert Flycatcher (in opdracht van Deloitte) het onderzoek Consumententrends in de supermarkt uit. In 2013 bleek uit het onderzoek dat de impact van de crisis op het consumentengedrag verder toenam. Dit jaar laat het onderzoek zien dat er een verdubbeling van 'online shoppers' is. Bijna 6% van de Nederlandse consumenten bestelt weleens boodschappen online, in 2012 was dat 3%. De frequentie van de bestellingen door de online shopper is daarnaast met meer dan 70% gestegen, waardoor de online bestedingen sinds vorig jaar zijn verdrievoudigd. Dit komt neer op een groei van afhaalpunten in de winkel en met pick-up-points en met de bezorgfaciliteiten. Hoewel het aantal consumenten dat online bestelt toeneemt en ook de frequentie van deze bestellingen een stijgende lijn laat zien, nam de besteding per bestelling

afgelopen jaar juist 20% af. Zo bestelde de online shopper in 2013 nog voor 103 euro aan levensmiddelen per bestelling en is dit bedrag in 2014 gedaald tot gemiddeld 76 euro per bestelling. Paul Op Heij, partner bij branchegroep Retail van Deloitte: "Het aantal supermarkketens dat deze online service aanbiedt, is toegenomen. Zij hanteren lagere of geen minimale bestelgrootte. Bestaande aanbieders hebben in navolging hiervan hun minimale bestelgrootte ook verlaagd of afgeschaft en dit zorgt voor een gemiddeld lagere besteding per bestelling. Ondanks de lagere besteding per bestelling, zijn de totale online bestedingen in levensmiddelen verdrievoudigd."

Beweegredenen bezoeken supermarkt

Voor 45% van de consumenten is de belangrijkste reden om niet online te kopen, de wens om de producten eerst te bekijken of vast te houden. Daarnaast worden de extra verzendkosten door 43% van de consumenten als reden genoemd om levensmiddelen niet online te kopen. Op Heij vervolgt: "Van de consumenten die nu niet online bestellen, is 15% van plan dit wel te doen als hun eigen supermarkt deze service gaat aanbieden. Verder is 10% van deze consumenten bereid om over te stappen naar een andere supermarkt indien de eigen supermarkt deze service niet aanbiedt."

Een kwart van alle consumenten doet weleens boodschappen in het buitenland, waarbij de supermarkten in Duitsland veruit het populairst zijn. Aan deze bezoeken wordt gemiddeld 725 euro per jaar besteed. Dit is ruim 3,5% van alle bestedingen aan levensmiddelen. Ook branchevervaging speelt een rol in de volumedruk bij Nederlandse supermarkten. Ongeveer 70% van de respondenten koopt weleens levensmiddelen op een andere plek dan in de supermarkt, vooral op de markt, bij HEMA en Action. Hogere kwaliteit en betere prijs worden vaak als beweegredenen genoemd.



Seinpost

ADVIESBUREAU BV

Oplegnotitie DPO Hoogerheide-centrum

Waalwijk, maart 2016

Oplegnotitie DPO Hoogerheide-centrum

Uitgebracht aan:
Gemeente Woensdrecht

Seinpost Adviesbureau BV
Drs. M.C.J. Romijn
Drs. M.J.M. Vaessen

Projectnummer: 36010

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Waalwijk, maart 2016

Inhoudsopgave

Oplegnotitie DPO Hoogerheide-centrum	1
Bijlage 1 Trends in de detailhandel	7
Bijlage 2 Belang supermarkten in structuur	11

Oplegnotitie DPO Hoogerheide-centrum

De gemeente Woensdrecht heeft Seinpost Adviesbureau gevraagd om de distributieve verkenning (DPO) voor Hoogerheide-centrum te actualiseren. Het Seinpost-rapport dateert van maart 2015. Er is besloten om een oplegnotitie op te laten stellen met daarin de belangrijkste wijzigingen die sindsdien hebben opgetreden. Dat is handzamer dan een compleet nieuw DPO-rapport omdat deze oplegnotitie beperkt blijft tot de belangrijkste wijzigingen en de consequenties daarvan.

Er is met de oplegnotitie een actuele onderlegger beschikbaar die direct aansluit op de detailhandelsvisie 2016-2020 die voorjaar 2016 ter besluitvorming wordt voorgelegd aan de gemeenteraad. Ook in deze detailhandelsvisie zijn de meest actuele cijfers van Seinpost Adviesbureau meegenomen.

We gaan achtereenvolgens in op:

- Het actuele plan Scheldeweg Deelplan Noord;
- Nieuwe cijfers en inzichten rondom het draagvlak en het aanbod;
- De trends in de retail;
- Beleidsmatige ontwikkelingen;
- De marktberekening;
- De verwachte effecten.

Scheldeweg Deelplan Noord: het supermarktenplan

Aan de rand van het deelplan Noord aan de Scheldeweg is in de loop van 2015 de nieuwe Scheldeweg opgeleverd. De basis voor de ontwikkeling van het plangebied is hiermee gelegd. Het supermarktenplan aan de Scheldeweg / Raadhuisstraat (Deelplan Noord) is verder ontwikkeld. Aldi is voorzien op de standaardformaat van 1.350 m² bvo (1.100 m² wvo), Albert Heijn op 2.500 m² bvo (2.000 m² wvo). Aldi kiest definitief voor haar kleine variant van 1.350 m² bvo in plaats van de keuze tussen 1.300 m² of 1.550 m² bvo. De Albert Heijn wordt groter, het nieuwe metrage is inclusief de Gall & Gall. Begin 2015 werd uitgegaan van 1.600 m² wvo Albert Heijn (2.100 m² bvo) en 400 m² bvo overig dagelijks aanbod. Die ruimte wordt nu ingevuld met de Albert Heijn en Gall & Gall.



Bron: gemeente Woensdrecht, 5-2-2016

Met het sanering van Albert Heijn Doelstraat (1.400 m2 wvo) en de verplaatsing van Aldi Raadhuisstraat (550 m2 wvo) komt er per saldo 1.150 m2 wvo dagelijks aanbod bij. Omdat Aldi in een volwaardige winkel haar niet-dagelijks assortiment (actiematig, seizoensgebonden) zal uitbreiden komt er afgerond ongeveer 1.000 m2 wvo dagelijks aanbod bij.

Er komt geen commerciële ruimte direct achter de Albert Heijn aan de Raadhuisstraat, dat maakt per saldo 200 m2 bvo uit in het totale plan. De insteek is om de bewinkeling aan de Raadhuisstraat te concentreren tot en met het Raadhuisplein / Prins Bernhardstraat. De verbinding naar het supermarktenplan kan wel ondersteund worden door een levendige plint zoals beroep aan huis, dienstenfuncties in brede zin e.d. maar geen reguliere detailhandel. Die is voorbehouden aan het concentratiegebied dat ten zuiden hiervan ligt.

Er komt een volwaardige auto- en langzaam-verkeersverbinding tussen de parkeerplaats van beide supermarkten en de Raadhuisstraat / Flemingstraat / Lucasplein. Langs de verbindende straat komt haaksparkeren voor de bewoners in de omringende en bovengelegen nieuwe woningen. In het oude plan was dat een verbinding voor langzaam verkeer. Een voordeel is nu dat met een autoverbinding de ruimtelijk-economische samenhang tussen het centrale parkeerplein en de Raadhuisstraat sterk zal verbeteren.

Het totale plan voorziet in 210 parkeerplaatsen op het centrale plein voor de beide supermarkten (bron: Masterplan Scheldeweg, Parkeerbilans Deelgebied Noord). Daarmee wordt voldaan aan de parkeernormen volgens ASVV 2012 (Kencijfers parkeren en verkeersgeneratie CROW 2012). Op een locatie 'rest bebouwde kom in een niet-stedelijk gebied' gelden de hoogste parkeernormen. Voor een discount-supermarkt wordt uitgegaan van 6,8 tot 8,8 noodzakelijke parkeerplaatsen per 100 m2 bvo. Voor een full-service-supermarkt (middelhoog en hoog prijsniveau) op hetzelfde type locatie is dat 4,8 tot 6,8 per 100 m2 bvo. Bij 2.500 m2 bvo Albert Heijn en 1.350 m2 bvo Aldi komt de minimale parkeerbehoefte op 212 parkeerplaatsen. Omdat er ook sprake zal zijn van dubbelgebruik op het centrale en gezamenlijke parkeerplein voldoet de capaciteit aan de minimale normen.

Mogelijk volgt op termijn nog een fase twee met nieuwe functies in Deelplan Noord. Dat kan woningbouw zijn of andere commerciële ruimte die in hun eigen parkeerbehoefte moeten voorzien.

Draagvlak en aanbod in cijfers

Het aantal inwoners ligt per 1-1-2015 op 21.655 in de gemeente en 10.655 in de kern Hoogerheide / Woensdrecht. De grootste wijziging is Hoogerheide / Woensdrecht met 105 inwoners meer. Per 1-1-2016 ligt het gemeentelijke aantal inwoners op 21.680, de aantallen per kern zijn nog niet bekend.

Het winkelaanbod inclusief de leegstand is in de gemeente iets gedaald, van 36.941 m2 wvo naar 35.940 m2 wvo (bron: Locatus februari 2016 op basis van hun laatste inventarisatie in 2015¹). Aan deze wijzigingen liggen enkele individuele mutaties ten grondslag. In Hoogerheide / Woensdrecht zijn de verschillen niet zo groot: 100 m2 minder dagelijks aanbod, en 100 m2 wvo meer niet-dagelijks aanbod.

De leegstand is in de gemeente met 528 m2 wvo afgenomen, dat zijn zes panden minder. Dat kan mede te maken hebben met voormalige bankfilialen en horecapanden in de gemeente die nu niet meer als leegstand geregistreerd staan (zie Seinpost-rapport maart 2015). Soms hebben individuele mutaties grote consequenties op de leegstand per kern. De leegstand in Putte is teruggelopen, en in Huijbergen in metrage sterk gestegen. Een groter pand in de branche In/om huis is daar leeg komen te staan.

¹ De meest actuele situatie met het aanbod en de leegstand kan hiervan afwijken. Het aanbod muteert namelijk continu doordat ondernemers ermee stoppen, zich nieuw vestigen of van formule veranderen.

In Hoogerheide / Woensdrecht is de leegstand in verkooppunten van 11% naar 10% gegaan, en in m2 wvo met 8% gelijk gebleven. Van de leegstand ad 2.293 m2 wvo bevindt zich 2.093 m2 wvo in Hoogerheide en 200 m2 wvo in Woensdrecht.

Het Raadhuisplein is in 2015 opgeleverd en er hebben enkele mutaties plaatsgevonden in het centrum. Er zijn winkels vanuit de Raadhuisstraat-Noord verplaatst of gestopt. In het gedeelte ten noorden van de Flemingstraat is aan detailhandel nu nog één schoenenwinkel, een verf-behangzaak en een opticien gevestigd in plaats van de zes winkels die er eind 2014 gevestigd waren. Er zijn nieuwe winkels gevestigd in de Raadhuispassage, en op het Raadhuisplein zijn twee nieuwe vestigingen gesloten, daar is een nieuwe invulling voorzien in de horeca.

Tabel Winkelaanbod in de gemeente Woensdrecht (bron: Locatus 2016)										
	Hoogerheide/ Woensdrecht		Huijbergen		Ossendrecht		Putte		Totaal	
	vkp	m ² wvo	vkp	m ² wvo	vkp	m ² wvo	vkp	m ² wvo	vkp	m ² wvo
<i>Detailhandel</i>	64	17.639	3	954	20	3.264	33	7.435	120	29.292
dagelijks	18	5.436	2	354	8	2.053	12	3.450	40	11.293
niet – dagelijks	46	12.203	1	600	12	1.211	21	3.985	80	17.999
- mode & luxe	21	4.927	-	0	3	470	9	1.841	33	7.238
- vrije tijd	5	490	-	0	-	0	1	80	6	570
- in/om huis	19	6.586	1	600	8	711	6	895	34	8.792
- detailh overig	1	200	-	0	1	30	5	1.169	7	1.399
leegstand	14	2.293	2	757	5	1.472	7	2.126	28	6.648
Totaal	78	19.932	5	1.711	25	4.736	40	9.561	148	35.940
VKP tot	144		19		58		62		283	
% leegstand	10%	8,0%	11%	35%	9%	23%	11%	16%	10%	13%

Trends

Voor de voornaamste actuele trends wordt verwezen naar bijlage 1. Het is belangrijk om de ontwikkelingen in de detailhandel goed te blijven volgen. De dynamiek is erg groot, met bijvoorbeeld de recente berichten over winkelformules die failliet gaan of dreigen te gaan. We noemen de V&D, Perry Sport, La Ligna, Scapino, Paradigit en Foto Klein. De totale detailhandelsomzet is in 2015 met 1,4% gegroeid.

Met name in een aantal non-foodbranches (zie figuur in bijlage 1) staan de winkelbestedingen onder druk. Daar lijkt een relatie aanwezig met de ontwikkeling van de onlinebestedingen. Die zijn in 2015 met 17% gegroeid (bron CBS februari 2016).

Ook de laatste inzichten rondom het online boodschappen doen zijn van belang, zie bijlage 1. Die zullen naar verwachting groeien van 1,7% in 2015 naar circa 4% tot 6% medio 2020-2025. Die groei is dusdanig langzaam dat het nauwelijks effect heeft op de supermarktomzet in de fysieke winkels die al jaren met circa 1,5% tot 2% per jaar groeit. Het is daarom belangrijk dat de rol van met name de supermarkten in de detailhandelstructuur goed wordt overwogen. Die hebben een steeds belangrijkere rol als drager van winkelgebieden (zie bijlage 2).

Beleid

Voor de gemeente Woensdrecht kunnen ook de beleidsmatige ontwikkelingen van grote invloed zijn. Dat geldt bijvoorbeeld bij de veranderende regelgeving rondom de BTW en accijnzen, en de zondagsopening. Er is in België sprake van een geleidelijke verhoging van de accijnzen op genotmiddelen en brandstof tot medio 2018. Dit geldt onder andere voor alcohol, tabak, suikerrijke producten als frisdrank (bron: mediaberichten juli 2015) en diesel. De supermarkten in Nederland zijn per saldo goedkoper voor het doen van de wekelijkse boodschappen en oefenen aantrekkingskracht uit op de Belgische klant. Dat wordt bevestigd door de grensoverschrijdende koopstroomonderzoeken. Het aankopen doen over de grens speelt vanuit Nederland natuurlijk ook een rol, zeker in combinatie met het tanken en andere producten die daar goedkoper zijn of een andere kwaliteit hebben.

De nieuwe marktberekening (DPO)

Op basis van de meest actuele cijfers wordt een nieuwe distributieve berekening opgesteld. Dat doen we voor de jaren 2015 (inwoners 2015) en 2020-2025, en alleen voor de kern Hoogerheide / Woensdrecht. In maart 2015 was de definitieve bestedingsgroei over 2014 nog niet bekend. Nu is die wel bekend over 2014 en 2015, de besteding per hoofd in de dagelijkse sector is in die twee jaren gegroeid met 3,4% (bron: CBS-berichten). De koopstromen zijn daarbij gelijk gehouden.

Tabel Berekening maximale toekomstige (2015 en 2020-2025) marktruimte dagelijkse sector Hoogerheide-centrum		
<i>Jaar</i>	2015	2020-2025
<i>Draagvlak</i>	10.655	10.650
<i>Besteding</i>	€ 2.430	€ 2.430
<i>Bestedingspotentie</i>	€ 25.891.650	€ 25.879.500
<i>Binding</i>	92%	92%
<i>Omzetpotentie binding</i>	€ 23.820.318	€ 23.809.140
<i>Reguliere toevloeiing</i>	35%	41%
<i>Omzetpotentie totaal</i>	€ 36.646.643	€ 40.354.474
<i>Dagelijks aanbod</i>	5.436	5.436
<i>Omzet per m² wvo berekend</i>	€ 6.741	€ 7.423
<i>Normatieve omzet per m² wvo (landelijk -10%)</i>	€ 6.400	€ 6.400
<i>Haalbaar aanbod</i>	5.726	6.305
<i>Uitbreidingsruimte</i>	290	870

Ten opzichte van de marktberekening in maart 2015 ligt de uitkomst nu iets gunstiger. Die ligt in beide jaren circa 300 m² wvo hoger. Het dagelijks aanbod is met circa 100 m² wvo gedaald, en de bestedingen per hoofd zijn licht gegroeid. De uitkomst in 2020-2025 komt nu zo goed als overeen met de omvang van het supermarktenplan ad 1.150 m² wvo bruto en circa 1.000 m² wvo dagelijks aanbod netto (exclusief het actiematige en seizoensgebonden niet-dagelijkse assortiment van de Aldi).

Effecten

De nieuwe uitkomst voor de periode 2020-2025 wijkt nauwelijks meer af van de omvang van het supermarktenplan en de netto meters die worden toegevoegd. Er wordt nu voldoende marktruimte geconstateerd. Dat de effecten per saldo positief, ofwel niet negatief zullen zijn, zal mede door de

betere ruimtelijk-economische samenhang met de Raadhuisstraat versterkt worden. Door de autoverbinding met de Raadhuisstraat ontstaat er een betere interactie met het achtergelegen supermarktengebied. De Raadhuisstraat wordt daarmee ontlast van autoverkeer dat nu makkelijker via het parkeerplein bij de supermarkten kan worden afgeleid. En de supermarktklanten kunnen makkelijker combinatiebezoek plegen door per auto of te voet of met de fiets de winkels aan de Raadhuisstraat te bezoeken.

Leegstand en herinvulling

Met het supermarktenplan worden ook vigerende rechten aan plancapaciteiten detailhandel uit de markt genomen.

De toevoeging omvat: 2.500 m² bvo Ahold, 1.350 m² bvo Aldi, totaal 3.850 m² bvo.

De afname bedraagt 5.615 m² bvo, verdeeld over de adressen Doelstraat 5 (huidige Albert Heijn ad 1.940 m² bvo) en de Raadhuisstraat 22 tot en met 50 (3.675 m² bvo). Dit zijn de adressen aan de westzijde van de Raadhuisstraat, gelegen tussen de Duinstraat tot voorbij de Flemingstraat. Hier waren meerdere detailhandelsbedrijven gevestigd en is nu sprake van leegstand of een andere (tijdelijke) functie. Het is exclusief de drie detailhandelsbedrijven die nu gevestigd in dit gedeelte van de Raadhuisstraat en daar vooralsnog gevestigd blijven (schoenenwinkel, verf-behangzaak en opticien, naast enkele niet-detailhandelsfuncties). Per saldo wordt er 1.765 m² bvo aan vigerende rechten detailhandelsbestemming uit de markt genomen. Dat is minder dan de 2.795 m² bvo die in maart 2015 uit de markt genomen zou worden. Het verschil wordt met name veroorzaakt door de plancapaciteit op het adres Raadhuisstraat 57-59 ad 850 m² bvo die niet meer in eigendom is.

Conclusies oplegnotitie

Ten opzichte van het rapport 'Distributieve verkenning Hoogerheide-centrum' van maart 2015 zijn de belangrijkste wijzigingen:

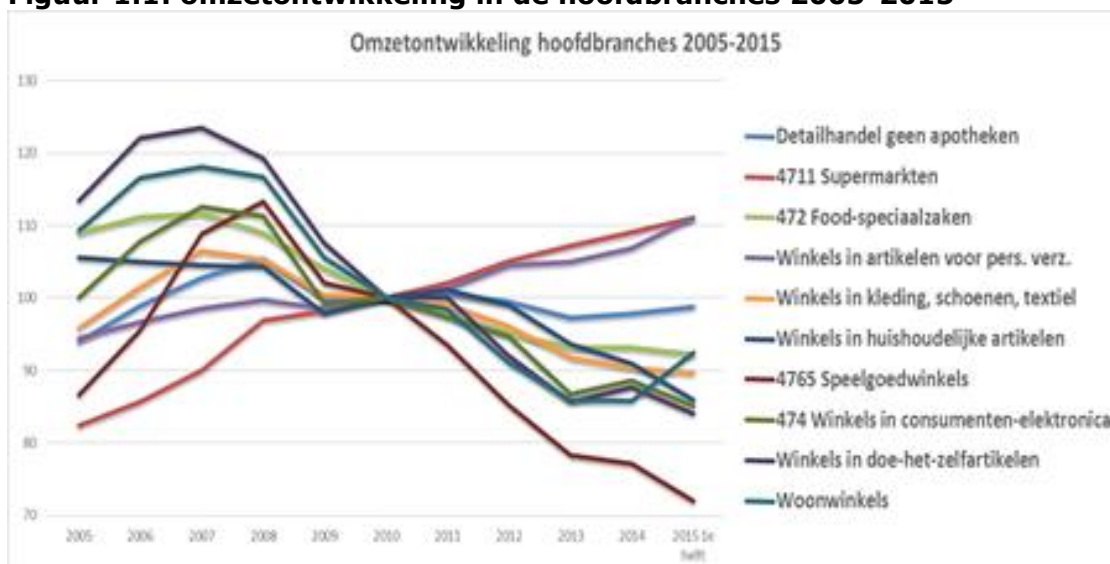
- Het supermarktenplan Deelplan Noord is gewijzigd: Albert Heijn wordt met 2.500 m² bvo 400 m² groter dan een jaar geleden. De resterende commerciële ruimte is komen te vervallen. Per saldo wordt er 200 m² bvo minder nieuwe commerciële ruimte gerealiseerd;
- Er komt nu een auto- én langzaam verkeersverbinding tussen het parkeerplein en de Raadhuisstraat. Dit verbetert de ruimtelijk-economische samenhang met de rest van het centrum;
- Het plan voldoet precies aan de parkeernormen volgens ASVV 2012;
- Er is verslag gedaan van de meest actuele inwoneraantallen en aanbodcijfers en de mutaties sinds begin 2015. Ook de leegstandcijfers zijn meegenomen, die blijken in totaliteit en in Hoogerheide / Woensdrecht iets gedaald (bron: Locatus februari 2016 op basis van hun laatste inventarisatie);
- Van belang is om de meest actuele trends in de retail mee te nemen. De media staan vol van alle ontwikkelingen in de winkelmarkt (V&D e.d.), de online aankopen groeien snel e.d. De effecten van het online boodschappen doen zijn voorlopig nog beperkt;
- Uit de nieuwe DPO-berekeningen blijkt de marktruimte voor de dagelijkse sector in Hoogerheide-centrum in 2015 rond de 300 m² wvo te liggen, groeiend naar 850 m² wvo in 2020-2025. Dit komt nu grotendeels overeen met de omvang van het supermarktenplan
- De markteffecten zullen positief zijn, mede door de betere aansluiting op de Raadhuisstraat;
- Aan vigerende rechten wordt 5.615 m² bvo uit de markt genomen, met de twee supermarkten komt er 3.850 m² bvo, per saldo een afname van 1.765 m² bvo.

Bijlage 1 Trends in de detailhandel

Algemene detailhandelsontwikkelingen (februari 2016)

- Einde aan stagnatie in detailhandel: de consumptie van huishoudens is in 2011 en 2012 met -2,5% gedaald ten opzichte van 2010, in 2013 met -1,5% en in 2014 blijft die ongeveer gelijk. De Nederlandse detailhandel is tot en met 2013 gekrompen. Na een daling van 2,5 procent in 2012 ten opzichte van 2011 is de omzet in 2013 met 2,1 procent achteruit gegaan. In 2014 is de omzet met 0,5% gegroeid (bron: CBS, 16 februari 2015). Over heel 2015 lag de omzet 1,4% hoger dan het jaar ervoor, de grootste stijging sinds 2008. Vooral woonwinkels en drogisterijen boekten flink meer omzet, met stijgingen van respectievelijk zeven en vier procent over 2015. Binnen de foodbranche boekten supermarkten met twee procent een grotere groei dan speciaalzaken, die op ongeveer 0,5 procent bleven steken. Bij non-foodretailers zijn de verschillen groot. Tegenover de stijgingen bij woonwinkels en drogisterijen, staat een omzetsdaling van vijf procent voor huishoudwinkels. Ook elektronicazaken en doe-het-zelf-winkels zagen hun omzet dalen, met respectievelijk drie en twee procent. Bij kledingwinkels bleef de omzet vrijwel gelijk. De prijzen staan doorgaans onder druk omdat de markt door internet, het gebruik van smartphones en reviews veel transparanter is geworden en de winstmarges onder druk staan;
- Webwinkels: in 2014 is het internetaandeel in de Nederlandse detailhandel gestegen naar ongeveer € 6,0 miljard (bron: HBD en Thuiswinkel.org, CBS februari 2015), dit is ongeveer 10% meer dan in 2013. Tot halverwege 2015 bedroeg de groei 13%. Het internetaandeel varieert sterk per branche, maar neemt in vrijwel alle branches toe. In de non-food ligt het marktaandeel op circa 10%, in de food op 1 tot maximaal 2%. Fysiek en online verkoop gaan volledig integreren. In sectoren waar het fysieke product door technologische ontwikkelingen volledig verdwijnt, zullen winkels verdwijnen of hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afhaal en beleving.

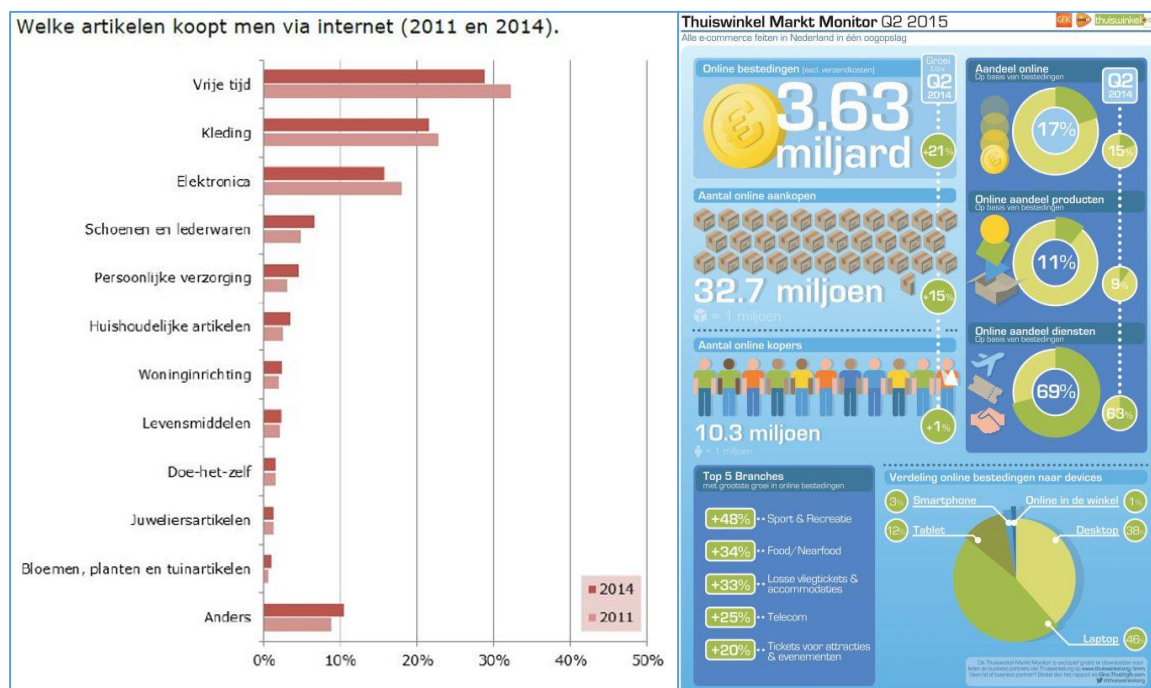
Figuur 1.1: omzetontwikkeling in de hoofdbranches 2005-2015



Hierbij lijkt een relatie aanwezig te zijn met de omzetontwikkeling in de dagelijkse en niet-dagelijkse branches. In de meeste non-foodbranches loopt de omzet in de

reguliere winkels terug, in tegenstelling tot de branches waarin het internet-winkelen nog geen vlucht heeft genomen.

Figuur 1.2: Groei Internetbestedingen per branche en totaal



Bronnen: Koopstromenonderzoek provincie Utrecht 2015, Thuiswinkel.org sept. 2015

- Verruiming winkeltijden: vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van openingstijden toe. Veel gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Supermarkten realiseren eind 2015 4,2% van hun omzet op zondagen (bron: GfK), een groei van 20% ten opzichte van 2014. Dit gaat vooral ten koste van de omzet op vrij- en zaterdag. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentra als woonboulevards en outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om later open te gaan en later te sluiten of de koopavond op te heffen.

Ingezoomd op ontwikkelingen dagelijkse sector

- Foodsector wijkt af van algemene beeld retail: In totaliteit zijn de bestedingen in de food sinds 2009 met 10% gestegen, de supermarkten hebben daarbij groeipercentages laten zien van 1% tot 3% per jaar. De food-specialzaken hebben de afgelopen jaren daar echter niet van kunnen profiteren, hun omzet is gedaald met in totaal 10%.
- Toenemende oriëntatie op supermarkt: het marktaandeel van supermarkten in het totale food-assortiment is toegenomen. Deze tendens is al vele jaren zichtbaar waarbij food-specialisten en bepaalde horecabedrijven omzet(aandeel) verliezen. Het heeft ook te maken met de steeds langere openingstijden in de week. Landelijk ligt de oriëntatie inmiddels op 88%, wat betekent dat van elke bestede euro 88 cent in de supermarkt terecht komt (en 12 cent bij specialzaken). De afgelopen vijf jaar daalde tot en met 2013 het aantal groentewinkels met 15%, het aantal slagerijen met 10% en het aantal bakkerijen met 7%. Sommige branches groeien nog wel in de winkelvoorraad, zo is het aantal viswinkels de afgelopen vijf jaar met een kwart gestegen.

- Online boodschappen doen
De markt voor online boodschappen doen is volop in beweging. Nieuwe initiatieven komen op zoals Picnic, Hellofresh realiseert dubbele groeicijfers als recepten- maaltijdbezorger, Jumbo en Albert Heijn gaan ook maaltijdboxen verzorgen, en het aantal pick up points wordt flink uitgebreid.

Figuur 1.3 Mogelijkheden voor online boodschappen doen



Bron: Diverse internetsites en App's van retailers en webshops

Jaarlijks voert Flycatcher (in opdracht van Deloitte) het onderzoek Consumententrends in de supermarkt uit. In 2015 laat het onderzoek zien dat na de verdubbeling van 3% naar 6% in 2014 de groei van het gebruik van de online bestelservice toeneemt naar 8% van de Nederlandse consumenten. De frequentie van de bestellingen door de online shopper is daarnaast met meer dan 70% gestegen, waardoor de online bestedingen sinds vorig jaar zijn verdrievoudigd. Volgens ABN Amro op basis van cijfers van Thuiswinkel.org zijn de online- foodbestedingen in 2014 meer dan verdubbeld ten opzichte van 2013. Volgens ING (2015) doet 10% van de consumenten regelmatig online boodschappen, 27% soms en 63% nooit.

Het marktaandeel is inmiddels gestegen tot 1 à 2% volgens diverse bronnen. De Nederlandse supermarkten boekten in 2015 1,6% van de omzet online volgens GfK februari 2016, en 2,5% inclusief alle andere online aanbieders van supermarktassortiment.

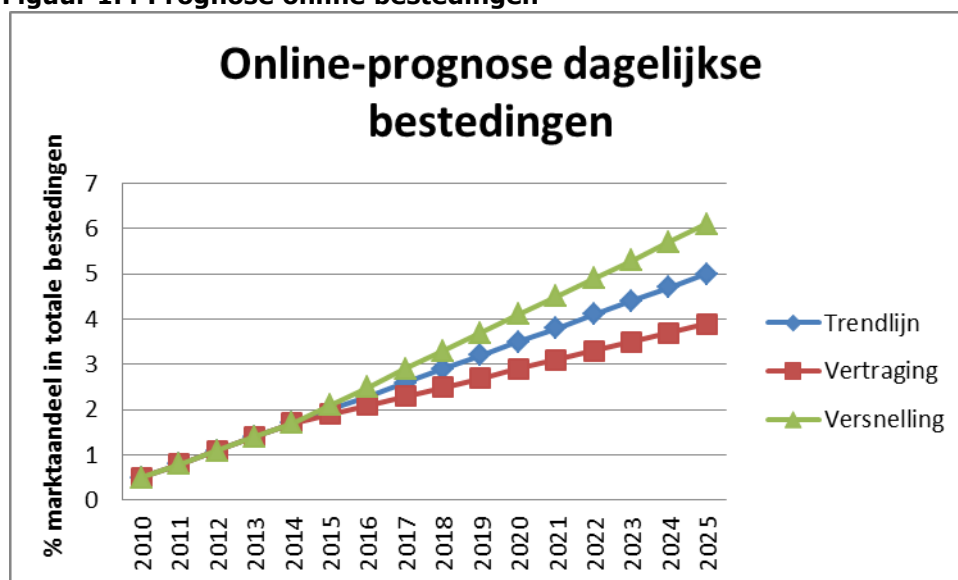
Dit gaat gepaard met een groei van het aantal afhaalpunten in de winkel, via solitaire pick-up-points en met bezorgfaciliteiten. De consument krijgt de boodschappen het liefst thuis bezorgd (70%) maar de populariteit van het zelf afhalen stijgt snel van 10% in 2014 naar 18% in 2015 (Deloitte p.4): in de supermarkt (9%) of via een pick up point (9%). 10% van de klanten heeft geen voorkeur. Andere bronnen (GfK 2015) geven aan dat het thuisbezorgen aan populariteit stijgt. ING geeft in het laatste consumentenonderzoek dat 55% de voorkeur geeft aan thuis bezorgen, 22% aan zelf ophalen, en 23% het niet weet. In 2014 is het aantal afhaalpunten met 680% gestegen volgens adviesbureau Syndy. Jumbo heeft er medio 2015 100 en voorjaar 2016 200 (bron: Distrifood).

Hoewel het aantal consumenten dat online bestelt toeneemt en ook de frequentie van deze bestellingen een stijgende lijn laat zien, neemt de besteding per bestelling af. Zo bestelde de online shopper in 2013 nog voor € 103 aan levensmiddelen per bestelling en is dit bedrag in 2014 gedaald tot gemiddeld € 76 en in 2015 € 66,27 per bestelling. Volgens Deloitte: "Het aantal supermarktketens dat deze online service aanbiedt, is toegenomen. Zij hanteren lagere of geen minimale bestelgrootte. Bestaande aanbieders hebben in navolging hiervan hun minimale bestelgrootte ook verlaagd of afgeschaft en dit zorgt voor een gemiddeld lagere besteding per bestelling. Ondanks de lagere besteding per bestelling, zijn de totale

online bestedingen in levensmiddelen verdrievoudigd.”

Het is reëel om te veronderstellen dat dit omzetbedrag naar de toekomst zal gaan groeien. Nu zijn het nog met name Albert Heijn en Jumbo die zich met online boodschappen profileren. COOP, Deen, Dekamarkt, Spar en PLUS zijn of gaan ook starten, laten volgen waarschijnlijk alle andere formules. De prognose tot het jaar 2025 komt neer op een groei van 1,7% naar circa 4% tot 6% marktaandeel, afhankelijk van welk groeiscenario zal optreden: de trendlijn, een versnelling of een vertraagde groei. Het zijn cijfers die al in de ons omringende landen worden gehaald zoals in Groot-Brittannië (4-5%)². Een groei naar 20% in 2020 zoals ING prognosticeert in het recente consumentenonderzoek is niet reëel, dan praat je over gigantische volumestromen van rond de € 8 miljard aan online boodschappen in Nederland, gelijk aan de totale verwachte online-productenomzet food en non-food in 2015.

Figuur 1.4 Prognose online bestedingen



Bron: Seinpost prognosemodel op basis van diverse data en bronnen

² Bron: <http://www.retailnews.nl/nieuws/H6R-MWYkSBepHTWbJGHVog-1/aldi-lanceert-webwinkel-in-2016.html>

Bijlage 2 Belang supermarkten in structuur

Wat is het belang van de dagelijkse winkels en in het bijzonder dat van de supermarkten voor het goed functioneren van winkelgebieden? Waarom moet juist dit soort aanbod op orde zijn?

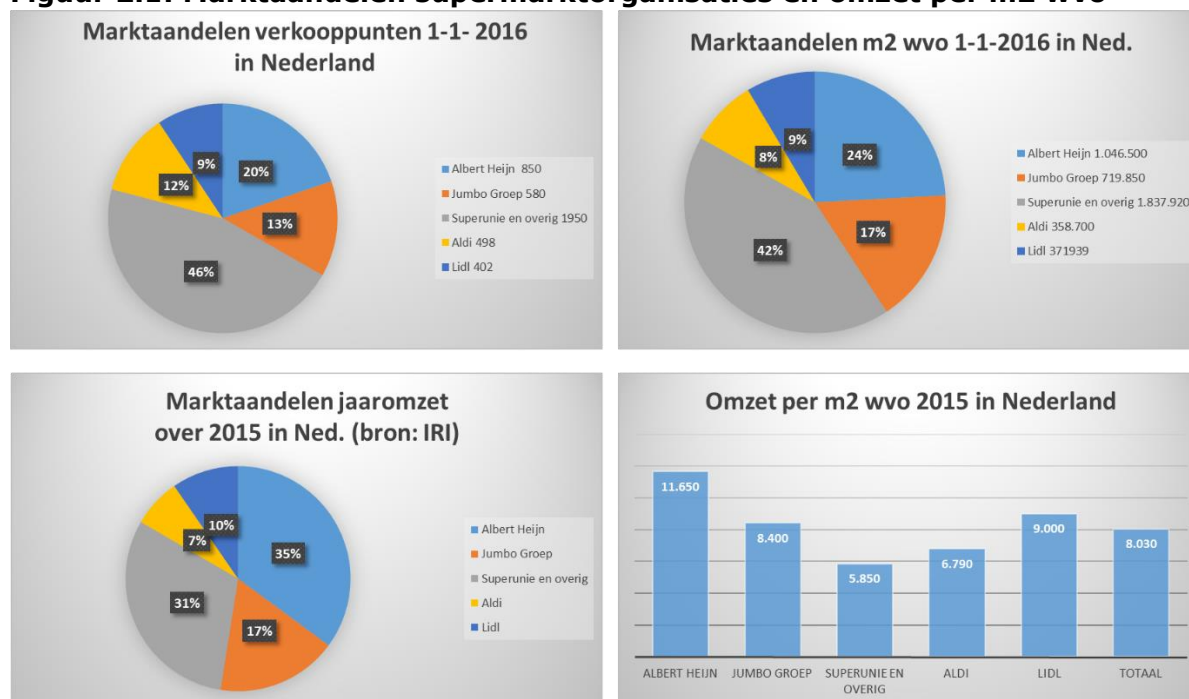
In de detailhandel wordt onderscheid gemaakt in verschillende typen winkels die direct verband houden met het (koop)gedrag van de consument. Het doen van de dagelijkse boodschappen is er een van. De supermarkt is de drager van het totale aanbod aan dagelijkse winkels (levensmiddelen en persoonlijke verzorging). Deze functie vertaalt zich naar en vanuit economische, relationele en sociale aspecten.

Economisch

Het omzetaandeel van de dagelijkse sector t.o.v. de totale consumptieve bestedingen gedaan door huishoudens, is fors: het bedraagt liefst ca. 37% van alle consumptieve bestedingen. Bij de supermarkt doet de consument het leeuwendeel van die bestedingen. Alleen al de toonbankbestedingen bij de supermarkten (direct door de consument in de winkel) zijn per inwoner per jaar in 2015: € 1.950,- excl. BTW.

De omzet is bovendien stabiel en fluctueert veel minder dan bij de overige branches. Dit wordt o.a. aangetoond door de bestedings-ontwikkelingen in de afgelopen tijden van recessie en omzetverlies aan webwinkels. Deze ontwikkelingen zijn voor een groot deel aan deze (dagelijkse) sector voorbij gegaan. Supermarkten hebben zelfs hun omzet(aandeel) de afgelopen 10 jaar ieder jaar zien vergroten.

Figuur 2.1: Marktaandelen supermarktorganisaties en omzet per m2 wvo



Bron: Locatus top 100 winkelformules, Nielsen / IRI

Supermarkten concurreren hevig met elkaar wat geleid heeft tot een uiterst efficiënte winkelopzet. Dit vertaalt zich in een vloerproductiviteit van landelijk gemiddeld € 8.100,-

excl. BTW per m² wvo per jaar. Een gemiddelde supermarkt (1.200 m² wvo) behaalt daarmee een omzet van jaarlijks bijna € 10 miljoen excl. BTW. Er zijn wel grote verschillen tussen de supermarktformules, de uiteindelijke rendementen zijn sterk afhankelijk van de kostenstructuren. Die zullen bij een discounter met slechts enkele werknemers in de winkel sterk afwijken van een full-service-supermarkt met tientallen werknemers.

Door die hoge productiviteit zijn supermarkten gemiddeld genomen de meest aantrekkelijke winkelbeleggingen die er in Nederland zijn. Dit is natuurlijk mede afhankelijk van de maatvoering en het voldoen aan de randvoorwaarden (vooral bereikbaarheid en parkeren). Het ontwikkelen van supermarkten biedt daarom voor gemeenten meestal een handvat om een centrumontwikkeling van de grond te trekken. Er ontstaat investeringsruimte.

Relationeel

De supermarkt is ook relationeel van groot belang voor het winkelgedrag, zowel naar de consument als naar overige retailers. Dagelijkse boodschappen gebeuren hoogfrequent. De consument bezoekt gemiddeld een supermarkt ca. 2,7 keer per week. Deze frequentie loopt bovendien nog steeds wat op. De full-service wordt hierbij beduidend vaker bezocht dan een discounter. De spreiding van het bezoek geografisch gezien (bij de woonplaats, de werkplek of een trafficlocatie) wordt groter. Dat geldt ook voor de verschillende segmenten supermarkten (full-service, prijsvechter en discount) bijvoorbeeld vanwege aantrekkelijke aanbiedingen. De consument bezoekt dus bij een compleet aanbod aan supermarkten een centrumgebied minimaal bijna 3 keer per week.

Dit gebeurt met alle vervoermiddelen waarbij de auto zorgt voor de meeste omzet. Voor de supermarkt vertaalt zich dat in ca. 10.000 tot 15.000 kassa-aanslagen per week (elke kassa-aanslag betekent een bezoek door een huishouden aan het betreffende centrumgebied).

Ook andere aanbieders profiteren van dit hoogfrequente bezoek. Indien overige dagelijkse winkels zoals versspeciaalzaken en drogisterijen op korte (loopafstand) zijn gelegen van de entree van de supermarkt (maximaal ca. 50 meter zonder hinderlijke barrières zoals drukke wegen, onaantrekkelijke looproutes en/of hoogteverschillen), kan het combinatiebezoek oplopen. Recent onderzoek laat zien dat indien de openingstijden op elkaar aansluiten en wordt voldaan aan de voorwaarden zoals zojuist omschreven, gemiddeld 65% van de bezoekers van een supermarkt ook een andere winkel in een centrum bezoeken. Dus behalve dat deze winkels vanwege een eigen aantrekkelijk aanbod zelf klanten aantrekken, kunnen ze ook meeliften op de trekkracht van de supermarkt. Er zijn veel voorbeelden dat door verplaatsing van de versspeciaalzaak naar de directe omgeving van de supermarkt de omzet met 10 tot 35% toenam.

Ook niet-dagelijkse winkels (en overige consumentgerichte bedrijven) profiteren van de aanwezigheid van een supermarkt. Dit gebeurt meestal meer indirect. Met de komst van een volwaardige supermarkt ontstaat een bronpunt in een winkelgebied. Vrijwel altijd is er een forse (nieuwe) parkeercapaciteit gerealiseerd (planologisch vereist). Door het frequente bezoek aan de supermarkt en het bijbehorende parkeerterrein blijft de consument verbonden met het centrum. Bij goede zichtlijnen is ook het overige aanbod te zien en onder bereik.

Bovendien is dat parkeerterrein ook te gebruiken voor een bezoek met andere doeleinden (shoppen en doelgericht bezoek andere winkels). Zo vormt de

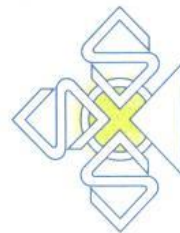
supermarktlocatie vaak een belangrijk bronpunt in het centrum.

Sociaal

Niet onbelangrijk is ook de sociale functie van een supermarkt. Op de eerste plaats is het een werkplek voor veel mensen, meestal gaat het om ca. in totaal 100 arbeidsplaatsen (maximaal ca. 40 fte). De arbeid is voor alle lagen van de bevolking haalbaar (start carrière). De werkrelatie draagt daarmee bij aan de centrumfunctie als geheel en maakt er onderdeel van uit. Er is ook een ontmoetingsfunctie die bovendien steeds belangrijker wordt getuige de aanwezigheid van een koffiecorner met tegenwoordig ook een tafel met wat stoelen, kindervermaak e.d. Vooral voor ouderen is deze functie van groot belang en zorgt voor een dagelijks uitje. De sociale functie reikt nog verder: denk aan de voetbalplaatjes die je bij een supermarkt kunt sparen over een lokale voetbalvereniging. De supermarkt vervult hiermee een sociaal-maatschappelijke taak die verbindend werkt en daarmee onderdeel is van het lokale netwerk. Het helpt de inwoners te binden aan het centrum.

Conclusie

De supermarkten zijn van grote betekenis voor een centrumgebied. Ze zijn de drager van de winkelgebieden, met uitzondering van de grote binnensteden. Ze weerspiegelen de sterkte van het winkelgebied. Marktpartijen investeren graag in deze sector, ook de afgelopen periode van financiële en economische recessie laat dit zien. Het is daarom dat veel gemeenten bezig zijn en blijven met het op orde krijgen van de supermarktstructuur.



Seinpost

ADVIESBUREAU BV

Toelichting DPO en oplegnotitie Hoogerheide-centrum

Waalwijk, september 2016

Toelichting DPO en oplegnotitie Hoogerheide-centrum

Uitgebracht aan:
Gemeente Woensdrecht

Seinpost Adviesbureau BV
Drs. M.C.J. Romijn
Drs. M.J.M. Vaessen

Projectnummer: 36010

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Waalwijk, september 2016

Inhoudsopgave

Toelichting DPO en oplegnotitie

1

Toelichting DPO en oplegnotitie

De gemeente Woensdrecht heeft Seinpost Adviesbureau gevraagd om een toelichting te geven op twee rapporten. Die gaan beide in op de distributieve mogelijkheden (DPO) in Hoogerheide-centrum. Seinpost Adviesbureau heeft in maart 2016 de oplegnotitie 'DPO Hoogerheide-centrum' geschreven. Het is een aanvulling op de 'Distributieve verkenning Hoogerheide-centrum' van maart 2015. Beide rapportages van Seinpost Adviesbureau zijn als bijlagen bijgevoegd bij de ontwerp structuurvisie Centrum Hoogerheide. Deze heeft ter inzage gelegen in de periode van 2 juni tot en met 13 juli 2016. Hierop zijn inspraakreacties binnengekomen. Uit de inspraakreacties maakt de gemeente op dat de rapporten van Seinpost Adviesbureau om een nadere toelichting vragen.

Inspraakreactie

Woningstichting Woensdrecht geeft in haar inspraakreactie aan dat er door het gemeentebestuur wordt meegewerkt aan het vergroten van het winkelareaal met 1.100 m² boven de 'DPO-marktruimte'. Dat extra metrage wordt dan gerealiseerd in het plan Scheldeweg deelgebied Noord. Er wordt gesteld dat het compacte centrum wordt opgerekt en het zwaartepunt in noordelijke richting wordt verplaatst, en dat er delen van het winkelbestand in het centrum leeg komen te staan. Het komt erop neer dat de Woningstichting Woensdrecht aandacht vraagt voor het zuidelijke deel van het centrumgebied namelijk de Raadhuisstraat-Zuid en de Raadhuispassage.

Toelichting Seinpost Adviesbureau: de marktruimte

Met het plan Scheldeweg wordt geen detailhandelscapaciteit toegevoegd. Per saldo wordt de capaciteit met 1.765 m² bvo terug gebracht. Er wordt totaal 5.615 m² bvo detailhandelscapaciteit gesaneerd: aan de Doelstraat en een aantal panden aan de Raadhuisstraat-Noord: op de eerste locatie is detailhandel gevestigd (Albert Heijn) en op de tweede locatie is recent detailhandel gevestigd geweest. Voor die 5.615 m² bvo komt 3.850 m² bvo nieuwe detailhandel terug, een afname van 1.765 m² bvo.

Verschuiving binnen de resterende detailhandel

Binnen de nog resterende m² bvo detailhandel in de gemeente Woensdrecht vindt wel een verschuiving plaats van 1.150 m² wvo dagelijkse boodschappen door de vergroting van de bestaande supermarkten van de ALDI en de Albert Heijn op de nieuwe locatie. In het DPO van 2015 is de marktruimte in deze dagelijkse sector berekend op circa 550 m² wvo medio 2020-2025. Deze uitkomst was gebaseerd op de bestedingscijfers van 2013 omdat in maart 2015 de definitieve bestedingscijfers van 2014 nog niet bekend waren. In de oplegnotitie van 2016 is de berekening opnieuw uitgevoerd en bedraagt de marktruimte circa 850 m² wvo. Dat de uitkomst van de marktruimte hoger is wordt als volgt verklaard. Het dagelijks aanbod was met 100 m² wvo afgenomen en de dagelijkse bestedingen zijn met totaal 3,4% gestegen in de jaren 2014 en 2015.

Het komt erop neer dat het plan met 1.150 m² wvo goed in lijn is met de geactualiseerde marktruimte. Dat komt omdat Aldi een ruim niet-dagelijks assortiment voert van circa 150 m² wvo zodat er netto circa 1.000 m² wvo dagelijks aanbod bijkomt. De afwijking met 850 m² wvo marktruimte is gering te noemen. Wat door de Woningstichting Woensdrecht wordt aangegeven dat het winkelareaal met '1.100 m² boven de DPO-marktruimte' wordt vergroot is dus geen juiste constatering.

Het verschil tussen het toe te voegen metrage en de marktruimte is heel gering. In kwalitatieve zin willen supermarkten steeds meer service bieden aan de klant, Dat betekent dat zij in een aantrekkelijke winkelruimte hun assortiment willen presenteren, met brede gangpaden, voldoende opstelruimte bij de kassa's e.d. Hierbij wordt rekening gehouden met minder mobiele klanten die gebruik maken van rollators en scootmobielen en die bijvoorbeeld een koffiezithoekje op prijs stellen, dit vraagt om extra ruimte.

Toelichting Seinpost Adviesbureau de effecten op de structuur

Het centrumgebied van Hoogerheide zal haar marktpositie sterk zien verbeteren met het plan Scheldeweg en de deelgebieden Noord en Zuid. Er treedt winkelconcentratie op: De Albert Heijn aan de Doelstraat wordt verplaatst naar het centrum en op de oude locatie komt de bestemming detailhandel te vervallen. Deze verspreid gelegen detailhandelsmeters worden uit de markt genomen ten gunste van het centrumgebied. De nieuwe Albert Heijn zal een sterkere positie krijgen dan de verspreid gelegen Albert Heijn aan de Huijbergseweg. De detailhandelstructuur wordt daardoor versterkt. Met Aldi ontstaat een supermarktcluster aan de noordzijde van het centrumgebied. Deze verplaatst vanuit het zuidelijke deel van het centrum.

In de distributieve verkenning van 2015 heeft Seinpost adviesbureau aangegeven dat er aandacht nodig is voor dit zuidelijke deel van het centrumgebied. De tekst luidt:

'Het vertrek van Aldi in het zuidelijke deel maakt dit gebied wat meer kwetsbaar en zal gecompenseerd moeten worden door nieuwe trekkracht, zeker gezien het belang van de nieuwe Raadhuispassage. Dit is nog een punt voor nadere uitwerking'.

De Raadhuispassage is al enkele jaren geopend maar de achterzijde van het plangebied is nooit afgerond, de achtergelegen parkeerplaats was niet goed ontsloten. Met het plan Scheldeweg deelgebied Zuid in de ontwerp structuurvisie Centrum Hoogerheide wordt dat gebied nu wel afgerond en ontstaat een tweede pool die vanaf de Scheldeweg direct bereikbaar is, net als deelgebied Noord. In de Raadhuisstraat-Zuid liggen ook enkele subtrekkers als Action, Blokker, Intertoys en Kruidvat. De kans is groot dat dit gebied zich verder zal versterken met functies in met name de niet-dagelijkse sector. In de distributie verkenning van 2015 is op pagina 27 zelfs al een aantal namen genoemd van mogelijke kandidaat-formules waaronder ook food.

Het is gunstig dat in het centrumgebied het totale aanbod aan detailhandelsmeters voor de niet-dagelijkse winkels afneemt: de capaciteit neemt met 1.765 m² bvo af, en binnen de resterende detailhandelscapaciteit treedt een verschuiving op: er komt 1.150 m² wvo dagelijks aanbod bij, dit is circa 1.450 m² bvo. Dat heeft als gevolg dat er een daling optreedt van de capaciteit voor overige detailhandel van 3.215 m² bvo. De verhuurbaarheid van de bestaande panden neemt daardoor toe. Het zuidelijke deel van het centrumgebied kan op deze verhuurbaarheid inspelen mede dankzij het plan Scheldeweg deelgebied Zuid.

Seinpost Adviesbureau
September 2016