

## Second opinion DPO Albert Heijn Rijssen

Auteurs: [REDACTED] en [REDACTED]

### Inleiding

In november 2011 heeft Seinpost Adviesbureau BV (hierna aangeduid met Seinpost) onderzoek gedaan naar de distributieve mogelijkheden en de economische effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de Albert Heijn supermarkt in Rijssen naar de Stationsomgeving<sup>1</sup>. In december 2013 heeft Bureau Stedelijke Planning (hierna aangeduid met BSP) een herijking gedaan middels een distributieve toets en effectenstudie<sup>2</sup>. De gemeente Rijssen-Holten heeft Seinpost gevraagd een second opinion uit te voeren op het rapport van BSP. Om de leesbaarheid te bevorderen sluiten we in deze notitie aan op de rapportage van BSP.

## 1 Contextanalyse

### 1.2 Draagvlak

Bij het kopje 'huidig functioneren supermarkten Rijssen' (pag. 14) merken wij op dat momenteel in Holten de ALDI wordt verplaatst en uitgebreid tot 1.000 m<sup>2</sup> wvo (plan Schuppert).

## 2 Distributieve analyse

### 2.1 Distributieve ruimte

In onderstaande tabel zijn de marktruimteberekeningen van Seinpost (2011) en BSP met elkaar vergeleken.

	Seinpost 2021 relocatie AH	Seinpost 2021 relocatie AH + extra supermarkt	BSP2020 relocatie AH	BSP 2020 relocatie AH + extra supermarkt
aantal inwoners	30.000	30.000	30.000	30.000
dagelijkse bestedingen per hoofd in €	€ 2.277 incl. BTW	€ 2.277 incl. BTW	€ 2.229 excl. BTW	€ 2.229 excl. BTW
bestedingspotentieel in € mln	€ 68	€ 68	€ 67	€ 67
koopkrachtbinding	85-90%	88-93%	95%	97%
gebonden bestedingen in € mln	€58 - €61 incl. BTW	€61-€64 incl. BTW	€ 64 excl. BTW	€ 65 excl. BTW
koopkrachttoevloeiing	20-25%	20-25%	23%	23%
omzet door toevloeiing in € mln	€14 - €20 incl. BTW	€15 - €21 incl. BTW	€ 19 excl. BTW	€ 19 excl. BTW
totale bestedingen	€72 - €81 incl. BTW	€75 - €85 incl. BTW	€ 82 excl. BTW	€ 84 excl. BTW
koop oriëntatie op supermarkt	87%	87%		
bestedingen supermarkt in € mln	€63 - €72 incl. BTW	€65 - €74 incl. BTW		
vloerproductiviteit dagelijkse sector per m <sup>2</sup> wvo			€ 7.310 excl. BTW	€ 7.310 excl. BTW
vloerproductiviteit supermarktsector per m <sup>2</sup> wvo	€ 8.672 incl. BTW	€ 8.672 incl. BTW		
haalbaar dagelijks aanbod in m <sup>2</sup> wvo			11.285	11.523
haalbaar supermarktaanbod in m <sup>2</sup> wvo	7.280 - 8.222	7.537 - 8.496		
gevestigd dagelijks aanbod in m <sup>2</sup> wvo			10.721	10.721
gevestigd supermarktaanbod in m <sup>2</sup> wvo	7.704	7.704	7.922	7.922
<b>uitbreidingsruimte in m<sup>2</sup> wvo dagelijkse sector</b>			<b>564</b>	<b>802</b>
<b>uitbreidingsruimte in m<sup>2</sup> wvo supermarktsector</b>	<b>-424 - 518</b>	<b>-162 - 792</b>		

<sup>1</sup> Naar een samenhangende gebiedsontwikkeling in Rijssen, Ruimtelijk-economisch onderzoek naar de gevolgen van een supermarktverplaatsing, november 2011

<sup>2</sup> Distributieve toets en effecten ontwikkeling Rijssen-Stationsomgeving (status definitief), 19 december 2013



Seinpost heeft in deze notitie een extra berekening gemaakt voor het scenario 'relocatie AH + extra supermarkt' om een vergelijking met de resultaten van het onderzoek verricht door BSP te kunnen maken. BSP maakt een marktruimteberekening voor de dagelijkse sector welke bestaat uit de branches supermarkten, speciaalzaken (o.a. bakker, slager, groente/fruit) en persoonlijke verzorging (o.a. drogisterijen). De door BSP berekende uitbreidingsruimte heeft naast de supermarktsector dus ook betrekking op de ruimte voor vers specialisten en drogisterijen. Seinpost maakt een marktruimteberekening voor de supermarktsector.

In onderstaande tabel zijn de marktruimteberekeningen vergeleken waarbij Seinpost t.o.v. haar rapport in 2011 een extra marktruimteberekening heeft gemaakt voor het scenario relocatie AH-supermarkt + extra supermarkt.

- Dagelijkse bestedingen per hoofd: BSP corrigeert de dagelijkse bestedingen op basis van het inkomensniveau in Rijssen dat 19% lager is dan het landelijk gemiddelde en baseert zich op kengetallen van het HBD 2012 (rapport Omzetkengetallen) excl. BTW. Seinpost corrigeert de dagelijkse bestedingen op basis van het besteedbaar inkomen dat 16% onder het landelijk gemiddelde is en baseert zich op kengetallen van het HBD 2013 (website) incl. BTW. Exclusief 8% BTW rekent Seinpost met een omzet per hoofd (€ 2.108) welke 5,4% lager is dan de omzet per hoofd waarmee BSP rekent.
- Koopkrachtbinding: Seinpost gaat uit van een substantieel lagere binding dan BSP. Seinpost houdt rekening met de trend van afnemende koopkrachtbinding doordat consumenten mobieler worden, klantentrouw vermindert en consumenten meer supermarkten – ook buiten de woonplaats – bezoeken vanwege woon-werk verkeer, de kwaliteit van de supermarkt (en het parkeren) en aanbiedingen (crisis). Hierdoor neemt de koopkrachtbinding af en de koopkrachttoevloeiing toe. Seinpost baseert zich op eigen ervaringsgegevens en landelijke koopstroomonderzoeken. In 2005 was de koopkrachtbinding aan de dagelijkse sector in Rijssen nog 96% terwijl de binding in 2010 omlaag was gegaan naar 90%. In 2012 is de Emté-supermarkt in de wijk Veeneslagen gerealiseerd. Deze supermarkt zal hooguit voor een enkel procent hogere koopkrachtbinding zorgen aangezien deze matig functioneert (geconstateerd door BSP op pag. 30), deze formule de consument meer van hetzelfde biedt (Emté is reeds elders in Rijssen gevestigd en behoort tot de categorie servicesupermarkten in het midden tot hogere segment die met Plus, AH, Jumbo en C1000 in Rijssen al ruim zijn vertegenwoordigd<sup>3</sup>) en het verzorgingsgebied zich tot een enkele wijk beperkt.

Van groot belang voor de koopkrachtbinding is de supermarktsituatie in de omgeving. In Holten – voor inwoners vanuit Rijssen-West en Noordwest (Veeneslagen) eenvoudig en te bereiken – wordt momenteel gewerkt aan een centrumplan waarbij de boodschappenfunctie fors wordt verbeterd: uitbreiding en vernieuwing supermarkten ALDI en Albert Heijn en een verbeterde ontsluiting en parkeren<sup>4</sup>. In het nabijgelegen Enter voor inwoners uit Rijssen-Zuid en Oost (m.n. voor consumenten uit nieuwbouwwijk het Opbroek) zijn discount- en servicesupermarkten (AH, ALDI en Sanders) gevestigd welke een alternatief zijn voor de supers in Rijssen. Ook Wierden heeft een sterk supermarktaanbod met een Lidl (sterke discountsupermarktformule, die niet in Rijssen is gevestigd), ALDI, SuperCoop (niet in Rijssen gevestigd), AH en Jumbo waar Rijssenaren ongetwijfeld gebruik van maken. Tot slot beschikt ook Nijverdal over een sterk supermarktaanbod met SuperCoop, ALDI (2), Lidl, Jumbo en AH. Alles overwegend gaan wij uit van 85-90% binding als de AH in Rijssen wordt verplaatst en uitgebreid en de parkeersituatie wordt verbeterd. Indien het huidige AH-pand wordt ingevuld met een discountsupermarkt als Lidl (het discount supermarktsegment is nu onderbezet in Rijssen en het ligt daarom voordehand dat een dergelijke formule zich vestigt) kan de binding met enkele procenten worden verhoogd onder voorbehoud dat een discounter wordt toegevoegd omdat in dat geval de keuze toeneemt. De door BSP gehanteerde koopkrachtbinding van 95% tot 97% achten wij vanwege de

<sup>3</sup> Zie supermarktpositionering 2013 in Zomerrapport 2013 van GfK en foodmagazine

<sup>4</sup> Zie rapport 'Marktonderzoek centrumplan Holten', Seinpost Adviesbureau BV september 2012



bovengenoemde trends in het consumentengedrag en de sterke supermarktpositie in omliggende plaatsen niet realistisch.

- Koopkrachttoevloeiing: Seinpost en BSP hanteren een vergelijkbaar percentage vreemde omzet waarbij Seinpost ervoor kiest een bandbreedte te hanteren. Het betreft ruim 9.000 consumenten die voor de dagelijkse boodschappen worden toegerekend aan Rijssen (uit de omgeving, vanwege recreatie en toerisme, etc.).
- Vloerproductiviteit: Seinpost zoomt in op de marktruimte voor supermarkten terwijl BSP de marktruimte voor de dagelijkse sector berekend. Seinpost hanteert het landelijk gemiddelde voor de vloerproductiviteit voor supermarkten (incl. BTW). BSP hanteert het landelijk gemiddelde voor de dagelijkse sector (excl. BTW). Omdat beide bureaus landelijke gemiddelden gebruiken zijn hierdoor geen verschillen te verwachten.
- Gevestigd supermarktaanbod: Seinpost gaat uit van minder supermarktmeters vanwege de correctie die is toegepast op de omvang van Emté Veeneslagen (- 218 m<sup>2</sup> wvo). Volgens Locatus heeft deze Emté een omvang van 1.018 m<sup>2</sup> wvo en 6 kassa's, maar na een schouw komt Seinpost tot de conclusie dat deze super een omvang van circa 800 m<sup>2</sup> wvo en 4 kassa's heeft. BSP heeft geen correctie toegepast op de gegevens van Locatus.
- Conclusie:
  - Scenario relocatie AH: de AH in Rijssen wordt met 558 m<sup>2</sup> wvo uitgebreid. In het ongunstigste scenario ontstaat er volgens Seinpost een distributief tekort van 982 m<sup>2</sup> wvo (12,7% van het aanbod) en exclusief eventuele uitbreidingen van andere supermarkten. In het gunstigste scenario is er volgens Seinpost 518 m<sup>2</sup> wvo uitbreidingsruimte voor supermarkten dat door de uitbreiding van AH in zijn geheel wordt opgesoupeerd. Naar verwachting leidt dit scenario niet tot faillissementen bij andere supermarkten. BSP komt tot een marktruimte van 564 m<sup>2</sup> wvo voor de dagelijkse sector waarmee de uitbreiding van de supermarkt en dagelijkse winkels (samen 758 m<sup>2</sup> wvo) wordt onderbouwd.
  - Scenario relocatie AH + extra supermarkt: de AH wordt met 558 m<sup>2</sup> wvo uitgebreid en in het huidige AH-pand komt een supermarkt van 942 m<sup>2</sup> wvo. De toevoeging aan supermarktmeters is daarmee 1.500 m<sup>2</sup> wvo. In het ongunstigste scenario treedt er volgens Seinpost een distributief tekort op van 1.662 m<sup>2</sup> wvo op, ofwel 18,1% ( $1.662 / (7.704 + 1.500)$ ) van het supermarktoppervlak. In het gunstigste scenario is er een distributief tekort van 708 m<sup>2</sup> wvo ofwel 7,6%. Mogelijk leidt dit scenario tot een faillissement van één of meerdere supermarkten. BSP berekent een distributief tekort van 898 m<sup>2</sup> wvo ( $802 - / - 1.700$ ) voor de dagelijkse sector.
  - Van duurzame ontwrichting in de dagelijkse sector is bij beide scenario's geen sprake. Ook bij een eventueel faillissement van één of meerdere supermarkten blijft er voldoende dagelijks aanbod op aanvaardbare afstand (= wettelijk criterium) over.

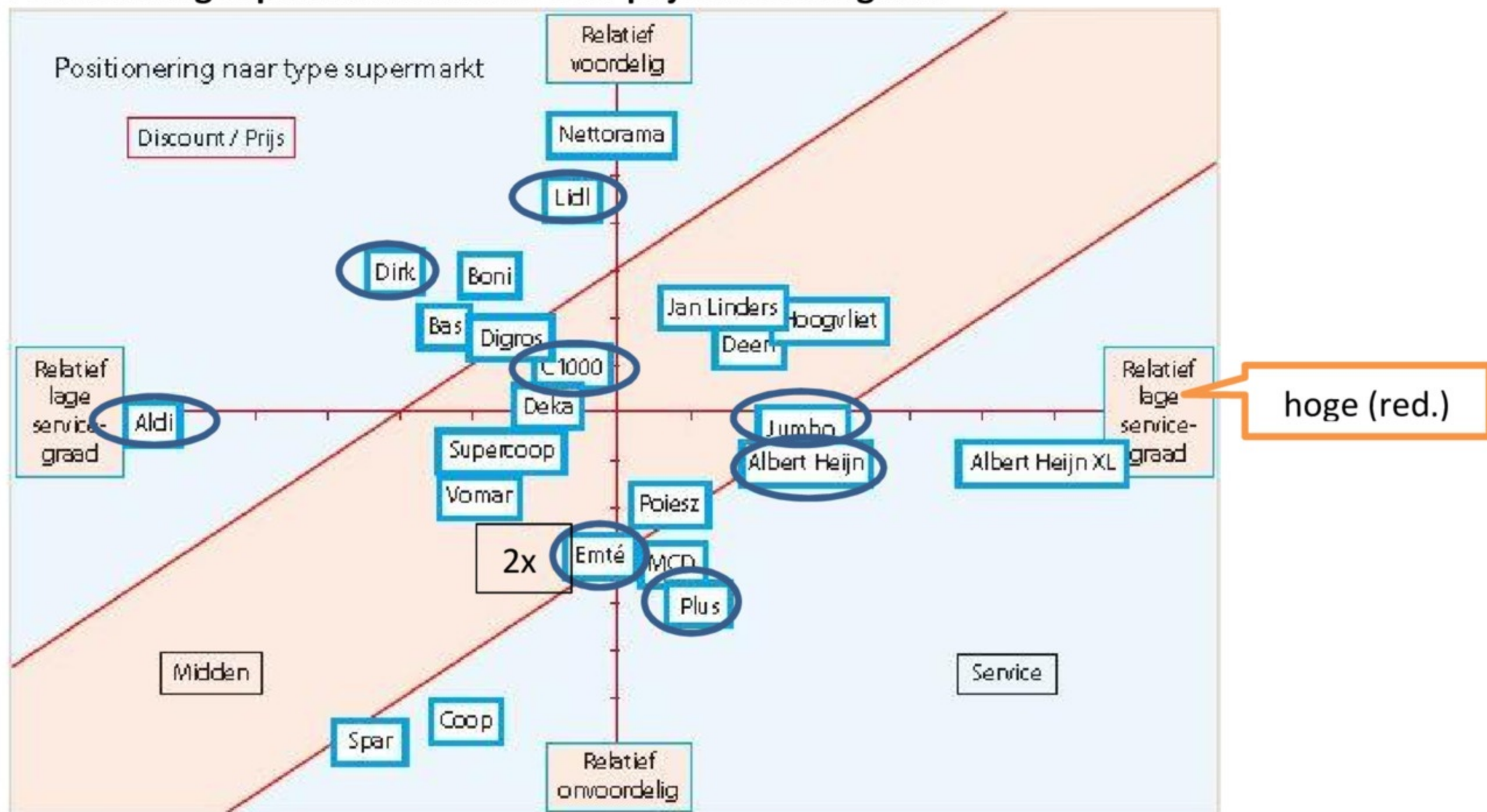
## 2.2 Benchmark

- De benchmark laat zien dat het aantal supermarkten in Rijssen 17,5% meer is dan in vergelijkbare steden. Het aantal full-servicesupermarkten is zelfs 38,5% hoger dan de steden in de benchmark. Deze constatering zegt iets over de onevenwichtigheden in de supermarktstructuur van Rijssen. Op pagina 20 bevestigen wij de constatering dat meerdere gemeenten bezig zijn centra te versterken waarbij supermarkten een belangrijke drager voor een project zijn.
- De supermarktsector in Nederland is erg dynamisch. Supermarktformules komen en gaan. Supermarkten concurreren op prijs, aanbiedingen, kwaliteit en winkelbeleving. Los van nieuwe ontwikkelingen kunnen trends als afnemend bezoek bij buurt- en wijksupermarkten en toenemend bezoek bij grotere kernverzorgende supermarkten, afnemende klantentrouw en het bezoek van meerdere supermarkten (o.a. vanwege aanbiedingen, crisis) ertoe leiden dat supermarkten die nu al niet goed functioneren failliet kunnen gaan. Niet een nieuwe concurrent maar een afnemende binding omdat de consument elders de boodschappen doet is dan de oorzaak. In Rijssen zijn leemtes in het goedkopere segment supermarkten.



- In onderstaand figuur is het supermarktaanbod in Rijssen omcirkeld. De supermarktformules zijn onderverdeeld in prijs- en servicegraad. Zo valt af te lezen dat Emté (2x in Rijssen gevestigd) en Plus relatief onvoordelige supermarkten met een gemiddelde servicegraad zijn terwijl Dirk en Lidl relatief voordelige supermarkten zijn met een gemiddelde servicegraad.
- De Lidl-supermarkt is omcirkeld omdat er in een scenario van BSP rekening wordt gehouden met een harddiscountsupermarkt in het huidige AH-pand (zie hierna). Aangezien ALDI al in Rijssen is gevestigd zal dit hoogstwaarschijnlijk een Lidl betreffen.

### Positionering supermarktformules naar prijs en servicegraad



Bron: GfK Zomerrapport 2013, bewerking Seinpost Adviesbureau BV

### 2.3 Actuele regionale behoefte

- Seinpost is het met BSP eens dat in Rijssen ruimte is voor een goedkope supermarkt (als Lidl) ondanks een gebrek aan distributieve ruimte. Het supermarktaanbod wordt van een marktsegment voorzien wat nu slechts beperkt aanwezig is.
- Het Stationsgebied is een locatie die voor herstructurering in aanmerking komt. De functie van AH op deze locatie als bronpunt voor het centrum verslechtert omdat AH op het Stationsgebied enkele honderden meters verder weg is gelegen van het centrum en er geen directe zichtrelatie met het centrum meer is. De ruimteclaim van een moderne AH-supermarkt is (incl. parkeren en ontsluiting) echter niet op een locatie dichtbij het centrum te realiseren. Seinpost is het eens met BSP dat de Stationslocatie voldoet aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

## 3. Effectenstudie

### 3.1 Ruimtelijke effecten

- BSP stelt op pag. 22 dat AH de lokaal- en regionaal verzorgende positie op de huidige locatie niet naar behoren kan invullen. De supermarkt is te klein en het parkeren is niet optimaal. Na verplaatsing en vergroting kan AH de lokale en regionale functie beter vervullen. Seinpost is het ten dele eens met deze redenatie. Het klopt dat een grotere supermarkt met voldoende parkeerplaatsen aantrekkelijker is voor de lokale en regionale bezoeker. De locatie Stationsgebied is in tegenstelling tot de huidige AH-locatie echter niet direct aangesloten op het kernwinkelgebied van Rijssen. In het winkelgedrag is een duidelijke trend zichtbaar naar meer efficiency waarbij boodschappen doen steeds vaker wordt gecombineerd



met winkelen<sup>5</sup>. Deze combinaties liggen minder voor de hand als AH op de Stationslocatie is gevestigd. Voor bezoekers die een combinatie tussen het kernwinkelgebied en de AH-supermarkt willen maken betekent de verplaatsing geen goed nieuws. Met andere woorden, AH zal op de Stationslocatie meer solitair gaan functioneren dan op de huidige locatie.

- Op pag. 22 stelt BSP dat een harddiscountsupermarkt o.a. veel combinatiebezoek uitlokt. Uit ervaringscijfers van Seinpost blijkt dat het combinatiebezoek tussen een harddiscounter en andere winkels (veel) minder is dan het combinatiebezoek tussen een full-servicesupermarkt en andere winkels (o.a. vanwege het grote verschil in het aantal artikelen). Harddiscounters zijn vaak de tweede of derde supermarkt voor consumenten en worden uiterst doelgericht bezocht (veelal voor de bulkaankopen).

### **3.2 Effecten op supermarktstructuur**

- BSP stelt dat een uitbreiding van de AH-supermarkt tot een omzettoename van 30% leidt terwijl het wvo met 60% wordt vergroot. Uit ervaringscijfers van Seinpost blijkt dat dit een terechte aanname is. Supermarkten die willen vergroten hebben vaak een bovengemiddelde vloerproductiviteit met alle knelpunten van dien (te krappe gangpaden, te klein magazijn, etc.).
- BSP stelt dat een harddiscountsupermarkt een omzetclaim heeft van € 5 tot € 6,4 miljoen per jaar excl. BTW. Dit is het product van 950 m<sup>2</sup> wvo en een vloerproductiviteit van € 100 tot € 130. Seinpost kan uit de rapportage niet herleiden hoe dit product tot stand is gekomen. Uit de omzetclaim die BSP toekent aan de harddiscountsupermarkt blijkt dat deze een vloerproductiviteit van € 5.200 tot € 6.700 per jaar kent. De gemiddelde vloerproductiviteit voor supermarkten volgens de rapportage Omzetkengetallen 2013 van het HBD is € 8.260 per jaar excl. BTW. Hieruit leiden wij af dat BSP uitgaat van de vloerproductiviteit voor een harddiscountsupermarkt die 19% tot 37% lager is dan het landelijk gemiddelde. Hoewel een harddiscountsupermarkt doorgaans een lagere vloerproductiviteit scoort dan een full-servicesupermarkt achten wij de door BSP gehanteerde afwijkingen te groot. Seinpost zou rekenen met een vloerproductiviteit die maximaal 15% tot 20% lager is.

#### **Economisch effect scenario 1a: verplaatsing Albert Heijn**

- BSP stelt dat verplaatsing en uitbreiding van AH niet of nauwelijks effect heeft op de supermarkten in Rijssen uitgezonderd Jumbo en Dirk. Seinpost denkt om een aantal redenen dat de vergroting en verplaatsing van AH wel degelijk effect heeft op de omzet bij overige supermarkten in Rijssen. Op pagina 23 stelt BSP al dat de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing omhoog gaat omdat het aanbod kwantitatief en kwalitatief sterker wordt. AH zal nog meer dan in de huidige situatie de kernverzorgende functie waar moeten kunnen maken om rendabel te kunnen draaien. Het is dan logisch dat consumenten uit Rijssen meer georiënteerd raken op AH (want ruimer aanbod, aangename winkelbeleving en betere parkeersituatie) wat deels ten koste zal gaan van de oriëntatie op de andere servicesupermarkten in Rijssen (want er is beperkte distributieve ruimte) die de voorwaarden niet zo goed op orde hebben (kleinere winkel, minder assortiment, minder parkeerplaatsen etc.). Bovendien is het servicesegment al ruim vertegenwoordigd in Rijssen. Een aantal servicesupers functioneert volgens BSP nu al matig tot redelijk (pag. 23).

#### **Economisch effect scenario 1b: verplaatsing AH en komst hard-discounter**

- Aangezien een tweede ALDI-supermarkt in Rijssen niet voor de hand ligt gaan wij uit van het scenario Lidl-formule in Rijssen. De Lidl-formule ontwikkelt zich steeds meer tot een servicesupermarkt: het assortiment wordt verruimd, het versaanbod neemt toe (recent geopende vestigingen beschikken over o.a. een bakkerij) en de winkels worden groter (nieuwe Lidl-winkels beschikken over circa 1.200 m<sup>2</sup> wvo). De trekkracht van deze goedkopere

---

<sup>5</sup> Bron: 'Look Listen Learn 2013' van SSM Retailplatform, Nederlandse Raad van Winkelcentra en Platform Binnenstadsmanagement



supermarktformule neemt (o.a. vanwege de crisis) toe. Het marktaandeel van Lidl in Nederland is inmiddels 7,5% (bron: Nielsen 2012). De Lidl-supermarkt wordt steeds meer een concurrent van alle supermarkten. Omdat het goedkopere supermarktaanbod in Rijssen onderbezet is (alleen ALDI en Dirk zijn aan te merken als voordelige supers in Rijssen) en het inkomensniveau minder dan gemiddeld is (relatief grote gezinnen) verwachten wij dat Lidl een bovengemiddelde omzet gaat behalen. Linksom of rechtsom gaat dat ten koste van omzet bij andere supermarkten. We hebben reeds aangegeven dat de door BSP aangegeven omzetclaim van een harddiscounter te laag is.

- Seinpost komt tot een omzetclaim van € 6,6 tot € 7,0 miljoen (excl. BTW) voor de Lidl-supermarkt. Uitgaande van de door BSP becijferde additionele omzetclaim van € 2,5 miljoen (excl. BTW) voor AH is de totale additionele omzetclaim € 9,1 tot € 9,5 miljoen (excl. BTW) op jaarbasis. In de toekomstige situatie rekent Seinpost met een supermarkt omzet van € 63,0 tot € 72,0 miljoen op jaarbasis. De additionele omzetclaim is dan circa 14%.
- Het omzeteffect op de bestaande supermarkten is afhankelijk van de afstand, functie, marktsegment en de kwaliteit van de supermarkt. Een exacte prognose van de effecten op andere supermarkten is lastig te maken. We kunnen wel beredeneren waar de hardste klappen vallen als we trends en ontwikkelingen vertalen naar de lokale supermarktsituatie. Kleine supermarkten of supermarkten met een klein verzorgingsgebied krijgen het – los van nieuwe supermarktontwikkelingen – steeds moeilijker vanwege het veranderende consumentengedrag. Afstand is voor consumenten steeds minder een beperkende factor omdat het autobezit toeneemt. In Rijssen zijn vijf (of zes als C1000 is omgebouwd tot Jumbo) full-servicesupermarkten met een gemiddeld tot hoog prijsniveau. Vanwege de crisis letten consumenten meer op de prijs bij het boodschappen doen waardoor met name de duurere supers geraakt zullen worden als er een prijsvoordelige supermarkt wordt toegevoegd. Ook na de crisis zal er een evenwichtig aanbod moeten blijven inclusief een aantal prijsvechters.
- Rekening houdend met het verzorgingsgebied, het huidige functioneren en de sterkte van de marktformule denken wij dat met name Emté Veeneslagen het lastig gaat krijgen. Deze supermarkt ligt al decentraal in het verzorgingsgebied Veeneslagen, betreft een formuledoublure en ligt relatief dichtbij de combinatie Jumbo/AH. Na de ondertunneling van het spoor is de bereikbaarheid van het centrum vanuit de Veeneslagen verbeterd waardoor consumenten uit deze wijk makkelijker per auto de centrumsupermarkten kunnen bezoeken.

## Conclusie

Seinpost sluit deze second opinion af met een aantal conclusies:

- De marktruimteberekeningen van Seinpost en BSP zijn niet helemaal vergelijkbaar. BSP heeft een berekening voor de dagelijkse sector opgesteld, Seinpost voor de supermarktsector. Als de door BSP berekende marktruimte volledig wordt benut door de supermarktsector is de marktruimte door BSP berekend hoger dan de door Seinpost berekende marktruimte. De belangrijkste verklaring voor het verschil zijn de aannames in koopkrachtbinding.
- Naar verwachting leidt het scenario relocatie AH niet tot faillissementen bij andere supermarkten. Seinpost verwacht wel dat alle servicesupermarkten in Rijssen enige omzet zien wegvloeien naar AH omdat AH de kernverzorgende functie zal verstevigen.
- Het scenario relocatie AH + toevoeging harddiscountsupermarkt leidt tot een fors overschot aan supermarktmeters waarbij het faillissement van één of meerdere supermarkten niet is uitgesloten. Omdat het goedkopere supermarktaanbod in Rijssen onderbezet is (alleen ALDI en Dirk zijn aan te merken als voordelige supers in Rijssen) en het inkomensniveau minder dan gemiddeld is (relatief grote gezinnen) verwachten wij dat de harddiscountsupermarkt een bovengemiddelde omzet gaat behalen. Linksom of rechtsom gaat dat ten koste van omzet bij andere supermarkten.

- Van duurzame ontvricting in de dagelijkse sector is bij eventuele faillissementen van supermarkten geen sprake. Ook bij een eventueel faillissement van één of meerdere supermarkten blijft er voldoende dagelijks aanbod op aanvaardbare afstand over.
- De supermarktsector in Rijssen is qua segmentering onevenwichtig met een overaccent op serviceformules. Ondanks een gebrek aan marktruimte voor een extra harddiscountformule (als Lidl) heeft deze tweede discounter voor de consument toegevoegde waarde. Het supermarktaanbod wordt van een marktsegment voorzien wat nu slechts beperkt aanwezig is waardoor met name de koopkrachtbinding wordt versterkt. Men hoeft voor een bezoek aan Lidl immers niet meer naar bijv. Wierden of Nijverdal.
- Het Stationsgebied is een locatie die voor herstructurering in aanmerking komt. De functie van AH op deze locatie als bronpunt voor het centrum verslechtert omdat AH op het Stationsgebied enkele honderden meters verder weg is gelegen van het centrum en er geen directe zichtrelatie met het centrum meer is. De ruimteclaim van een moderne AH-supermarkt is (incl. parkeren en ontsluiting) echter niet op een locatie dichterbij het centrum te realiseren. De Stationslocatie voldoet hiermee aan de criteria van de ladder voor duurzame verstedelijking.
- In het winkelgedrag is een duidelijke trend zichtbaar naar meer efficiency waarbij boodschappen doen steeds vaker wordt gecombineerd met winkelen. Deze combinaties liggen minder voor de hand als AH op de Stationslocatie is gevestigd. Voor bezoekers die een combinatie tussen het kernwinkelgebied en de AH-supermarkt willen maken betekent de verplaatsing geen goed nieuws. Met andere woorden, AH zal op de Stationslocatie meer solitair gaan functioneren dan op de huidige locatie.