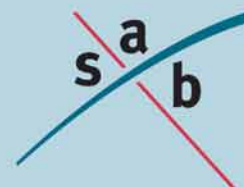


Advies

Distributieplanologisch advies vestiging supermarkt aan Eurowerft, Denekamp

Berginvest

Datum: 17 maart 2011
Projectnummer: 100255



INHOUD

1	Inleiding	3
1.1	Aanleiding	3
1.2	Leeswijzer	4
2	Het centrum van Denekamp	5
2.1	Inleiding	5
2.2	Recente ontwikkelingen in het centrumgebied	6
3	Rapporten en beleid	8
3.1	Rapport Toekomstmogelijkheden, 2004	8
3.2	Rapport Centrummanagement, 2006	9
3.3	Structuurvisie Dinkelland, 2009	10
3.4	Structuurvisie centrumgebied, 2008	10
3.5	Koopstromenonderzoek 2010 en Twentse toerismemonitor 2009	12
4	Marktruimte	14
4.1	Inleiding	14
4.2	Het huidige aanbod	14
4.3	Globale berekening marktruimte	16
4.4	Ontwikkelingen in Recreatie en toerisme	21
4.5	Ontwikkelingen in de koopkrachtbinding en toevloeiing	23
4.6	Woningbouw en bevolkingsgroei	23
4.7	Vraag en aanbod samengevat	25
5	Spreading van supermarktvoorzieningen in Denekamp	28
6	Juridisch kader	31
7	Conclusie	32
7.1	Aanleiding en beleid	32
7.2	Indicatie van de marktruimte	33
7.3	Spreading van de dagelijkse voorzieningen	34
7.4	Conclusie	35
8	Bronnen	36

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

In november 2004 verscheen het rapport “Toekomstmogelijkheden voor de detailhandel te Denekamp”. Het was mede gebaseerd op een distributieplanologisch onderzoek dat was uitgevoerd door MKB Reva. Ook de mening van de lokale winkeliers is in het rapport verwerkt.

Een van de conclusies in het rapport was dat er sprake was van een redelijk evenwichtige winkelstructuur met de bestaande drie supermarkten, maar dat er enige oververtegenwoordiging was in de non-foodsector. Dat gold echter niet voor alle branches. Een andere belangrijke conclusie in het rapport was, dat de noordzijde van het plein Euowerft (in het centrum van Denekamp) opgeknapt zou mogen worden.

Eind 2004 werd het rapport samen met een nota over herstructurering van het centrumgebied van Denekamp vastgesteld door de gemeenteraad. Sindsdien is het centrum flink aangepakt. Onder meer zijn de verkeerstromen veranderd, hetgeen invloed heeft op de detailhandel.

In maart 2008 heeft de gemeenteraad van Dinkelland de “Structuurvisie centrumgebied Denekamp” vastgesteld. Ook hierin wordt het belang aangegeven van versterking van de kop van Euowerft. In de structuurvisie wordt al uitgegaan van toevoeging van een supermarkt op deze locatie.

In september 2010 verscheen het Koopstromen Onderzoek 2010 voor de kern Denekamp. Voor dat rapport is onderzoek gedaan middels een telefonische en een online enquête onder huishoudens in Denekamp en de regio Oost-Nederland. Ook aangrenzende Duitse gemeenten werden in het onderzoek betrokken. Daarbij werden de koopstromen en koopmotieven van deze consumentengroepen in beeld gebracht. De gekozen onderzoeksopzet leidde ertoe dat onvoldoende rekening is gehouden met het grote aantal (Duitse) bezoekers van de kern en dat toeristische bestedingen niet zijn meegenomen. Tijdens het onderzoek werd onder huishoudens geënquêteerd en niet op locatie geteld. Ook werd niet gevraagd naar de hoogte van bestedingen maar ging men daarbij uit van gemiddelde cijfers van het HBD. Verder kon men slechts twee locaties aangeven waar men aankopen doet. Het grote aantal Duitse consumenten dat af en toe in Nederland inkopen doet, kan dat niet aangeven binnen deze enquêteopzet. Temeer daar over ‘dagelijkse aankopen’ wordt gesproken. Het incidenteel aankopen van producten als koffie, houdbare melk, suiker (vaak in grotere volumes) zal daar door veel consumenten niet meteen bij mee worden genomen. In het rapport werden geen aanbevelingen of conclusies genoemd.

Assen Projecten heeft samen met Berginvest een plan ontwikkeld voor realisatie van een woonwinkelcomplex aan de noordzijde van het plein Euowerft. Euowerft is een plek waar winkelen en parkeren de voornaamste functies vormen. De locatie bevindt zich op de hoek van de Meester Mulderstraat en de Nordhornsestraat. Momenteel is de locatie grotendeels reeds bebouwd. Deze bebouwing zal in het kader van de plannen worden gesloopt. Hierna wordt op de locatie het woonwinkelcomplex gerealiseerd met op de begane grond circa 2.000 m² BVO ruimte voor dagwinkels en 1.700 m²

BVO aan supermarktruimte met daarboven parkeerruimte. Het verkoopvloeroppervlak (VVO) van de supermarkt bedraagt circa 1.150 m².



Situatietekening toekomstige situatie

Realisatie van deze plannen is niet mogelijk binnen het vigerende bestemmingsplan. Om de plannen te kunnen realiseren moet een nieuw bestemmingsplan worden vastgesteld. In dat kader dienen diverse haalbaarheidsonderzoeken te worden uitgevoerd. Hoewel de plannen goed aansluiten bij de Structuurvisie centrumgebied uit 2008, heeft Gemeente Dinkelland aangegeven dat in het kader van dit plan ook aandacht gegeven moet worden aan de distributieplanologische situatie in de gemeente. Deze adviesnota gaat daar op in.

1.2 Leeswijzer

Deze rapportage begint met een korte beschrijving van het centrum van Denekamp en de belangrijkste wijzigingen die daarin de laatste jaren hebben plaatsgevonden (hoofdstuk 2). Daarna gaat hoofdstuk 3 in op de resultaten van verschillende onderzoeken en op beleidsstukken die betrekking hebben op het centrum van Denekamp. In het vierde hoofdstuk is een andere globale berekening van de marktruimte opgesteld en wordt ingegaan op toevloeiing door toeristen en Duitse bezoekers en op kansen die de ontwikkeling van de bevolking biedt.

In hoofdstuk 5 wordt ingegaan op de huidige en toekomstige spreiding van de dagelijkse voorzieningen in het centrum.

In hoofdstuk 6 wordt heel kort ingegaan op het juridisch kader.

Ten slotte wordt de samenvatting weergegeven en worden conclusies getrokken in hoofdstuk 7.

2 Het centrum van Denekamp

2.1 Inleiding

Bij detailhandel kan onderscheid worden gemaakt naar verschillende functies die winkels hebben voor de consument. Koopmotieven bepalen dit onderscheid. Er worden drie typen onderscheiden: boodschappen doen, recreatief winkelen en doelgerichte (non-food) aankopen. Vaak komen ze samen voor, maar is wel aan te geven waar de nadruk ligt.

- o Bij het doen van boodschappen zijn vooral gemak, efficiency en goede bereikbaarheid belangrijk. Concentratie van het aanbod en goede parkeermogelijkheden verhogen hierbij het gemak.
- o Bij recreatief winkelen zijn vooral de attractiviteit en de breedte van het aanbod belangrijk. 'Beleving' is hierbij een belangrijk begrip. De kwaliteit van de omgeving en het aanbod, horeca, leisure, sfeer en een eigen karakter maken een centrum aantrekkelijk voor recreatief winkelen.
- o Bij doelgerichte non-food aankopen vindt combinatiebezoek met andere winkels veel minder plaats. Goede bereikbaarheid en parkeergelegenheid zijn hierbij een belangrijk voorwaarde. Vaak gaat het om artikelen met een volumineus karakter.

Denekamp ligt in de gemeente Dinkelland in het noorden van Twente nabij de Duitse grens. Het centrum van Denekamp is zowel geschikt voor het doen van boodschappen als (beperkt) recreatief winkelen. Een breed aanbod, goede bereikbaarheid, sfeer en de kwaliteit van de omgeving zijn dus belangrijke aspecten voor deze functie. Belangrijke winkelgebieden in de omgeving van Denekamp zijn Nordhorn (Duitsland) op 5 kilometer afstand, Oldenzaal op 10 kilometer afstand en Hengelo en Enschede op circa 20 kilometer afstand.

Kleinschaligheid is een belangrijk kenmerk van het centrum van Denekamp, evenals afwisseling van bebouwde en onbebouwde ruimte. De bebouwing in het centrum is op veel plaatsen nog oorspronkelijk. Er is een verscheidenheid aan functies aanwezig in het centrum: winkels, horeca, andere bedrijvigheid, wonen, openbaar groen, pleinen en verkeersfuncties. Ook zijn er enkele bijzondere gebouwen zoals de kerk en het gemeentehuis. De concentratie van winkels bevindt zich vooral aan de Brinkstraat, de Grotestraat, de Vledderstraat en Eurowerft. De winkels aan de Eurowerft zijn grotendeels in de jaren '60 gerealiseerd.



Luchtfoto met aanduiding winkelconcentratiegebied (Bron: Google Earth, bewerkt).

2.2 Recente ontwikkelingen in het centrumgebied

De Oldenzaalsestraat, Grotestraat, Vledderstraat en Nordhornsestraat vormden de doorgaande verbinding tussen Oldenzaal en de Duitse plaats Nordhorn. In 2003 echter, is de rondweg rond Denekamp gereedgekomen, waardoor het verkeer niet meer door de dorpskern wordt geleid. Onder meer om sluitverkeer tegen te gaan is vervolgens de voormalige route door het dorp veranderd. Er is een 'knip' in aangebracht waardoor meteen een 'stadserf' gecreëerd werd en er zijn 30 kilometerzones aangebracht. Deze 'knip' werd definitief in 2006, tegelijk met de aanleg van het plein bij het gemeentehuis. De knip belemmert een doorstroming van (auto)verkeer en leidt tot een soort tweedeling van het centrumgebied in een noordwestelijk deel en een zuidoostelijk deel. Verderop in deze nota wordt nader ingegaan op deze tweedeling.

Met het nieuwe centrumplein heeft Denekamp een mooi hart gekregen. De Grotestraat en de Oldenzaalsestraat zijn heringericht. Verder is naar aanleiding van het rapport "Toekomstmogelijkheden voor de detailhandel Denekamp" een centrummanager voor Denekamp aangesteld. De centrummanager is een vertrouwenspersoon tussen gemeente en ondernemers maar werd ook aangesteld om te komen tot verdere kwaliteitsverbetering van het centrum van Denekamp.

De meest recente relevante wijziging die zich in het centrumgebied heeft voorgedaan, betreft de opening van de discountsupermarkt Aldi in mei 2008 op de plek waar eerst een fullservice Golff-supermarkt was gevestigd. Deze verandering heeft niet alleen geleid tot een wijziging van het supermarktaanbod, maar in feite ook tot een wijziging in de verspreiding van dat aanbod. Samen met de knip in de infrastructuur is hierdoor een ongelijke winkelstructuur ontstaan. Ook op de spreiding van het supermarktaanbod wordt verderop in deze notitie nader ingegaan.

Duidelijk is dus dat sinds het rapport “Toekomstmogelijkheden voor de detailhandel te Denekamp” samen met de nota over herstructurering van het centrum eind 2004 werden vastgesteld, het centrumgebied flink is aangepakt.

De volgende stap is het vernieuwen van de noordkant van de Eurowerft, waarbij de huidige bebouwing met verouderde winkelpanden en een garage plaats zal maken voor nieuwbouw met winkels en woningen. De bestaande winkels kunnen er gevestigd blijven. Ook is er ruimte voor een fullservice supermarkt. Assen Projecten heeft plannen voor ontwikkeling van dit gebied op laten stellen. Na een eerste presentatie werden de plannen op basis van reacties van de aanwezigen aangepast.

3 Rapporten en beleid

3.1 Rapport Toekomstmogelijkheden, 2004

In november 2004 verscheen het rapport “Toekomstmogelijkheden voor de detailhandel te Denekamp” van MKB Reva. Op basis van onder meer onderzoek onder consumenten en ondernemers werden verbeterpunten opgesteld. Tijdens dat onderzoek, uitgevoerd door MKB Reva, werd Denekamp vergeleken met het gemiddelde cijfers van Nederlandse plaatsen met een vergelijkbaar aantal inwoners. Uit deze vergelijking bleek dat Denekamp een vrij compleet winkelaanbod heeft. Daarbij werd aangegeven dat hierbij meespeelt de afstand van Denekamp tot winkelgebieden van een hogere orde, de nabijheid van de grens en de opbouw van de lokale winkelstructuur en woningbouw. Verder bleek dat de lokale koopkrachtbinding hoog is. Ook werd geconcludeerd dat het verkoopvloeroppervlak in Denekamp redelijk in balans is met het haalbare verkoopvloeroppervlak. Ook werd aangegeven dat door de ligging van de drie supermarkten in het dorp er sprake van een redelijk evenwichtige ruimtelijke structuur.

In het rapport werd aangegeven dat een flinke vertekening ontstaat door de aanwezigheid in de gemeente van Tuincentrum Oosterik. Dit zeer grote tuincentrum is echter perifeer gelegen en zou dus niet meegerekend moeten worden bij het aanbod van Denekamp. Bij de berekeningen en vergelijkingen die werden uitgevoerd is er van uitgegaan dat het verzorgingsgebied van Denekamp bestaat uit Denekamp, Noord-Deurningen, Tilligte, Lattrop-Brekelenkamp en Beuningen. Ofwel: alleen kernen in de gemeente zelf. Er is dus geen rekening gehouden met de vrij grote afstand tussen Denekamp en de grotere winkelgebieden Oldenzaal, Hengelo en Enschede, noch met toestroom van Duitse bezoekers. In het rapport werd aangegeven dat de herkomst van de omzet in Denekamp slechts voor 13% procent afkomstig was uit Duitse plaatsen en van toeristen, iets waar eerder heel andere indicaties voor werden gegeven. Tijdens een brainstormsessie met ondernemers en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven, werd geschat dat in verschillende kernen in de gemeente vijftig procent van de omzet en in sommige kernen nog meer, wordt behaald door verkoop aan recreanten en toeristen. (Bron: Beleidsnota recreatie en toerisme, december 2003).

Een belangrijke conclusie was dat zowel ondernemers als consumenten van mening waren dat de aantrekkelijkheid en de sfeer in het centrum te wensen over lieten. De geringe aantrekkelijkheid werd versterkt door de doorgaande weg die het centrum in tweeën sneed.

MKB Reva gaf aan zich goed te kunnen vinden in de plannen om voor de kerk een nieuw plein te creëren dat als nieuw hart van het centrum zou moeten gaan fungeren. En dat het gebied rond het marktplein (aan de zuidwestkant van het kernwinkelgebied) een ondersteunende functie krijgt voor het kernwinkelgebied.

Voor de Euowerft werd geconcludeerd dat het weinig sfeer heeft, met name door de wanden van het plein. Aangegeven werd dat het van groot belang is om plannen op te stellen voor met name het herontwikkelen van de noordkant van Euowerft. Om de aantrekkingskracht van dit gebied te waarborgen is een goede invulling vereist. Ten behoeve van een goede structuur in het centrum, zou de noordwand van Euowerft een trekker dienen te herbergen. Een verplaatsing van de supermarkt die toen aan de

Euowerft gevestigd was, werd daarbij als mogelijkheid genoemd. Dit zou zorgen dat het winkelgebied een sterke noordelijke pool met trekkracht zou krijgen.

Voor het centrum van Denekamp zou een dergelijke ontwikkeling betekenen dat er een tweepolenstructuur ontstaan die momenteel ontbreekt.

3.2 Rapport Centrummanagement, 2006

In 2006 werd er door MKB Reva een vervolg gegeven aan het rapport 'Toekomstmogelijkheden', door de "Rapportage centrummanagement; inventarisatie, analyse, aanbevelingen en plan van aanpak".

Dit rapport werd vooral gebaseerd op gesprekken met winkeliers en eigenaren van panden in het centrum. Als belangrijk punt van zorg werd genoemd de mogelijke gevolgen van de definitieve afsluiting van de Nordhornsestraat/Oldenzaalsestraat. Een tweede onderwerp van zorg was het gebrek aan sfeer en (dus) van aantrekkingskracht van Denekamp. Er was sprake van groeiende afvloeiing en zwakkere toevloeiing van consumenten.

De draagvlakanalyse van 2004 werd op een aantal punten genuanceerd. Opgemerkt werd dat het grote aanbod van winkelmeters in centrum vertekend was. Door branchevervaging, aanwezigheid van grootschalige vestigingen ook buiten het centrum werd nadere analyse nodig geacht. Ook werd opgemerkt dat in het vorige rapport winkelmeters aan de Nederlands-Duitse grens werden meegenomen voor Denekamp, waar deze in de praktijk heel andere klanten trekken dan de winkels in Denekamp. Ook werd opgemerkt dat in de eerdere analyse werd uitgegaan van een te lage koopkrachtbinding en -toevloeiing.

Specifiek voor de foodsector werd in deze nieuwe rapportage opgemerkt dat de koopkrachtbinding in de foodsector juist laag is (86%), waaruit blijkt dat consumenten iets in Denekamp missen waardoor men zelfs voor food de boodschappen vaak elders doet. De afwezigheid van een discountsupermarkt zou daar debet aan kunnen zijn. Verder werd opgemerkt dat in de foodsector, met name bij discountsupermarkten het aandeel non-food groot is: 40% of meer.

Voor de dagwinkels werd aangegeven dat door de concurrentie aan te gaan op service, product en kwaliteit, het MKB kan profiteren van een toenemende toevloeiing en afnemende afvloeiing.

Een van de conclusies die werd getrokken is, dat door bovenstaande aanpassingen, maar ook door het verdwijnen van winkelmeters door herontwikkelingen in het centrum, er kwantitatief gezien sprake is van een mogelijk tekort van 4.500 m² aan verkoop vloeroppervlak in het centrum van Denekamp. Ook werd aangegeven dat er meer uitbreidingsruimte nodig is uitgaand van verdere versterking van het winkelgebied waardoor koopkrachtbinding en toevloeiing toenemen.

Ook werd geconcludeerd dat er gezocht moet worden naar mogelijkheden om een kwaliteitsslag te maken in zowel uitstraling als aanbod in Denekamp.

In het rapport wordt gepleit voor het definitief aanbrengen van een 'knip' in de infrastructuur in het centrum, waarbij een belangrijk aandachtspunt is dat het kernwinkelgebied wel over voldoende aantrekkingskracht dient te beschikken. De twee supermarkten Plus en Sanders bevinden zich immers aan de andere kant van de knip.

Specifiek werd daarom opgemerkt dat er een zeker evenwicht moet bestaan tussen de mogelijkheden van het doen van de dagelijkse boodschappen aan de noordzijde van de Euowerft en die op en rond de markt. Door een dergelijk evenwicht ontstaat een 'haltermodel' in het centrum van Denekamp, waarbij Euowerft in evenwicht is met de winkelconcentratie rond de markt en omgeving. Dit wordt verstoord zodra de voorgenomen ontwikkeling aan de Euowerft achterstand zou oplopen. Bij dat (verstoorde) scenario is de verwachting dat de ondernemers aan de noordoostkant van de knip het zwaar te verduren gaan krijgen. Als tijdspad voor ontwikkeling van de Euowerft werd aangegeven de periode 2009-2010.

3.3 Structuurvisie Dinkelland, 2009

Gemeente Dinkelland grenst aan het gebied Netwerkstad Twente (Enschede, Hengelo, Oldenzaal, Borne en Almelo). Ook kent de gemeente een positionering ten opzichte van het Duitse achterland. Vele Duitse bewoners maken gebruik van de voorzieningen in Dinkelland. Er liggen kansen om deze strategische ligging in de toekomst nog verder te gaan benutten. Er is gekozen voor een indeling van de gemeente in drie verzorgingskernen en zeven woonkernen. Omdat het onmogelijk is te garanderen dat alle kernen ook in de toekomst over alle voorzieningen kunnen blijven beschikken, is gekozen voor concentratie van voorzieningen in de kernen Denekamp, Ootmarsum en Weerselo. Deze krijgen dus een verzorgingsfunctie ten opzichte van de omliggende kleine kernen. Ook nieuwbouw van met name woningen voor ouderen en uitbreiding van bedrijventerreinen worden in deze kernen geconcentreerd. Met name Weerselo is als groeikern voor wonen aangewezen.

Verder wordt ervoor gekozen dat Dinkelland zich profileert als agrarische en toeristische gemeente. Bevordering van de economische betekenis van de toeristisch recreatieve sector is een hoofdkeuze van de gemeente. Doel is versterking van de economie, vergroting van de leefbaarheid en versterking van de ruimtelijke kwaliteit.

Voor Denekamp is aangegeven dat het een verzorgingsfunctie heeft voor de kernen Lattrop, Tilligte en Noord-Deurningen. Uitbreiding van de kern heeft afgelopen jaren hoofdzakelijk in noordoostelijke richting plaatsgehad. Ook wordt genoemd het belang om de kanaalroute verder te ontwikkelen als recreatieve trekpleister, waarbij onder meer Denekamp als attractief punt wordt benoemd met diverse mogelijkheden die nog niet optimaal worden benut. Verder wordt in de deze visie verwezen naar de bovengenoemde structuurvisie voor het centrumgebied van Denekamp.

3.4 Structuurvisie centrumgebied, 2008

In maart 2008 heeft de gemeenteraad van Dinkelland de "Structuurvisie centrumgebied Denekamp" vastgesteld. Als uitgangspunt is hierin aangegeven dat Denekamp haar centrum een kwaliteitsimpuls wil geven zodat een aantrekkelijk centrumgebied ontstaat dat ook op langere termijn voldoet aan de eisen van de tijd. Kwaliteit en leefbaarheid staan daarbij centraal. In de structuurvisie wordt aangegeven welke ontwikkelingsmogelijkheden en maatregelen moeten leiden tot het bereiken van een aantrekkelijk en divers centrumgebied.

Bewoners, consumenten en ondernemers zijn in een vroeg stadium betrokken bij de planvorming en hebben een duidelijke bijdrage geleverd aan de structuurvisie. Ten opzichte van eerder beleid heeft een aantal wijzigingen in deze nieuwe visie met name betrekking op de toegenomen ruimtebehoefte van de detailhandel en de daarmee samenhangende parkeerbehoefte.

In de structuurvisie van 2004 was op basis van destijds beschikbare gegevens een beperkte uitbreidingsruimte opgenomen voor de detailhandel. Op basis van vervolgonderzoek door MKB Reva is in de bovengenoemde rapportages van 2004 en 2006 meer rekening gehouden met de wensen en mogelijkheden van de ondernemers en deze meer als uitgangspunt te nemen voor de ontwikkeling van de detailhandel in het centrum van Denekamp.

In de structuurvisie is geconstateerd dat de voorzieningen in het centrum relatief sterk zijn verspreid over het centrumgebied. Mede daardoor ontbreekt een duidelijk afgebakend centrum. De trend in kernen van vergelijkbare omvang is een toenemende concentratie van winkel- en andere voorzieningen met het oog op behoud en versterking van de ruimtelijke structuur en het draagvlak van voorzieningen. In de structuurvisie wordt daarom een kernwinkelgebied aangewezen waarbij wordt aangesloten bij de in de detailhandelsvisie bepleite polenstructuur. Deze aanwijzing betekent een vergroting ten opzichte van de vorige structuurvisie uit 2004. Dit sluit aan bij de uitgangspunten van de eerder genoemde 'Rapportage Centrummanagement'.

In de structuurvisie is aangegeven dat de Euowerft het belangrijkste winkelcentrum is geworden door het aanbrengen van de 'knip' in de infrastructuur, maar dat de uitstraling sterk te wensen overlaat en dat de noordzijde van de Euowerft momenteel een weinig aantrekkelijke beëindiging vormt van dit plein. Als visie is (onder meer) opgenomen dat het kernwinkelgebied van Denekamp compacter is geworden en dat het aan de noordzijde wordt beëindigd door nieuwbouw aan de Euowerft. Ook wordt uitdrukkelijk uitgegaan van een tweepolenstructuur van het kernwinkelgebied, met aan beide uiteinden (Euowerft-Noord en het Marktpllein) een 'trekker' in de foodsector.

Specifiek voor Euowerft-Noord is als visie aangegeven dat nieuwe bebouwing aan de noordzijde in combinatie met enkele panden aan de Nordhornsestraat ruimte biedt voor winkels met daarboven woningen met voldoende parkeergelegenheid. Er wordt ruimte geboden voor toevoeging van een supermarkt aan de kop van de Euowerft met een totaal oppervlak van ongeveer 1.800 m² BVO.

Een van de uitgangspunten voor versterking van het centrum is de bereikbaarheid. Daarbij wordt ook het waarborgen van voldoende parkeervoorzieningen met name genoemd. Gesteld kan worden dat voorliggend plan voor de herontwikkeling van de noordkant van de Euowerft, betekent dat (dagelijkse) voorzieningen beter bereikbaar zijn voor de inwoners aan de noordoostkant van Denekamp terwijl tegelijk voldoende parkeermogelijkheden worden gerealiseerd.

3.5 Koopstromenonderzoek 2010 en Twentse toerismemonitor 2009

In september 2010 verscheen het Koopstromenonderzoek voor de kern Denekamp. Voor dat rapport is onderzoek gedaan middels een telefonische en een online enquête onder huishoudens in Denekamp en de regio Oost-Nederland. Ook werden de Duitse grensgemeenten in het onderzoek betrokken. Daarbij werden de koopstromen en koopmotieven van deze consumentengroepen in beeld gebracht. Tijdens het onderzoek werd dus niet op locatie geteld. In de enquêtes werd geen aandacht gegeven aan bestedingscijfers.

De geenqueteerden konden tijdens het onderzoek slechts twee locaties aangeven waar men aankopen doet. Het grote aantal Duitse consumenten dat af en toe in Nederland inkopen doet, kon dat niet aangeven binnen deze enquêteopzet. Dit wordt versterkt doordat steeds over 'dagelijkse aankopen' en 'boodschappen doen' wordt gesproken. Het incidenteel aankopen van producten als koffie, houdbare melk, suiker (vaak in wat grotere volumes) zal door de Duitse consumenten dus niet in de antwoorden zijn meegenomen.

Uit het onderzoek bleek dat 80% van de inwoners van Denekamp de dagelijkse boodschappen doet in de eigen kern. In 2000 was dit aandeel hoger, namelijk 89%. Het aandeel klanten van elders uit de regio dat in Denekamp boodschappen doet zorgt voor 38% van het draagvlak. Deze toevloeiing is ten opzichte van 2000 met 17% gestegen. Er is in Denekamp sprake van een relatief grote toevloeiing vanuit de regio, waardoor het draagvlak voor de dagelijkse artikelen er groter is dan gemiddeld.

Ook koopmotieven zijn in dit rapport in beeld gebracht. Daaruit blijkt dat consumenten wel nog een voldoende geven aan het aantal winkels, maar dat dit aspect wel het slechtst wordt beoordeeld. Ook de kwaliteit van het winkelaanbod is een aandachtspunt.

De gekozen onderzoeksopzet houdt in dat onvoldoende rekening is gehouden met het grote aantal (Duitse) bezoekers van de kern. Toeristische bestedingen zijn in het koopstromenonderzoek geheel buiten beschouwing gebleven.

Het rapport Twentse toerisme monitor bevat wel gegevens over recreatie en toerisme in gemeente Dinkelland. Hieruit blijkt onder meer dat in 2009 sprake was van 320.000 toeristische overnachtingen in de gemeente. Daarbij is onderscheid gemaakt naar type overnachting. De monitor geeft ook aandacht aan winkelen door toeristen en dagrecreanten. Helaas is in de monitor allen 'recreatief winkelen' genoemd. Er is niet ingegaan op het doen van boodschappen. Bij de vragen naar uitgaven van toeristen en dagrecreanten is gevraagd naar uitgaven in winkels. Door de onderzoeksopzet die alleen uitgaat van recreatief winkelen, zijn de gegevens over bestedingen niet bruikbaar voor de dagelijkse sector. Temeer omdat gegevens over bestedingen door dagrecreanten niet zijn gemeten voor Duitse bezoekers, maar alleen voor Nederlandse.

In de toerisme monitor is ook aandacht besteed aan dagrecreatie. Daarbij is een heel opvallende uitkomst dat slechts 4% van de dagrecreanten uit het buitenland komt en 96% uit Nederland. Dit terwijl in de praktijk duidelijk is (hetgeen alleen al blijkt uit het aantal auto's met Duits kenteken dat op ieder willekeurig moment in Denekamp geparkeerd staat) dat Denekamp een grote toestroom van Duitse bezoekers kent. Deze

uitkomst in de toerismemonitor wordt veroorzaakt door de onderzoeksopzet die is gehanteerd. Er is alleen geënquêteerd bij toeristische trekpleisters, niet in een gewoon winkelgebied als Denekamp.

Een en ander betekent dat er koopstroomgegevens zijn die zijn gebaseerd op inwoners van Denekamp en op Nederlandse consumenten vanuit de regio. Deze gegevens kunnen worden aangevuld indicatieve berekeningen over omzet in de dagelijkse sector door toeristen waarbij sprake is van overnachting. Maar helaas ontbreken goede gegevens over de grote toestroom van Duitse bezoekers aan het centrum van Denekamp en hun bestedingen.

4 Marktruimte

4.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk is ingegaan op verschillende onderzoeken en beleidsstukken die zijn opgesteld voor het centrum van Denekamp. Gezien de grote veranderingen die recent hebben plaatsgevonden in het centrum en gezien de onzekerheden die het doorkijken naar de toekomst met zich mee brengt, hebben we besloten in het kader van dit advies ook een andere indicatieve berekening op te stellen die wat inzicht kan geven in de marktruimte voor een nieuwe supermarkt aan de Eurowerft te Denekamp. Hierbij is niet zozeer uitgegaan van koopstromen maar van marktpotenties en verkoopvloeroppervlak. Ook wordt ingegaan op het belang van toeristen en Duitse bezoekers en het recreatiebeleid van de gemeente, evenals op de ontwikkeling van de bevolkingomvang in de gemeente.

Hoewel koopstromen moeilijk zijn te voorspellen voor de toekomst in de gewijzigde situatie in Denekamp, is er een indicatieve berekening gemaakt op basis van recente koopstroomgegevens. De resultaten zijn vergeleken met de gegevens over marktpotenties en verkoopvloeroppervlak.

4.2 Het huidige aanbod

De ligging van de nieuwe supermarktllocatie is goed. De locatie is een verbetering en verlenging van het reeds aanwezige aanbod langs de Eurowerft, waar nu onder meer gevestigd zijn een Aldi, Hema, Marskramer, modezaak Ter Stal, Kruidvat, DA Drogisterij, Zeeman en diverse andere kleinere aanbieders.

Momenteel telt Denekamp twee supermarkten met allebei een VVO van circa 1.200 m². Beide supermarkten zijn modern en er kan in de directe nabijheid worden geparkeerd. Verder is er een relatief kleine discountsupermarkt. Deze Aldi heeft een VVO van circa 750 m² en bevindt zich aan de Noordoostkant van de 'knip' in het centrum. Het toevoegen van een goede fullservice supermarkt aan deze kant van de knip betekent dus een mooie combinatie en een aanbod dat elkaar vooral aanvult.



Foto: Plus Supermarkt in Denekamp



Foto: Sanders Supermarkt in Denekamp



Foto: Aldi te Denekamp

In de omgeving van Denekamp zijn te vinden een kleine Troefmarkt in Lattrop met een VVO van circa 100 m² en een kleine Spar supermarkt in Noord-Deurningen met een VVO van circa 200 m². Beide richten zich als service supermarkt vooral op de lokale inwoners voor de 'vergeten boodschap'. Veruit het grootste deel van de omzet van de Spar is echter afkomstig van Duitse bezoekers aan het nabijgelegen Tuincentrum Oosterik.

Verder is in Ootmarsum een Albert Heijn gevestigd van 1.000 m² VVO en een Aldi van 800 m² VVO. Dit winkelcentrum heeft bij lange na niet het aanbod dat Denekamp wel biedt en heeft voornamelijk echte boodschappenfunctie voor de lokale inwoners. Gezien de functie van deze supermarkten zal de vestiging van een fullservice supermarkt in Denekamp er geen wezenlijke invloed op hebben.

Op de grens met Duitsland zijn ook nog twee min of meer supermarktaanbieders te vinden. Beide functioneren onder eigen formule en zijn echte grenswinkels die zich volledig richten op passanten die de grens passeren. Ze voeren een volledig daarop gericht aanbod en assortiment. Vestiging van een fullservice supermarkt in Denekamp zal zich, gezien de volledig andere doelgroep, geen noemenswaardige invloed hebben op deze grenswinkels.

Ten slotte bevindt zich in Duitsland aan de weg naar Nordhorn nog een Aldi naast een drankensuper. Het betreft hier een discounter en geen fullservice supermarkt. Andere supermarkten zijn op zodanige afstand van Denekamp gevestigd dat er geen gevolgen voor worden verwacht van vestiging van een nieuwe supermarkt in Denekamp.

4.3 Globale berekening marktruimte

4.3.1 Inleiding

Het marktgebied voor een fullservice supermarkt aan de Euowerft kan als volgt worden verdeeld:

- o Primair marktgebied: Denekamp
- o Secundair marktgebied: Lattrop-Breklenkamp, Noord Deuringen
- o Tertiair marktgebied: Tilligte, Ootmarsum

Op basis van gemiddelde bestedingscijfers en een aantal aannames, kan een indicatie worden gegeven voor de omzetspotentie van het marktgebied. Ook kan een indicatie worden gegeven van (geschatte) omzetten van de supermarkten. Hierbij is gebruik gemaakt van gegevens van CBS Statline, Locatus Retail Facts 2010 en van gegevens van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD).

4.3.2 Omzetspotentie van inwoners

Consumentenbestedingen aan voedings- en genotmiddelen zijn de laatste jaren verder toegenomen. Maar met name het aandeel van deze bestedingen die in supermarkten worden gedaan is toegenomen. Daardoor bedragen de landelijke gemiddelde persoonsbestedingen bij supermarkten in Nederland circa € 43,= per week (Bron: HBD, 2010, op basis van gegevens uit 2009).

Primair:

Het primair marktgebied telt circa 8.900 inwoners. De omzetspotentie bedraagt daarmee ongeveer € 382.700,= per week.

Secundair:

Het secundair marktgebied telt ruim 2.000 inwoners. De omzetspotentie bedraagt daarmee ongeveer € 86.000,=.

Tertiair:

Het tertiair marktgebied heeft ruim 5.700 inwoners (toevloeiing van toeristen en Duitse bezoekers is hierin nog niet verrekend). De omzetspotentie bedraagt dus ongeveer € 245.100,=

Totaal:

De totale omzetspotentie bedraagt (gerekend vanuit huidige inwoneraantallen) circa € 713.800,= per week.

4.3.3 *Inschatting omzet huidige winkelaanbod*

De vloerproductiviteit van supermarkten in Nederland bedraagt gemiddeld circa € 146,= per m² VVO per week (Bron: HBD, 2010, gegevens uit 2008). Uitgaand van de totale omzetspotentie die is berekend op basis van de inwoneraantallen in het verzorgingsgebied, zou er dus sprake zijn van marktruimte voor 4.889 m² aan verkoop vloeroppervlak. We kunnen dit vergelijken met het huidige winkelaanbod.

Primair:

In het primair verzorgingsgebied bestaat een aanbod van circa 3.250 m² VVO bij supermarkten en een aanbod van naar schatting 750 m² bij kleinere aanbieders in de dagelijkse sector. Dit zou betekenen dat de omzet naar schatting € 584.000,= per week bedraagt.

Secundair:

In het primair verzorgingsgebied bestaat een aanbod van circa 1.200 m² VVO. Dit zou betekenen dat de omzet naar schatting € 175.200,= bedraagt.

Hierbij is echter niet verrekend dat veruit het grootste deel van de omzet van met name de grenswinkels en de supermarkt in Noord Deuringen niet afkomstig is van inwoners van het gebied, maar van Duitse bezoekers.

Tertiair:

In het tertiair verzorgingsgebied bestaat een aanbod van circa 1.100 m² VVO. Dit zou betekenen dat de omzet naar schatting € 160.600,= bedraagt.

Totaal:

In totaal is in het marktgebied een vloeroppervlak aan supermarkten aanwezig van circa 6.300 m² VVO. De totale omzet zou naar schatting circa € 919.800,= per week moeten bedragen, uitgaand van gemiddelde cijfers voor Nederland.

4.3.4 *Vergelijking van omzet en omzetspotentie*

Een ruwe schatting van de huidige omzet in de dagelijkse sector in het marktgebied bedraagt € 919.800,=. De omzetspotentie in het gebied op basis van aantallen inwoners, wordt geschat op € 713.800,=. Daarbij is uitgegaan van gemiddelde cijfers voor Nederland. Dit betekent dat er in het hele marktgebied een overschot zou zijn van het aanbod van de dagelijkse sector. Uitgaand van Nederlandse gemiddelden zou het neerkomen op een aanbodoverschot van ruim 1.400 m² verkoop vloeroppervlak. Echter, hierbij is geen rekening gehouden met een aantal belangrijke factoren. Deze benoemen we in de volgende subparagraaf.

4.3.5 *Aanvullende factoren*

Omzet vanuit toerisme

De gemeente Dinkelland trekt veel toeristen. In tegenstelling tot dagrecreatie, is bij toerisme sprake van overnachtingen. Bij een gedeelte van het toerisme is sprake van bestedingen in dagelijkse sector. Dit leidt tot omzet voor supermarkten die nog niet is meegenomen in de bovenstaande berekeningen.

Uit de Twentse toerismemonitor blijkt dat er jaarlijks sprake is van meer dan 300.000 (toeristische) overnachtingen in Dinkelland. Echter, lang niet bij alle soorten overnachting is sprake van bestedingen in de dagelijkse sector. Hotelbezoekers zullen bijvoorbeeld geen boodschappen doen. In de Twentse toerismemonitor wordt onderscheid gemaakt naar type overnachting. De verhouding in 2009 was als volgt:

	Aantal overnachtingen 2009	Percentage
Hotel	110.000	34
Camping	120.000	38
Bungalow op park	10.000	3
Mini camping	29.000	9
Groepsaccommodatie	11.000	3
Overig	40.000	13
Totaal	320.000	100

Er kan vanuit worden gegaan dat bezoekers van campings, vakantiebungalows en minicampings tijdens hun vakantie boodschappen doen. Dit zal ook gelden voor een gedeelte van de personen die groepsaccommodaties bezoeken of voor de categorie 'overig'. Tot die laatste groep behoren bijvoorbeeld bezoekers van individuele vakantiebungalows of van een bed & breakfast. Er kan vanuit worden gegaan dat circa de helft van bezoekers van groepsaccommodaties of overige accommodaties tijdens de vakantie dagelijkse boodschappen doet.

Dit betekent dat van alle overnachtingen bij $(38+3+9+2+6=)$ 58% sprake is van het doen van boodschappen.

Uitgaand van het totaal aantal van 320.000 overnachtingen in Dinkelland, betekent dit dat voor 185.600 overnachtingen per jaar boodschappen wordt gedaan.

Gemiddeld wordt per persoon per week € 43,= besteed aan boodschappen (HBD, 2010). 185.600 overnachtingen verdeeld over 7 dagen per week, betekent dat er gemiddeld 26.514 vakantieweken per jaar zijn in Dinkelland waarvoor boodschappen gedaan worden. In totaal gaat het per week dus om (26.514 gedeeld door 52 weken) circa 509 personen extra. Dit leidt tot een totaal bedrag aan dagelijkse bestedingen van € 1.140.102,= per jaar.

De vloerproductiviteit van supermarkten is € 146,= per m² VVO per week. Een omzet van € 1.140.102,= per jaar is een weekomzet van € 21.925,=. De leidt tot een marktruimte van 150 m² aan dagelijkse sector.

Hoewel er dus sprake is van veel toeristen in de gemeente, profiteert de dagelijkse sector daar maar heel beperkt van. Het aantal toeristische overnachtingen is de laatste jaren redelijk stabiel gebleven. Verwacht mag worden dat dit in de toekomst ook het geval is.

Grote toevloeiing van Duitse consumenten

In de vorige subparagrafen is uitgegaan van gemiddelden en indicatieve berekeningen op basis van inwoneraantallen in Denekamp en de directe omgeving. Er is geen enkele rekening mee gehouden dat er sprake is van een grote toevloeiing, met name van Duitse consumenten. Deze consumenten kennen in het algemeen een relatief hoog bestedingspatroon. Veruit het grootste deel van de omzet van met name de grenswinkels en de Spar in Noord Deurningen is afkomstig vanuit deze toevloeiing. Bij deze winkels is naar schatting circa 90% van de omzet afkomstig uit toevloeiing.

Bij de opening van de Aldi, begin 2008 ging men er vanuit dat 30 tot 40 procent van het klantenbestand uit Duitsers zou bestaan. Zij komen naar Nederlandse Aldi's voor Nederlandse producten of voor producten die hier goedkoper zijn zoals koffie, vla, suiker, houdbare melk of frikadellen. Omdat de gemiddelde omzet van Duitse klanten hoger is dan van Nederlandse klanten, betekent dit dat een nog groter percentage van de omzet ontstaat door Duitse klanten.

Tijdens een brainstormsessie met ondernemers en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven, werd ingeschat dat in verschillende kernen in de gemeente vijftig procent van de omzet en in sommige kernen nog meer, wordt behaald door verkoop aan recreanten en toeristen. (Bron: Beleidsnota recreatie en toerisme, december 2003). Hoewel die laatste inschatting wat verouderd is, is duidelijk dat er sprake is van een aanzienlijke markt.

Als we op basis van deze indicaties stellen dat de supermarkten in het primaire, secundaire en tertiaire marktgebied 50% van hun omzet halen uit Duitse bezoekers en toeristen. Uit bovenstaande berekeningen bleek dat de huidige omzet van de bestaande supermarkten circa 920.000,= bedraagt. Dit betekent dat de toevloeiing van Duitse consumenten leidt tot een omzet van ongeveer € 460.000,=. Omgerekend naar vloeroppervlak gaat het om 3.150 m² VVO. Verrekenen we dit met het zogenaamde 'aanbodoverschot' van 1.400 m² dat we berekenden toen toevloeiing nog niet werd meegerekend, dan betekent dit dat er op basis van het bovenstaande sprake is van (3.150 – 1.400 =) 1.750 m² VVO aan ruimte die zou kunnen worden toegevoegd aan het huidige verkoopvloeroppervlak van supermarkten in het marktgebied. Naar schatting van de ondernemers zou dit zelfs nog meer kunnen zijn, aangezien de bestedingen van Duitse bezoekers in sommige kernen meer dan 50% van de totale omzet bedragen.

Helaas zijn er geen verdere gegevens beschikbaar over aantallen Duitse consumenten die het centrum van Denekamp bezoeken, noch over hun bestedingen. Door de gekozen onderzoeksopzet van zowel de Twentse toerisme monitor als van het koopstromenonderzoek 2010, is deze groep (deels) buiten beeld gebleven.

Brancheervaging en aanbodverbreding

Bij de bovenstaande indicatieve berekeningen is geen rekening gehouden met het feit dat door brancheervaging en verbreding van het aanbod supermarkten en met name discountsupermarkten steeds meer niet-dagelijkse producten verkopen. Met name Albert Heijn en Aldi hebben steeds meer frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen in hun assortiment. Daarbij kan onder meer worden gedacht aan zaken als drogisterijartikelen, huishoudelijke artikelen, ondergoed, et cetera. Bij een discountsupermarkt als Aldi bestaat ongeveer 40% van het aanbod uit non-food artikelen en niet-dagelijkse producten. Uitgaand van de bovengenoemde berekening zal de feitelijke marktruimte voor dagelijkse producten groter zijn dan hier is berekend.

4.3.6 Vergelijking met de koopstromen in Denekamp

In de bovenstaande berekening wordt noodgedwongen uitgegaan van gemiddelde cijfers die gelden voor Nederland. Het is mogelijk een andersoortige berekening te maken voor de distributieplanologische situatie in Denekamp op basis van koopstroomgegevens uit het recente koopstromenonderzoek van 2010.

In het bovenstaande hebben we vastgesteld dat de omzet van de supermarkten in Denekamp (het primaire gebied) circa € 584.000,= bedraagt.

Volgens de gegevens uit het koopstromenonderzoek is er sprake van een lokale binding van 80%. De totale bestedingen van inwoners uit Denekamp bedragen circa € 382.700,=. Dit betekent dat in de huidige situatie circa € 306.000,= afkomstig is van inwoners uit Denekamp (de 'lokale binding').

Volgens de koopstroomgegevens zou daarnaast 38% van de omzet afkomstig zijn van consumenten uit de regio. Uit nadere informatie van het bureau dat het koopstromenonderzoek heeft uitgevoerd, blijkt dat de toevloeiing van Duitse consumenten niet compleet in beeld is gebracht. De toestroom van Nederlandse consumenten uit de regio bedraagt 23%. Dat zou dus betekenen dat het gaat om een bedrag van circa € 70.380,=.

Bij elkaar opgeteld bedragen de bestedingen van de lokale inwoners (uitgaand van 80% lokale binding) en de toevloeiing uit de regio samen een bedrag van € 376.380,=.

Zoals gezien bedraagt de omzet in het primaire gebied circa € 584.000,=. Dit betekent dat er dus sprake is van extra omzet die niet verklaard wordt door het koopstromenonderzoek. Het gaat daarbij om een bedrag van circa € 207.620,=. Of van ongeveer 36%.

Gezien de opzet van het koopstromenonderzoek is het dus waarschijnlijk dat deze omzet afkomstig is van (Duitse) toeristen en dagjesmensen van buiten de regio. Die zijn immers niet in het koopstromenonderzoek meegenomen.

Ondernemers zelf hebben in het verleden ingeschat dat in verschillende kernen in de gemeente vijftig procent van de omzet en in sommige kernen nog meer, wordt behaald door verkoop aan recreanten en toeristen. (Bron: Beleidsnota recreatie en toerisme, december 2003). Op basis van de hierboven berekende omzetcijfers, zou deze toevloeiing vanuit toeristen en Duitse consumenten dus ook circa € 376.380,= bedragen. De totale omzet zou dus circa € 752.760,= bedragen. Uitgaand van een gemiddelde vloerproductiviteit van € 146,= per m² VVO, betekent dit dat er marktruimte is voor 5.156 m² VVO.

Dit betekent dat ook deze indicatieve berekening op basis van de beschikbare koopstroomgegevens leidt tot de conclusie dat extra winkelmeters mogelijk zijn voor de dagelijkse sector in Denekamp.

4.3.7 Conclusie

De in deze paragraaf berekende ruwe indicaties impliceren dat voorliggende plannen voor vestiging van een nieuwe supermarkt aan de Eurowerft haalbaar zijn. Tegelijk maakt de berekening duidelijk dat er sprake is van een flink aandeel in de omzet door Duitse bezoekers.

Hoewel vestiging van een nieuwe fullservice supermarkt natuurlijk extra concurrentie in Denekamp betekent, wordt het aanbod en dus de aantrekkelijkheid van Denekamp erdoor vergroot. Dit betekent dat bestedingen vanuit Duitse bezoekers er zullen toenemen. Het valt dan ook aan te bevelen aan zowel gemeente als ondernemers in Denekamp om zich in het algemeen sterker te gaan richten op het aantrekken van Duitse bezoekers. Ook zal extra moeten worden gelet op het voeren van een goed regionaal assortiment, producten en verpakkingen voor de Duitse kopers en (in de periode vanaf Pasen tot diep in het najaar) een beperkt vakantieassortiment.

De conclusie uit deze globale berekening is in lijn met de (recente) beleidsstukken en onderzoeken die eerder in deze rapportage zijn beschreven.

4.4 Ontwikkelingen in Recreatie en toerisme

Duidelijk is dat toevloeiing van toeristen in beperkte mate, maar van Duitse bezoekers in belangrijke mate bijdraagt aan de omzet van de winkelvoorzieningen in de gemeente. Daarom is het goed wat nader in te gaan op dit thema en op de beleidskeuzes die de gemeente hieromtrent heeft gemaakt. Helaas is het thema onvoldoende meegenomen in het koopstromenonderzoek voor Denekamp van 2010.

Onder meer door vergrijzing en vooral groei van het aantal wat meer kapitaalkrachtige ouderen, neemt het toerisme in eigen land toe. Ook is er sprake van een lichte toename van het aantal buitenlandse toeristen in Nederland. Uit gegevens van het CBS (Bron: CBS Statline) blijkt, dat er in de periode 1998 – 2008 een stijging heeft plaatsgevonden van het aantal bezoekers dat één of meer nachten in logiesaccommodaties hebben verbleven van maar liefst 23%.

Gemeente Dinkelland heeft toeristen veel te bieden en is mede door een gevarieerd aanbod aan verblijfsmogelijkheden ook in trek voor een meerdaags verblijf. De ligging

aan de Nederlands-Duitse grens is een belangrijk uitgangspunt. Diverse musea en andere historische bezienswaardigheden in de gemeente zijn de moeite van het bezoeken waard. Het landschap leent zich uitstekend voor het maken van fietstochten en wandelingen. Het gebied kent naast een toeristische trekkracht voor Nederlanders dan ook een grote toevloeiing vanuit Duitsland.

De gemeente ziet recreatie en toerisme als speerpunt van beleid. In Dinkelland is de sector van groot belang voor de versterking van de economie, de werkgelegenheid, de leefbaarheid en de instandhouding van voorzieningen. De komende jaren wil de gemeente haar toeristische positie in deze groeiemarkt verder versterken en meer dagen verblijfsrecreanten aantrekken. Momenteel zijn er 49 verschillende verblijfsaccommodaties in de gemeente. Jaarlijks worden er ruim 300.000 toeristische overnachtingen geregistreerd in Dinkelland. (Bron: Dinkelland: een aangenaam verblijf, 2009). De gemeente streeft naar verhoging van het aantal overnachtingen naar 450.000 in 2015 met een economische spin-off van 15 miljoen.

Helaas zijn er geen gegevens beschikbaar over de toestroom van (Duitse) bezoekers die niet overnachten. Aangenomen mag worden dat het aantal een veelvoud is van de bezoekers die overnachten. Dit blijkt bijvoorbeeld ook uit de vele auto's met Duits kenteken die op ieder willekeurig moment in het centrum van Denekamp zijn geparkeerd. Op de parkeerplaats Eurowerft gaat het om ongeveer een derde deel van het totaal aantal auto's.

Uitgaand van de berekeningen die zijn gemaakt in paragraaf 4.3.5 en 4.3.6, lijken de ruwe indicaties die zijn berekend voor de bestedingen van de voornamelijk Duitse bezoekers in Denekamp zeker niet te ruim, uitgaand van de grote aantallen bezoekers.

Gezien de groei van de recreatieve markt, mag worden verwacht dat de winkeldomzet uit een dergelijke toevloeiing in de toekomst alleen maar verder toe zal nemen. Om de bevolking van de Twentse stedenband en omliggende plaatsen aan de Duitse zijde van de grens te blijven trekken en bezoekersaantallen verder te vergroten moet blijvend aandacht worden gegeven aan verbreding en versterking van dagrecreatieve voorzieningen. Natuur, horeca en winkels zijn te beschouwen als belangrijk onderdeel van de toeristische infrastructuur. Waar extra mensen zijn kan door ondernemers meer omzet worden gegenereerd. Levendige winkelstraatjes en een breed aanbod zijn daarbij van belang. Dit zorgt weer voor een verdere vergroting van de aantrekkingskracht. Een van de beleidsaanbevelingen die de gemeente doet, betreft het bevorderen van de belangstelling van de middenstand voor de toeristisch-recreatieve markt.

Hoewel de relatie tussen voorzieningen, toerisme en vooral Duitse bezoekers dus overduidelijk is, wordt hier helaas weinig aandacht aan besteed in de gemeentelijke Toeristisch Recreatieve visie, noch in de Kadernota Marketing en Promotie Toeristisch Product Dinkelland. Het leggen van deze relatie biedt extra perspectieven voor de toekomst.

Het versterken van vooral het dagrecreatieve aanbod kan ook kansen bieden aan verdere versterking van de winkelveorzieningen in de gemeente. En andersom.

4.5 Ontwikkelingen in de koopkrachtbinding en toevloeiing

Uit het onderzoek van MKB Reva uit 2004 bleek dat het de lokale binding met 89% vrij hoog was. Volgens het Koopstromenonderzoek is de lokale binding afgelopen jaren gedaald tot 80%. In hetzelfde onderzoek werd vastgesteld dat de breedte van het aanbod (het aantal winkels) een voldoende scoort. Maar ook dat dit het aspect is waar de consumenten in Denekamp het minst tevreden over zijn. De consumenten beoordelen daarnaast het aspect 'kwaliteit van de winkels' slechter dan consumenten dat doen in referentiekernen van vergelijkbare omvang. Dit betekent dat verbreding van het aanbod en aandacht voor de kwaliteit zou kunnen leiden tot een hogere koopkrachtbinding, wellicht tot op het vroegere niveau.

Uit het koopstromenonderzoek bleek ook dat er afgelopen tien jaar sprake is geweest van toename van de toevloeiing in Denekamp. De toegenomen toevloeiing en de dalende koopkrachtbinding hebben netto geleid tot een lichte daling van het aantal klanten in de afgelopen tien jaar. De berekeningen uit het Koopstromenrapport zien er als volgt uit. Opgemerkt moet worden dat bestedingen van bezoekers en toeristen van buiten Oost Nederland hier onvoldoende of niet in zijn meegerekend.

	Aantal klanten 2000	Aantal klanten 2010	Procentuele verandering	Toekomstige ver- andering bij her- stel koopkracht- binding
Toevloeiing	4.200	4.900	+17%	4.900
Koopkrachtbinding	9.100	7.900	-13%	9.100
Totaal	13.300	12.800	-4%	+5%

In de rechterkolom is aangegeven wat het gevolg zou zijn als alleen al de koopkrachtbinding zou herstellen tot het niveau van enkele jaren geleden (89%), wat wellicht behaald zou kunnen worden door verbreding en verbetering van het aanbod. Omdat er afgelopen jaren al sprake is geweest van een toename van de toevloeiing, zou een hogere koopkrachtbinding zeker leiden tot hogere omzetten. Daar komt bij dat verwacht mag worden dat ook de toevloeiing positief beïnvloed zal worden door verbreding en verbetering van het aanbod.

4.6 Woningbouw en bevolkingsgroei

Hoewel in de gemeente Dinkelland de effecten op de detailhandel veel minder door de ontwikkeling van de bevolkingsomvang zullen worden beïnvloedt dan door de ontwikkelingen in recreatie en toerisme, is ook dit onderwerp van belang voor de nabije toekomst van de supermarktvorzieningen.

De ontwikkeling van de omvang van de bevolking zal echter ook invloed hebben op de marktruimte in de gemeente. Het Centraal Bureau voor de Statistiek heeft recent (6 oktober 2009) nieuwe prognoses opgesteld voor de autonome ontwikkeling van de bevolking. Voor Gemeente Dinkelland ziet die ontwikkeling er als volgt uit:

Jaar	Aantal inwoners
2010	25.617
2015	24.977
2020	24.380
2030	23.384

Tabel: Prognose ontwikkeling bevolking gemeente Dinkelland (Bron: CBS Statline 2009)

Uit de nieuwe prognoses blijkt dat er komende jaren een lichte daling van de bevolkingsomvang in de gemeente Dinkelland wordt verwacht. Tegelijk blijkt uit cijfers van het CBS dat er sprake is van ontgroening en vergrijzing.

Aangezien de gemeente geen regionale opvangfunctie heeft, vindt nieuwbouw met name plaats ten behoeve van de eigen bevolking. Door huishoudensverduunning (een langzame afname van het gemiddeld aantal personen dat in een woning woont) en door vervanging, zal er, ondanks de verwachte krimp van de bevolking in de gemeente als totaal, toch behoefte aan woningen blijven ontstaan. Daar komt bij dat in de jaren kort voor en kort na de gemeentelijke herindeling (2001) veel twintigers zijn vertrokken uit de gemeente. Door verschillende oorzaken waren er te weinig mogelijkheden voor woningbouw voor deze groep. Dit betekent dat een inhaalslag gemaakt kan worden. Bij voldoende aanbod zal Denekamp komende jaren meer starters kunnen verwachten.

In de structuurvisie van gemeente Dinkelland (2009) is aangegeven dat het onmogelijk is te garanderen dat alle kernen ook in de toekomst over alle voorzieningen kunnen blijven beschikken. Daarom is gekozen voor concentratie van voorzieningen in de kernen Denekamp, Ootmarsum en Weerselo. Deze krijgen dus een verzorgingsfunctie ten opzichte van de omliggende kleine kernen. Ook nieuwbouw van woningen voor ouderen en uitbreiding van bedrijventerreinen worden in deze kernen geconcentreerd. Met name Weerselo is als groeikern voor wonen aangewezen.

In de Woonvisie 2009-2020 van gemeente Dinkelland, is geprognostiseerd dat de woningbehoefte in Dinkelland 960 woningen bedraagt. Hierbij wordt het uitgangspunt gehanteerd dat nieuwbouw vooral moet worden gericht op de grotere verzorgingskernen in de gemeente, waaronder Denekamp. Voor de kern Denekamp resulteert dit in een nieuwbouwprogramma voor de periode 2009- 2020 van 239 woningen. Op een aantal plaatsen in Denekamp staan al inbreidingslocaties op het programma, zoals de bouw van zorgwoningen op het terrein de Kul.

Uitgaand van een gemiddelde woningbezetting van 2,4 zoals geldt voor Nederland (Bron: Ruimtemonitor van het Planbureau voor de Leefomgeving, 2010), zou realisatie van 239 woningen leiden tot een extra marktpotentie in de kern Denekamp van (239 woningen x 2,4 personen x € 43,= aan bestedingen =) € 24.665,= ofwel van bijna 170 m² VVO aan extra ruimte. Natuurlijk is deze berekening indicatief, aangezien het type woning mede bepaalt wat de gemiddelde woningbezetting zal worden.

Hoewel in de gemeente als geheel krimp van de bevolkingsomvang valt te verwachten, zal door de vrij hoge lokale binding in het primaire verzorgingsgebied, de detail-

handel in Denekamp toch enigszins kunnen profiteren van de verzorgingsfunctie die de kern Denekamp heeft gekregen.

4.7 Vraag en aanbod samengevat

In deze paragraaf worden de verschillende berekeningen uit de eerdere paragrafen in dit hoofdstuk in tabelvorm weergegeven.

De berekening van de marktruimte voor een supermarkt aan Euowerft in Denekamp op basis van een indeling van het verzorgingsgebied in een primair, secundair en tertiair deel (paragraaf 4.3.1 tot en met 4.3.5) is weergegeven in onderstaande tabel.

	Aantal inwoners/ relevante weekovernachtingen	Gemiddelde persoonsbestedingen	Omzetpotentie per week in €	Huidig supermarkt aanbod m² vvo	Gemiddelde vloerproductiviteit	Huidige omzet in €	Marktruimte in vvo
Primair marktgebied: Denekamp	8.900	43,=	382.700,=	3.250	146,=	584.000,=	
Secundair marktgebied: Lattrop-Breklenkamp, Noord-Deurningen	2.000	43,=	86.000,=	1.200	146,=	175.200,=	
Tertiair marktgebied: Tilligte, Ootmarsum	5.700	43,=	245.100,=	1.100	146,=	160.600,=	
<i>Subtotaal</i>	<i>16.600</i>	<i>43,=</i>	<i>713.800,=</i>	<i>6.300</i>	<i>146,=</i>	<i>919.800,=</i>	<i>4.890</i>
Omzet vanuit toerisme	509	43,=	21.925,=		146,=		150
Toevloeiing van Duitse consumenten en toerisme samen			460.000,=		146,=		3150
Totaal			1.173.800,=	6.300	146,=	919.800,=	8.040

Tabel: Marktruimte supermarkt Euowerft

Het huidige supermarktaanbod in het verzorgingsgebied bedraagt 6.300 m² VVO. Er is marktruimte van circa 8.190. Geconcludeerd kan worden dat er sprake is van circa 1.740 m² VVO aan ruimte die kan worden toegevoegd aan het huidige verkoopvloeroppervlak van supermarkten in het marktgebied. (Dit oppervlak wijkt door afrondingen in de berekeningen iets af van de 1.750 m² VVO die werden genoemd in paragraaf 4.3.5.).

In paragraaf 4.3.6 is een berekening opgesteld op basis van koopstromen in de kern Denekamp. Mogelijke ontwikkelingen in recreatie en toerisme, in de lokale koopkrachtbinding en in bevolkingsontwikkeling en woningbouw die zijn weergegeven in paragraaf 4.4, 4.5 en 4.6 zijn meegenomen in de berekening in de onderstaande tabel.

Aantal inwoners Denekamp	8.900
Lokale binding	80%
Gemiddelde persoonsbestedingen	€ 43,=
Lokale omzetspotentie	€ 306.000,=
Toevloeiing uit Nederlandse regio	23%
Omzetspotentie uit toevloeiing Nederlandse regio	€ 70.380,=
Indicatie omzet uit toeristen en dagjesmensen	50%
Indicatie omzetspotentie uit toeristen en dagjesmensen	€ 376.380,=
Totale omzetspotentie	€ 752.760,=
Gemiddelde vloerproductiviteit	€ 146,= per m ²
Marktruimte Denekamp	5.156 m ²
Huidige aanbod Denekamp	3.250 m ²
Huidige marktruimte minus huidig aanbod	1.906 m²
Toename lokale binding	89%
Mogelijke lokale omzetspotentie	€ 340.603,=
Mogelijke totale omzetspotentie	€ 787.363,=
Mogelijke marktruimte Denekamp	5.393 m ²
Mogelijke marktruimte minus huidig aanbod	2.143 m²

Tabel: Indicatieve berekening op basis van koopstromen Denekamp

Volgens deze indicatieve berekening is er sprake van een marktruimte met een breedte van 5.156 m² - 5.393 m² in Denekamp, afhankelijk van de omvang van de omzetspotentie van Duitse consumenten en toeristen en van de ontwikkeling van de lokale binding. Dit betekent dat ten opzichte van het huidige aanbod er volgens deze berekeningen uitbreidingsruimte bestaat van 1.906 m² - 2.143 m² aan verkoopvloeroppervlak voor een supermarkt in Denekamp.

Indien de omzet vanuit toeristen en Duitse consumenten niet de door ondernemers geschatte 50% zou bedragen, maar slechts 40%, dan zou er sprake zijn van uitbreidingsruimte van 1.047 m² VVO voor een supermarkt in Denekamp. Daarbij is nog geen rekening gehouden met een herstel van de lokale binding doordat het aanbod wordt verbreed en de winkelstructuur verbeterd.

Indien wel wordt uitgegaan van herstel van de koopkrachtbinding tot 89% en de toestroom van (Duitse) toeristen en dagjesmensen in de huidige situatie geen 50% zou bedragen maar slechts 40%, dan blijkt dat er uitbreidingsruimte bestaat voor circa 1.284 m² VVO.

Immers: de lokale omzetpotentie plus toevloeiing uit de Nederlandse regio plus een huidige omzet van 40% door toeristen en dagjesmensen bedraagt ($\text{€ } 340.603 + \text{€ } 70.380 + \text{€ } 250.920 = \text{€ } 661.903,=$). Uitgaand van de gemiddelde vloerproductiviteit betekent dit dat er marktruimte is voor 4.534 m^2 . De uitbreidingsruimte bedraagt dan dus circa 1.284 m^2 .

Hierbij kan nog opgemerkt worden dat in de eerste berekening werd vastgesteld dat de omzet vanuit toeristische overnachtingen circa $\text{€ } 21.925,=$ bedraagt. Ofwel circa 9% van de hier berekende totale toestroom vanuit toeristen en dagjesmensen. In totaal zou er dus nog steeds voldoende marktruimte bestaan als er sprake is van 31% van de omzet die voortkomt uit toevloeiing van (Duitse) dagjesmensen.

We kunnen de uitkomst van de eerste berekening meenemen in de bandbreedte voor uitbreidingsruimte voor supermarktmeters in Denekamp. Ook de minimumvariant van 40% toevloeiing van Duitse consumenten en toeristen (waarvan 9% vanuit het toerisme) en geen enkel herstel van de koopkrachtbinding kunnen we opnemen in de totale bandbreedte. Deze wordt dan $1.047 - 2.143 \text{ m}^2$.

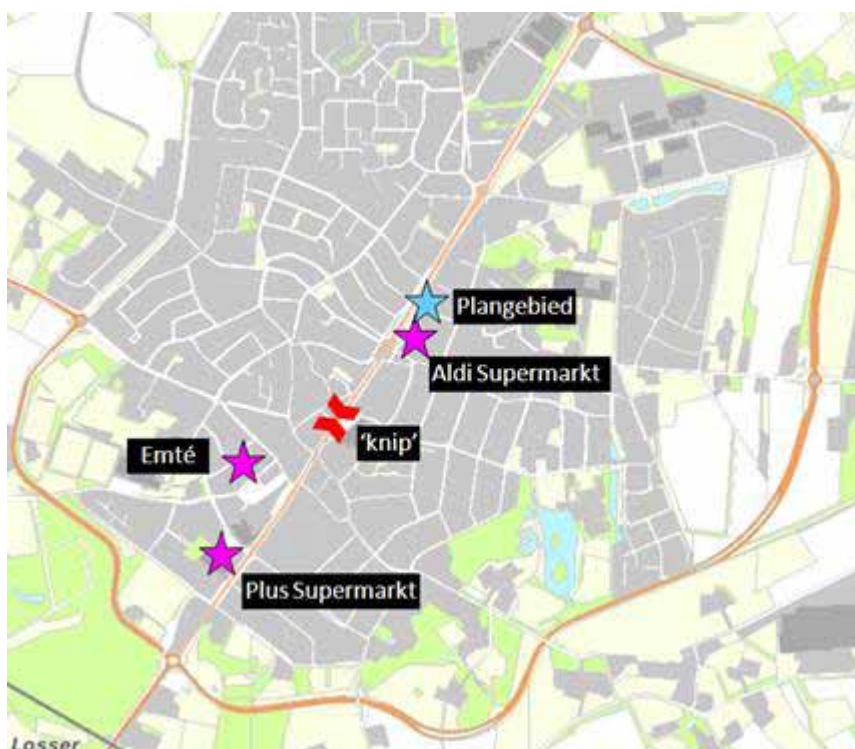
Voorliggende plannen om 1.150 m^2 aan verkoopvloeroppervlak te realiseren, vallen ruimschoots binnen deze bandbreedte. Geconcludeerd kan worden dat er voldoende marktruimte is voor realisatie van voorliggende plannen, mede door de verwachting dat de lokale binding zal worden versterkt door verbetering van het totale aanbod.

5 Spreiding van supermarktvoorzieningen in Denekamp

Zowel voor de aantrekkelijkheid van het centrum, voor de leefbaarheid en voor de bereikbaarheid van de dagelijkse voorzieningen voor inwoners: de wijze van spreiding van het aanbod aan dagelijkse voorzieningen over de kern is belangrijk.

In Denekamp speelt daarbij in belangrijke mate mee dat er door de 'knip' die in 2006 in de infrastructuur in het centrum werd aangebracht, een soort tweedeling van dat gebied is ontstaan. Ook is de spreiding van de supermarkten over het centrumgebied van belang omdat gestreefd wordt naar versterking van de structuur van het centrumgebied door realisatie van een tweepolen-model (ook wel: 'haltermodel') hetgeen al bleek in het rapport over Toekomstmogelijkheden uit 2004, maar ook uit de structuurvisie voor het centrum van Denekamp uit 2008.

Op de onderstaande luchtfoto is de ligging van de supermarkten aangegeven. De rode cirkel in het zuidwesten geeft de locatie aan van de Plus Supermarkt. De rode cirkel links van het midden van de luchtfoto geeft aan waar Sanders Supermarkt aan het Marktplaats is gelegen. Wat meer aan de noordoostkant geeft een groene cirkel de locatie van de Aldi aan de Eurowerf aan.



Kaart: spreiding supermarkten in Denekamp

Verder bevinden zich in Denekamp aan dagelijkse sector voorzieningen nog twee slagers, drie bakkers, een slijter, een AGF specialist en een kaasspecialzaak. Voor de volledigheid: op woensdagochtend wordt op het Marktplaats (bij Sanders Supermarkt) de weekmarkt gehouden.

Eerder in deze rapportage is al aangegeven dat er de afgelopen jaren het nodige is veranderd in het centrum van Denekamp. De opvallendste verandering is dat er een 'knip' is aangebracht in de infrastructuur in het centrumgebied, ter hoogte van de Gro-

testraat / Eurowerft. Op de bovenstaande luchtfoto is met een lichtblauw streepje (ongeveer in het midden van de foto) aangegeven waar deze knip precies is gelegd. Door deze knip is een soort tweedeling van het centrum ontstaan in een noordoostelijk en een zuidwestelijk deel. Het is niet meer mogelijk om in een rechte lijn het centrum te doorkruisen. De knip heeft het echter ook mogelijk gemaakt dat er een autoluw centrum is gerealiseerd. Zowel aan de Noordoostkant als aan de Zuidwestkant van het centrum zijn parkeervoorzieningen.



Foto: 'knip' in de infrastructuur in het centrum van Denekamp. (Bron: Google Earth).

In mei 2008 werd de Aldi vestiging geopend aan de Eurowerft, in het pand waar eerst de Golff-supermarkt was gevestigd. Waar de Golff zich profileerde als fullservice supermarkt met een breed assortiment en een nadruk op versproducten, is Aldi een discountsupermarkt met een beperkt vers-aanbod en een relatief groot aanbod aan non-food producten en niet-dagelijkse producten. Deze aanpassing sluit naadloos aan bij de aanbevelingen die zijn gedaan om het Rapport Centrummanagement (2006). Daarin werd aangegeven dat vestiging van een discounter aan de Eurowerft een wenselijke versterking van het detailhandelsaanbod aan de noordoostkant zou betekenen. In dat rapport werd echter uitgegaan van een toevoeging van een discounter aan het bestaande aanbod. De wijziging die plaatsvond betekende in de praktijk dat de Golff supermarkt verdween. Het vloeroppervlak aan fullservice supermarkt in het centrum verminderde daardoor.

Door de knip in de infrastructuur van het centrum, leidde deze verandering ertoe dat, waar voorheen sprake was van full service supermarkten aan beide zijden van het centrum gebied, er een ongelijke spreiding ontstond.

Zoals op de bovenstaande luchtfoto is te zien, is er sindsdien sprake van twee fullservice supermarkten aan de zuidwestkant van het centrum en is er alleen een discounter gevestigd aan de noordoostkant.

De noordoostkant is de centrumzijde waar Duitse bezoekers Denekamp binnen komen. Inderdaad trekt de Aldi veel Duitse consumenten. Maar de discounter voert geen compleet supermarktaanbod. In het algemeen kan worden gesteld dat de aantrekkelijkheid van het centrum voor Duitse bezoekers wordt vergroot door juist aan de noordoostkant van het centrum het aanbod te versterken.

De plannen voor realisatie van een nieuwe supermarkt bevinden zich in de directe nabijheid van de Aldi-vestiging. Vestiging van een fullservice supermarkt in het plangebied leidt ertoe dat zowel aan de noordoostkant als aan zuidwestkant van het centrum een goed supermarktaanbod ontstaat. Zeker wanneer het gaat om een vestiging van een kwalitatief wat hoogwaardiger supermarkt, aangezien deze de beste aanvulling betekent op de reeds aanwezige discounter.

Door een dergelijke ontwikkeling ontstaat aan beide kanten van het centrum een completer aanbod waardoor het centrumgebied versterkt wordt en er meer 'loop' in het centrum ontstaat. Met het onderhavig plan wordt dus uitvoering gegeven aan het realiseren van het twee polenmodel dat een belangrijk uitgangspunt vormt van het beleid voor het centrum van Denekamp.

Vestiging van een fullservice supermarkt aan de noordoostzijde van het centrum betekent ook dat dagelijkse voorzieningen beter bereikbaar worden voor inwoners aan de noordoostkant van Denekamp. Daar komt bij dat de beoogde locatie van de nieuwe supermarkt dicht bij het centrum ligt dan beide andere fullservice supermarkten. Sanders Supermarkt is van de beide gevestigde fullservice supermarkten het dichtst bij het centrum gevestigd: lopend op een afstand van circa 300 meter (gerekend tot aan het autoluwe centrum). Overigens is de afstand per auto tussen supermarkt en centrum aanzienlijk verder. Een nieuwe supermarkt aan de noordkant van de Eurowerft ligt op slechts 50 meter afstand van het autoluwe centrum. Een nieuwe supermarkt zal voor het centrum daardoor dus een grotere toegevoegde waarde hebben dan de wat verder afgelegen bestaande supermarkten. Dat geldt zowel voor aantrekkingskracht, voor het bijdragen aan het aanbod als voor de levendigheid van het centrum. Ook de levendigheid van het centrum is van groot belang voor de aantrekkelijkheid, bijvoorbeeld voor toeristen en Duitse bezoekers.

6 Juridisch kader

Voor de volledigheid gaan we heel kort in op het juridisch kader.

Onder meer op 15 december 2004 (zaak nr. 200305561/1) en 19 november 2008 (zaak nr. 200801926/1) heeft de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State uitgesproken dat concurrentieverhoudingen bij planologische afwegingen geen in aanmerking te nemen belang vormen. Tenzij zich een duurzame ontwrichting van het voorzieningenpatroon zal voordoen die niet door dwingende redenen wordt gerechtvaardigd.

Onder meer op 24 juni 2009 (zaak nr. 200806342/1/H1) en 2 december 2009 (zaak nr. 200901438/1/R3) heeft de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State uitgesproken dat gemeenten detailhandel (inclusief supermarkten) mogen toestaan ook als een gevolg kan zijn dat er op termijn bestaande winkels zouden kunnen verdwijnen, zolang er maar een acceptabel voorzieningenniveau blijft. Volgens de uitspraak betekent dit dat bewoners dagelijkse inkopen moeten kunnen blijven doen op aanvaardbare afstand van de woonplaats. Deze uitspraak geeft invulling aan het begrip 'duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau'. De uitspraken houden in dat concurrentieoverwegingen niet meegenomen mogen worden in de overwegingen rond ingrepen in de winkelstructuur.

In voorliggen plan is geen sprake van ingrepen in de winkelstructuur die kunnen leiden tot wezenlijke vergroting van afstanden waarop bewoners hun dagelijkse inkopen kunnen doen. Er is immers sprake van uitbreidingsruimte van het aanbod aan verkoopvloeroppervlak voor supermarkten in de kern Denekamp.

Wel zal concurrentie toenemen in de kern Denekamp. Zelfs als dit ooit zou leiden tot het verdwijnen van een van de bestaande supermarkten, dan blijft er een compleet aanbod aan supermarktvoorzieningen bestaan. Ook in dat geval zal geen sprake zijn van duurzame ontwrichting van het voorzieningenpatroon zoals bedoeld door de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State.

7 Conclusie

7.1 Aanleiding en beleid

Assen projecten en Berginvest hebben een plan ontwikkeld voor nieuwbouw aan de noordzijde van het plein de Euowerft in het centrum van Denekamp. Het betreft ruimte voor dagwinkels en 1.700 m² BVO supermarktruimte met daarboven parkeerruimte.

Het centrum van Denekamp is zowel geschikt voor het doen van boodschappen als voor (beperkt) recreatief winkelen. In 2003 is een rondweg aangelegd waardoor verkeer niet meer door de dorpskern komt. In 2006 is een knip in de infrastructuur van het centrum aangelegd die doorstroming van autoverkeer belemmert en leidde tot een tweedeling in het centrum tussen een noordoostelijk en zuidwestelijk deel. Ook is het centrum autoluw gemaakt.

In het rapport over toekomstmogelijkheden voor de detailhandel (2004) werd aangegeven dat Denekamp een vrij compleet winkelaanbod heeft en dat het verkoopvloeroppervlak redelijk in balans is met dat wat haalbaar is. Ook werd aangegeven dat er met drie fullservice supermarkten een redelijk evenwichtige ruimtelijke structuur is, maar dat de aantrekkelijkheid en de sfeer van het centrum te wensen over lieten. In het rapport werd echter geen rekening gehouden met de vrij grote afstand tussen Denekamp en grotere winkelgebieden in de omgeving, noch met de toestroom van Duitse bezoekers en toeristen. Tijdens een brainstormsessie met ondernemers en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven werd ingeschat dat in verschillende kernen in de gemeente 50% of meer van de omzet werd behaald door toestroom van Duitse bezoekers en toeristen. In het rapport werd ook aangegeven dat het belangrijk is met name de noordkant van de Euowerft te herontwikkelen. Om de aantrekkingskracht van het gebied te waarborgen zou er een trekker gevestigd moeten worden, zodat in het centrum een tweepolenstructuur zou ontstaan.

In een rapport over centrummanagement in 2006 (op basis van gesprekken met ondernemers) werd het rapport uit 2004 genuanceerd. Met name op het punt dat nauwelijks rekening was gehouden met toevloeiing van toeristen en Duitse bezoekers. Ook werd opgemerkt dat het aandeel non-foor bij supermarkten tegenwoordig groot is. In de praktijk zou er dus uitbreidingsruimte bestaan die nodig is voor verdere versterking van het winkelgebied, waardoor koopkrachtbinding en toevloeiing verder toenemen. Ook werd aangegeven dat vestiging van een discounter wenselijk was en dat het ontstaan van een tweepolenstructuur, met name voor het doen van boodschappen, goed zou zijn, omdat anders met name ondernemers in het noordoosten van het centrum het moeilijk zouden krijgen.

In 2008 vestigde zich aan de noordoostkant van het centrum een Aldi discountsupermarkt, waar eerst een fullservice Golf supermarkt was gevestigd. Hierdoor wijzigde het aanbod en ontstond een ongelijke winkelstructuur.

In de structuurvisie voor het centrum (2008) werd het belang van het opknappen van de noordkant van de Euowerft benadrukt evenals vestiging van een supermarkt, waardoor een tweepolen-model zal ontstaan.

7.2 Indicatie van de marktruimte

Momenteel zijn er dus twee fullservice supermarkten gevestigd en een kleine discounter. Ook zijn er enkele supermarktvoorzieningen in de omgeving van Denekamp. Die laatstgenoemde voorzieningen zijn echter vooral gericht op het doen van een vergeten boodschap en op Duitse bezoekers en passanten van de Duits-Nederlandse grens. Vestiging van een fullservice supermarkt in Denekamp zal op deze voorzieningen niet veel invloed hebben.

Een globale berekening geeft wat inzicht in de marktruimte in Denekamp voor de vestiging van een nieuwe supermarkt. Op basis van gemiddelde bestedingscijfers en gemiddelde omzetten van supermarkten kan een indicatie worden gegeven van de omzetpotentie van het marktgebied.

Uitgaand van een omzetpotentie alleen berekend op basis van aantallen inwoners, zou moeten worden geconcludeerd dat er in het marktgebied een overschot aan aanbod van de dagelijkse sector bestaat. Hierbij is echter nog geen rekening gehouden met het feit dat supermarkten steeds meer niet-dagelijkse producten verkopen (hetgeen bijvoorbeeld geldt voor 40% van het oppervlak van een Aldi). De feitelijke marktruimte is dus groter dan werd berekend.

Ook werd nog geen rekening gehouden met de grote toevloeiing van Duitse consumenten en (beperkt) van toeristen. Lokale ondernemers schatten dat supermarkten in het marktgebied ongeveer 50% van hun omzet halen uit deze toevloeiing, maar dat zou zelfs nog meer kunnen zijn. Indien deze aspecten (indicatief) worden meegerekend, zou dit betekenen dat vestiging van een nieuwe supermarkt in Denekamp haalbaar is. Een conclusie die in lijn is met de (recente) onderzoeken en beleidsstukken.

Op basis van inwoners in het verzorgingsgebied is een marktruimte berekend van 4.890 m² VVO aan supermarktruimte. Indicatief is berekend dat er sprake is van marktruimte door toevloeiing van toeristen en vooral Duitse bezoekers van 3.150 m² VVO. Er is een aanbod van 6.300 m² VVO in het marktgebied. Dit betekent dat er sprake is van uitbreidingsruimte van circa 1.740 m² VVO.

Er zijn ook berekeningen opgesteld waarbij gebruik is gemaakt van de gegevens uit het recente koopstromenonderzoek (2010) voor Denekamp. Helaas werd in dat onderzoek onvoldoende inzicht gegeven in de toevloeiing van Duitse bezoekers en toeristen, noch in bestedingscijfers. De berekeningen zijn daarom indicatief. Toch is duidelijk dat de uitkomsten de conclusie onderschrijven dat extra winkelmeters mogelijk zijn voor de dagelijkse sector in Denekamp.

Op basis van gegevens uit de Twentse toerisme monitor (2009) kon worden berekend dat er sprake was van een beperkte marktruimte die wordt veroorzaakt door toeristische bestedingen in de dagelijkse sector. Helaas geeft ook deze monitor geen inzicht in de toevloeiing van Duitse bezoekers naar het centrum van Denekamp.

De afgelopen jaren is de koopkrachtbinding in Denekamp afgenomen van 89% tot 80%. Tegelijk blijkt uit het koopstromenonderzoek voor Denekamp dat de toevloeiing vanuit Oost Nederland is toegenomen. Ook bleek dat zowel de breedte van het winkelaanbod (het aantal winkels) als de kwaliteit ervan weliswaar voldoende beoordeeld worden, maar wel genoemd worden als meest negatieve aspect. Verbetering daarvan zal bijdragen aan herstel van de koopkrachtbinding tot het niveau van enkele jaren ge-

leden. Verwacht mag worden dat dit ook zal leiden tot verdere groei van de toevloeiing.

Hoewel er komende jaren een lichte daling van de bevolkingsomvang in de gemeente wordt verwacht, zijn er in het verleden veel jongeren uit de gemeente vertrokken wegens het gebruik aan bouwmogelijkheden. Hier kan een inhaalslag worden gemaakt. In de structuurvisie van 2009 werd aangegeven dat de kernen Denekamp, Ootmarsum en Weerselo een verzorgingsfunctie krijgen voor de kleinere kernen en dat daar ook nieuwbouw van woningen zal plaatsvinden. Voor de kern Denekamp gaat het om de bouw van 239 woningen tot 2020. Hoewel dus voor de gemeente als geheel krimp van de bevolking valt te verwachten, zal door de vrij hoge lokale binding in Denekamp de detailhandel er toch enigszins kunnen profiteren van de verzorgingsfunctie die de kern heeft gekregen.

Door het groeiend toerisme in Nederland en het speerpunt van het gemeentelijk beleid dat gericht is op het verder versterken van de positie van Dinkelland in deze groeiemarkt, mag worden verwacht dat de winkelomzet die voortkomt uit toevloeiing van toeristen en Duitse bezoekers in de toekomst alleen maar verder toeneemt. Het versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod kan kansen bieden aan verdere versterking van de winkelvoorzieningen in de gemeente. En andersom. Hoewel de concurrentie natuurlijk toeneemt, betekent een nieuwe supermarkt ook een breder aanbod en een grotere aantrekkelijkheid van het centrum en dus extra toevloeiing. Wel is aan te bevelen dat gemeente en ondernemers zich meer gaan richten om het aantrekken van toeristen en Duitse bezoekers, onder meer door het voeren van een daarop aangepast assortiment.

Op basis van de hierboven beschreven marktsituatie en te verwachten veranderingen daarin, kon een bandbreedte worden berekend voor de marktruimte voor uitbreiding van het supermarktaanbod in Denekamp. Daarbij is een minimumvariant berekend voor de marktruimte in Denekamp. Uit die minimumvariant blijkt dat ook indien sprake is van toevloeiing van 9% vanuit toerisme en van slechts 31% vanuit Duitse consumenten en er geen enkel herstel van de koopkrachtbinding ontstaat ondanks de verbreding van het aanbod en de verbetering van de winkelstructuur, er toch nog sprake is van uitbreidingsruimte van 1.047 m² VVO. Inclusief die minimumvariant bedraagt de bandbreedte voor uitbreiding van het supermarktaanbod in Denekamp 1.047 – 2.143 m² VVO.

Voorliggende plannen om circa 1.150 m² aan verkoopvloeroppervlak te realiseren vallen ruimschoots binnen deze bandbreedte. Geconcludeerd kan worden dat er voldoende marktruimte is voor realisatie van voorliggende plannen, mede door de verwachting dat de lokale binding zal worden versterkt door verbetering van het totale aanbod.

7.3 Spreiding van de dagelijkse voorzieningen

Voor de aantrekkelijkheid van het centrum, voor leefbaarheid en levendigheid en voor bereikbaarheid van dagelijkse voorzieningen voor inwoners is de wijze van spreiding van het aanbod van dagelijkse voorzieningen over het centrum belangrijk.

Door de vestiging van een Aldi discountsupermarkt op de plaats waar eerst een full-service supermarkt was gevestigd en de knip in de infrastructuur in het centrum, is een ongelijke winkelstructuur ontstaan, hoewel de discountsupermarkt wel zorgde voor verbreding van het aanbod. Er zijn nu aan de zuidwestkant van het centrum twee fullservice supermarkten gevestigd en aan de noordoostkant alleen een kleine discounter. Door het versterken van het aanbod aan de noordoostkant wordt het centrum aantrekkelijker voor Duitse bezoekers. Vestiging van een kwalitatief wat hoogwaardiger supermarktformule aan deze kant betekent een goede aanvulling op de bestaande discounter. De dagelijkse voorzieningen in Denekamp worden beter bereikbaar voor inwoners aan de noordoostkant van Denekamp.

Ook ontstaat er een tweepolen model, hetgeen een belangrijk uitgangspunt is in het beleid voor het centrum van Denekamp. Hierdoor ontstaat er meer 'loop' in het centrumgebied. Omdat de nieuwe supermarktlocatie dicht bij het centrum is gevestigd dan de bestaande twee fullservice supermarkten, is de toegevoegde waarde van een nieuwe supermarkt voor het centrum groter: zowel voor het verbreden van het aanbod als voor de levendigheid en dus voor de aantrekkelijkheid voor de lokale inwoners, toeristen en de Duitse bezoekers.

7.4 Conclusie

Geconcludeerd kan worden er voldoende marktruimte bestaat in Denekamp voor het vestigen van een nieuwe fullservice supermarkt met een kwalitatief wat hoogwaardiger karakter. De marktruimte is voldoende om de beoogde supermarkt rendabel te kunnen maken. Ook planologisch gezien is de marktruimte voldoende voor de beoogde nieuwe supermarkt.

Komende jaren mag verdere groei van toeristen en Duitse bezoekers worden verwacht, terwijl in Denekamp de gevolgen van enige krimp van de bevolkingsomvang waarschijnlijk teniet worden gedaan door de verzorgingsfunctie die de kern heeft gekregen.

Er is voldoende marktruimte voor de beoogde uitbreiding. Wel zal concurrentie toenemen in de kern Denekamp. Zelfs als dit ooit zou leiden tot het verdwijnen van een van de bestaande supermarkten, dan blijft er een compleet aanbod aan supermarktvoorzieningen bestaan. Dit betekent dat er geen sprake zal zijn van duurzame ontwrichting van het voorzieningenpatroon zoals bedoeld door de afdeling bestuursrecht-spraak van de Raad van State. Immers: dit zal niet leiden tot wezenlijke vergroting van de afstanden waarop bewoners hun dagelijkse inkopen kunnen doen.

Realisatie van de plannen voor ontwikkeling van de noordkant van de Euowerft zal bijdragen aan een evenwichtiger structuur van het kernwinkelgebied, een betere spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de kern en tot vergroting van de levendigheid en verbreding van het aanbod. Daardoor wordt het centrumgebied aantrekkelijker voor zowel lokale inwoners, toeristen en Duitse bezoekers.

Realisatie van de plannen sluit heel goed aan bij de beleidsuitgangspunten die de gemeente in overleg met lokale ondernemers en inwoners heeft opgesteld.

8 Bronnen

Literatuur

- o 'Beleidsnota recreatie en toerisme'. Gemeente Dinkelland, december 2003.
- o 'Toekomstmogelijkheden voor de detailhandel te Denekamp'. MKB Reva, november 2004.
- o 'Rapportage centrummanagement; inventarisatie, analyse, aanbevelingen en plan van aanpak'. MKB Reva, mei 2006
- o 'Structuurvisie centrumgebied Denekamp'. Gemeente Dinkelland, maart 2008.
- o 'Dinkelland: een aangenaam verblijf'. Gemeente Dinkelland, september 2009.
- o 'Retailfacts'. Locatus, 2010.
- o 'Structuurvisie Dinkelland'. BRO i.o.v. Gemeente Dinkelland, 2009.
- o 'Woonvisie 2009-2020'. Gemeente Dinkelland, 2009.
- o 'Kadernota Marketing en Promotie Toeristisch Product Dinkelland'. Gemeente Dinkelland, 2009.
- o 'Twentse toerisme monitor; rapportage gemeente Dinkelland'. Regio Twente, 2009.
- o 'Koopstromenonderzoek 2010, Gemeente Dinkelland, kern Denekamp'. I&O Research, september 2010.

Websites

- o CBS Statline, mei 2010
- o Google Earth, mei 2010
- o HBD, mei 2010
- o Ruimtemonitor, mei 2010