

Schouwen-Duivenland, onderbouwing supermarkt Scharendijke

Rothuizen Architecten Stedenbouwkundigen

Definitief



Schouwen-Duivenland,
onderbouwing supermarkt Scharendijke
Rothuizen Architecten Stedenbouwkundigen
Definitief

Rapportnummer:	203X01086.078453_10
Datum:	14 november 2014
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer Richard van Coevorden, Sebi den Breejen
Projectteam BRO:	Nienke van Gerwen
Trefwoorden:	Effecten, ladder voor duurzame verstedelijking
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 10
Beknopte inhoud:	Onderzoek naar de mogelijkheden om enkele aan de Dorpsstraat in Scharendijke gevestigde winkels te verplaatsen naar de Boutlaan.

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

Inhoudsopgave	pagina
1. Inleiding	3
2. Management Summary	5
3. De huidige situatie	9
3.1 Draagvlak voor voorzieningen in Schouwen-Duiveland	9
3.2 Detailhandelsstructuur gemeente Schouwen-Duiveland	11
3.2.1 Dagelijkse artikelen en supermarkten in Schouwen-Duiveland	13
3.2.2 Winkels in Huishoudelijke en luxe artikelen	15
3.2.3 Belangrijke projecten in Schouwen-Duiveland	16
3.2.4 Detailhandelsbeleid Schouwen-Duiveland	18
3.2.5 Nieuwe winkelprojecten in Schouwen-Duiveland	20
3.3 Detailhandelsstructuur in Scharendijke	21
3.3.1 Het winkelaanbod in Scharendijke	21
3.3.2 De ruimtelijke kwaliteiten	21
3.3.3 Klantenherkomst supermarkt Scharendijke	23
3.3.4 Klantenherkomst Mikado	24
4. Trends en ontwikkelingen in de supermarktbranche	25
5. SWOT-ANALYSE	29
6. Het initiatief	31
7. Distributie planologische verantwoording	35
7.1 Winkels in dagelijkse artikelen	35
7.2 Winkels in huishoudelijke en luxe artikelen	38
7.3 Country Garden	41
8. Toetsing trede 1 van de ladder	43

Bijlagen

Bijlage 1: Supermarkten in Schouwen-Duiveland

Bijlage 2: Winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in Schouwen-Duiveland

Bijlage 3: Berekening marktruimte branche huishoudelijke artikelen in 2020

1. INLEIDING

Rothuizen Architecten Stedenbouwkundigen heeft BRO gevraagd onderzoek te doen naar economische effecten van een verplaatsing en uitbreiding van enkele aan de Dorpsstraat in Scharendijke gevestigde winkels naar een locatie aan de Boutlaan, eveneens in Scharendijke. Daarnaast is aan BRO gevraagd het initiatief te toetsen aan de Detailhandel Structuurvisie 2013 en trede 1 van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'.

Initiatief

Het gaat om een initiatief van Fenne B.V. (eigenaar en exploitant van de aan de Dorpsstraat gevestigde Plus supermarkt en de winkel in huishoudelijke artikelen Mikado) die, vanwege bereikbaarheids- en parkeerproblemen een verplaatsing van haar winkels wenst naar de Boutlaan. Met deze verplaatsing wordt tevens een kwaliteitsverbetering van de winkels gerealiseerd.

Tegelijkertijd wil de supermarkt haar verkoopruimte vergroten tot circa 1.037 m² wvo (inclusief de Borrelshop), een meer marktconforme maat.

Ook Mikado, thans naast de Plus-supermarkt gevestigd, wenst te verhuizen. Deze winkel, voornamelijk in huishoudelijke, luxe en cadeauartikelen heeft een huidige omvang van circa 300 m² wvo en voert naast huishoudelijke artikelen ook speelgoed, tijdschriften, cadeauartikelen, geneesmiddelen en drogisterij artikelen. Door de bouwkundige indeling van het huidige pand kan zij haar artikelen niet op een goede manier presenteren, het geeft een rommelige aanblik, te smalle paden en een moeilijk bereikbare bovenverdieping. Ook is de magazijnruimte veel te klein. Een kwaliteitsverbetering is gewenst. Daarnaast wenst Mikado tevens vanwege organisatorische¹ en bedrijfseconomische redenen te verplaatsen. Mikado wil haar winkel vergroten tot circa 584 m² wvo.

Naast de Plus-supermarkt en Mikado wil ook de aan de Elkerzeeseweg gevestigde plantenhandel Country (thans 1.500 m² onoverdekte verkoopruimte en circa 30 m² overdekte verkoopruimte) verplaatsen naar de nieuwe locatie aan de Boutlaan. In de nieuwe situatie zal de plantenhandel een omvang krijgen van 745 m² wvo.

¹ Mikado en de supermarkt vallen onder dezelfde holding. Daardoor is o.a. een efficiënte personeelsinzet mogelijk.

Op de locatie aan de Boutlaan, gelegen tussen de brandweerkazerne en het vakantiepark Zeeland Village, wil Rothuizen Architecten Stedenbouwkundigen een winkelcomplex realiseren, bestaande uit:

- De te verplaatsen supermarkt aan de Dorpsstraat (thans circa 600 m² wvo) en een gelijktijdige uitbreiding van haar vloeroppervlakte naar 1.249 m² bvo (circa 1.037 m² wvo). Dit is inclusief de inpandige Borrelshop.
- De te verplaatsen Mikado winkel aan de Dorpsstraat (thans circa 300 m² wvo) en een gelijktijdige uitbreiding tot circa 796 m² bvo ofwel 584 m² wvo.
- De te verplaatsen plantenhandel aan de Elkerzeeseweg. Deze zal een omvang krijgen van 957 m² bvo ofwel circa 745 m² wvo. Het assortiment zal gaan bestaan uit bloemen, buitenplanten en kamerplanten.

Het totale winkelcomplex zal een omvang krijgen van 3.002 m² bvo ofwel 2.366 m² wvo.

2. MANAGEMENT SUMMARY

Rothuizen Architecten Stedenbouwkundigen heeft BRO gevraagd onderzoek te doen naar de economische effecten op de voorzieningenstructuur in Schouwen-Duiveland van een verplaatsing en uitbreiding van de aan de Dorpsstraat in Scharendijke gevestigde Plus-supermarkt en de Mikado-winkel naar de Boutlaan, eveneens in Scharendijke. Daarnaast is gevraagd aan BRO het initiatief te toetsen aan de Detailhandel Structuurvisie 2013 en trede 1 van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'.

Uit het onderzoek is het volgende naar voren gekomen:

- Zowel de Plus-supermarkt als de Mikado-winkel (huishoudelijke en luxe artikelen) kampen in de Dorpsstraat met aanzienlijke ruimtelijke problemen. De locaties voldoen niet aan de eisen die de consument stelt aan het bezoek van deze winkels. Ook zijn de winkels te klein voor hedendaagse begrippen. Desondanks realiseren beide winkels goede omzetten.
- Over de toekomstbestendigheid van beide winkels op de huidige locatie bestaan grote twijfels. Daardoor is de continuïteit van deze winkels in Scharendijke niet gegarandeerd en kan het voorzieningenniveau in Scharendijke onder druk komen te staan, met als gevolg een aantasting van het woon- en leefklimaat in Scharendijke.
- Zowel de Plus supermarkt als de Mikado winkel wensen te verhuizen en tegelijkertijd hun winkelvloeroppervlakte te vergroten om beter in te kunnen spelen op de wensen van de consument.
- Een verhuizing naar de Boutlaan in Scharendijke is wenselijk om de uitbreiding en de gewenste kwaliteitsverbetering te realiseren. Deze locatie is aanzienlijk beter bereikbaar, biedt betere parkeermogelijkheden voor de consument en biedt voor de ondernemers meer mogelijkheden voor een duurzame exploitatie. Met het realiseren hiervan wordt een toekomstbestendig winkelproject gerealiseerd, waarmee het voorzieningenniveau in Scharendijke op peil blijft.
- Op de nieuwe locatie aan de Boutlaan zal een drietal winkels gerealiseerd worden:
 - De te verplaatsen supermarkt aan de Dorpsstraat (thans circa 600 m² wvo) en een gelijktijdige uitbreiding van haar vloeroppervlakte naar 1.037 m² wvo. Dit is inclusief de inpandige Borrelshop.
 - De te verplaatsen Mikado winkel aan de Dorpsstraat (thans circa 300 m² wvo) en een gelijktijdige uitbreiding tot circa 584 m² wvo.
 - De te verplaatsen plantenhandel aan de Elkerzeeseweg. Deze zal een omvang krijgen van 745 m² wvo. Het assortiment zal gaan bestaan uit bloemen, buitenplanten en kamerplanten.

- In het voorliggende onderzoek is aangetoond dat er, mede als gevolg van de demografische krimp in Schouwen-Duiveland en de toenemende internetbestellingen geen kwantitatieve marktruimte aanwezig is om het supermarktaanbod in Scharendijke te vergroten. Wel is er enige ruimte voor uitbreiding van het aanbod van winkels in huishoudelijke artikelen.
- Wel is er een kwalitatieve behoefte om het aanbod te optimaliseren. Immers op de huidige locatie aan de Dorpsstraat is er zowel in de ogen van de consument als in de ogen van de betreffende ondernemers weinig perspectief voor een duurzame exploitatie van de betreffende winkels. Een meer marktconforme locatie is noodzakelijk voor een duurzame exploitatie van de winkels. De locatie aan de Boutlaan voorziet hierin.
- De economische effecten van de verplaatsing en uitbreiding van het winkelopervlak zijn beperkt vanwege het feit dat de locatie aan de Boutlaan een minder goede regionale bereikbaarheid kent en ook supermarkten in Renesse en Brouwershaven uitgebreid zullen worden. De winkelvoorzieningen in Scharendijke blijven daarmee voornamelijk lokaal georiënteerd (inwoners + aanwezige toerisme). Met het initiatief aan de Boutlaan is het de verwachting dat de inwoners van Scharendijke en het aanwezige toerisme in de directe omgeving vaker hun boodschappen gaan doen in Scharendijke. Daarnaast zullen de inwoners van Ellemeet sterker op het aanbod in Scharendijke georiënteerd zijn.
- Winkels in dagelijkse goederen in de directe omgeving van Scharendijke zullen als gevolg van de uitbreiding van de Plus supermarkt geconfronteerd worden met een omzetsdaling van circa 4%. Voor winkels die verder weg liggen zijn de omzeteffecten minimaal (< 0,5%).
- Winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in de directe omgeving van Scharendijke zullen eveneens geconfronteerd worden met een omzetsdaling van circa 5 à 10%. Voor verder weg gelegen winkels beperkt de omzetsdaling zich tot maximaal 1 à 3%.
- De verplaatsing van de aan de Elkerzeeseweg gevestigde plantenhandel leidt niet tot een uitbreiding van de winkelvloeroppervlakte. Distributie-planologisch gezien zijn er derhalve geen effecten.
- In het kader van een goede consumentenverzorging is het van belang dat naast de supermarkt ook de Mikado verplaatst naar de Boutlaan. Na vertrek van de supermarkt is de Mikado de enige detailhandelsvoorziening in de Dorpsstraat en is er dus geen concentratie van detailhandelsvoorzieningen meer aanwezig die de Mikado ter plaatse bindt. Wanneer de Mikado niet mee verplaatst, dan moet de consument in Scharendijke twee locaties aandoen voor de dagelijkse boodschappen. Zoals verwoord in de uitgangspunten van de 'Detailhandel Structuurvisie 2013' is concentratie van winkels ruimtelijk relevant omdat hiermee o.a. consumenten- en verkeersbewegingen worden beperkt. Daarnaast levert clustering gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden voor de consument op waardoor het verzorgingsniveau wordt verbeterd.

Conclusie

Dankzij de ruimtelijke belemmeringen en de beperkte omvang van de winkels aan de Dorpsstraat zijn de consumenten en toeristen in Scharendijke enigszins 'onderverzorgd'. Met het ontwikkelen van een nieuw winkelcomplex aan de Boutlaan, waarin zich de Plus-supermarkt, de Mikado en Country Garden zullen vestigen, wordt een toekomstbestendig winkelcomplex in Scharendijke gerealiseerd en wordt de consumentenverzorging aanzienlijk verbeterd. Realisatie van de plannen betekent een versterking van het op boodschappen gerichte aanbod op dorpsniveau. Dit past in het streven van de gemeente Schouwen-Duiveland om de consument op een redelijke afstand (fietsafstand) te voorzien in een volwaardig voorzieningenpakket aan dagelijkse artikelen. De dagelijkse voorzieningen in Brouwershaven, Renesse en de overige dorpen zullen door verplaatsing van de voorzieningen naar de Boutlaan niet in haar functioneren bedreigd worden. Het initiatief is met name bedoeld voor een verbetering van de lokale consumentenverzorging en de effecten zullen vooral ook lokaal merkbaar zijn. De koopkrachtafvloeiing zal wat minder groot zijn, maar het initiatief aan de Boutlaan gaat niet ten koste van de detailhandelsstructuur in de dorpen en ook niet ten koste van de daar aanwezige uitbreidingsplannen van het supermarktaanbod.

3. DE HUIDIGE SITUATIE

In dit hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van de omvang, de samenstelling en het functioneren van het detailhandelsaanbod in de gemeente Schouwen-Duiveland en in het bijzonder in de kern Scharendijke.

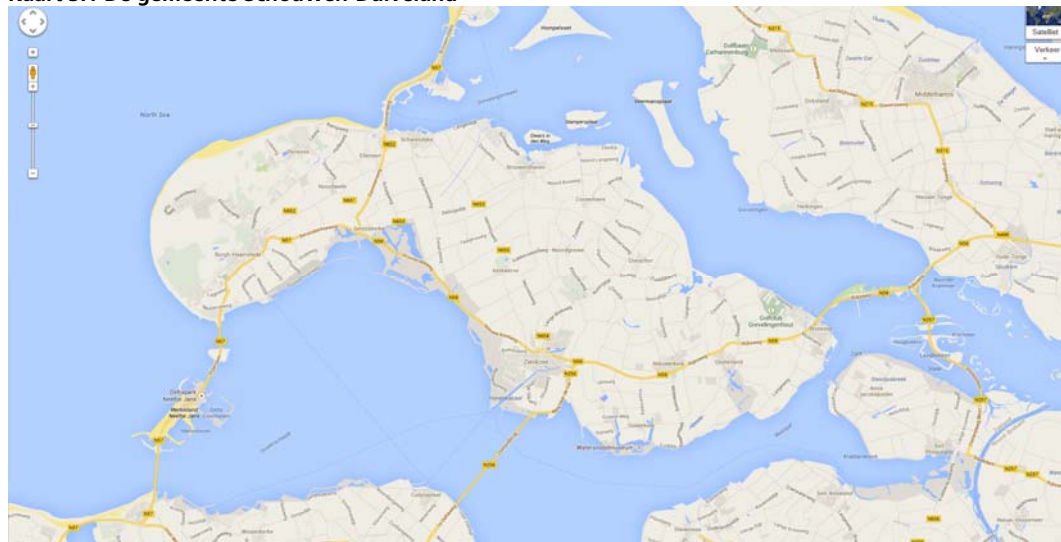
3.1 Draagvlak voor voorzieningen in Schouwen-Duiveland

Ligging en aantal inwoners

De gemeente Schouwen-Duiveland is een van de Zeeuwse eilanden en strekt zich uit van Bruinisse tot Burgh-Haamstede. In de gemeente wonen in totaal ruim 34.015 mensen (augustus 2013). Volgens prognoses van de provincie Zeeland² zal het aantal inwoners de komende jaren enigszins afnemen. Zo worden voor het jaar 2020 nog 33.200 inwoners verwacht, voor het jaar 2025 circa 32.500 en voor het jaar 2030 nog maar circa 31.500. Een en ander betekent dat tot 2030 gerekend moet worden op een bevolkingskrimp van circa 7 à 7,5%.

Ook zal de bevolking in Schouwen-Duiveland sterk vergrijzen. Is momenteel circa 30% van de bevolking ouder dan 60 jaar; in 2020 zal dat toegenomen zijn tot circa 36% en in 2030 tot circa 45%.

Kaart 3.1 De gemeente Schouwen-Duiveland



In het hieronder staande overzicht is aangegeven hoe het aantal inwoners van Schouwen-Duiveland verdeeld is over de tot de gemeente behorende dorpen.

² Bron: Provinciale Bevolkingsprognose Zeeland 2009.

Tabel 3.1 Aantal inwoners gemeente Schouwen-Duiveland per dorp op 1 januari 2012³.

Dorp	Aantal inwoners	Dorp	Aantal inwoners
Zierikzee	10.910	Dreischor	1.000
Burgh-Haamstede	4.356	Noordhouwe	766
Bruinisse	4.051	Zonnemaire	757
Nieuwerkerk	2.662	Ouwerkerk	639
Oosterland	2.364	Sirjansland	355
Renesse	1.593	Ellemeet	335
Brouwershaven	1.401	Noordwelle	321
Scharendijke	1.314	Serooskerke	301
Kerkwerve	1.026		

Ongeveer 1/3 van het aantal inwoners van Schouwen-Duiveland woont in Zierikzee. De dorpen Burgh-Haamstede en Bruinisse hebben elk circa 4.000 à 4.500 inwoners. In de overige dorpen ligt het bevolkingsaantal rond de 2.500 of daaronder. In Scharendijke wonen iets meer dan 1.300 inwoners.

Toerisme

Schouwen-Duiveland is bekend vanwege haar vele toeristische voorzieningen. De zee, het strand en de duinen maken het gebied uitermate geschikt voor watersporters, fietsers, wandelaars, strand- en natuurliefhebbers. De Brouwersdam en de Grevelingen zijn het Mekka van de surf- en kitesurfsport. Brouwershaven, Bruinisse of Scharendijke zijn bekend voor hun zeilfaciliteiten. Zierikzee beschikt over een grote passantenhaven en is tevens bekend als vestigingsstadje. Schouwen-Duiveland wil zich graag profileren als recreatie-eiland met oog voor mens en natuur. Daarom werkt de gemeente niet alleen aan de economische ontwikkeling, maar ook aan het milieu, de biodiversiteit, natuurwaarden, een oprechte informatievoorziening en - zeker zo belangrijk - aan de eigen identiteit van het eiland. Om de kwaliteit van al deze aspecten te verbeteren, heeft de gemeente eind 2008 besloten deel te nemen aan het Quality Coast-programma. En dat werd direct beloond, want Schouwen-Duiveland mag zich in 2009 voor het eerst de trotse eigenaar van de QualityCoast Award noemen. Voor alle bezoekers en bewoners van het eiland is dit te herkennen aan de geel-blauwe vlag die aan het strand en op diverse andere plaatsen wappert. Daarnaast kreeg Schouwen-Duiveland ook dit jaar weer de Blauwe Vlag toegekend voor haar stranden en jachthavens.

De gemeente Schouwen-Duiveland beschikt over diverse hotels, pensions, campings en B&B accommodaties om haar gasten te ontvangen. Met circa 4 à 4,5 miljoen overnachtingen is Schouwen-Duiveland koploper in Zeeland wat betreft het toerisme⁴.

³ Bron: www.Schouwen-Duiveland.nl

⁴ Bron: Afdeling Belastingen gemeente Schouwen-Duiveland (zie tevens: Actieprogramma 'Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme', Buck Consultants International 2011).

De gemiddelde dagbestedingen van Nederlandse vakantiegangers op Schouwen-Duiveland liggen met circa € 33,- per dag per persoon (exclusief vaste gasten) aanzienlijk hoger dan elders in Zeeland (Zeeuws gemiddelde circa € 28,-).

3.2 Detailhandelsstructuur gemeente Schouwen-Duiveland

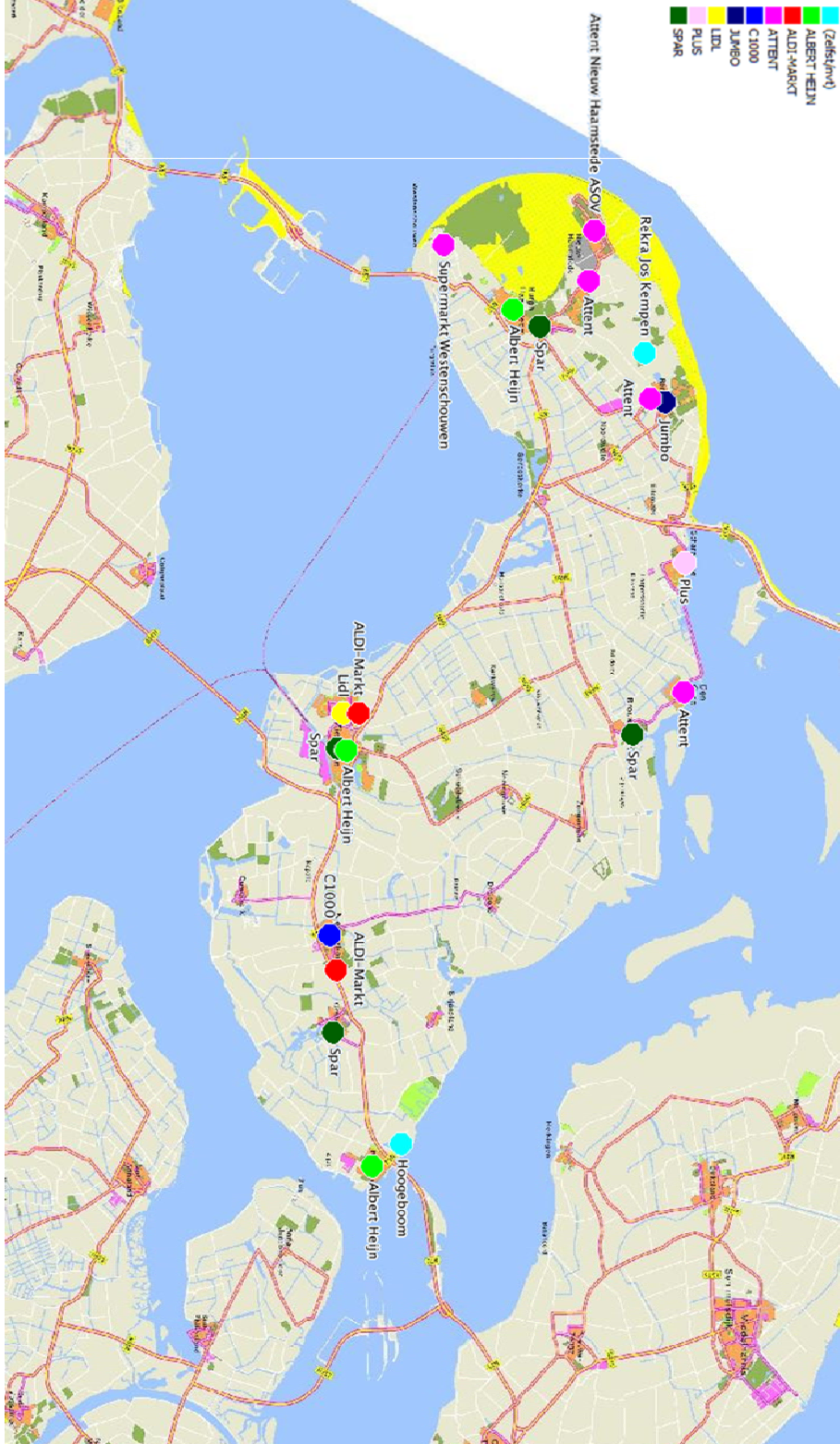
In de gehele gemeente Schouwen-Duiveland bevinden zich in totaal circa 335 winkels met een totale omvang van circa 78.000 m² wvo. In de hieronder staande tabel is het winkelaanbod in Schouwen-Duiveland uitgesplitst per dorp.

Tabel 3.2 Winkelaanbod in Schouwen-Duiveland medio 2013 per dorp.

	Inwoners januari 2012	Dagelijkse artikelen		Niet-dagelijkse artikelen		Totaal	
		aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo
Zierikzee	10.910	27	5.167	106	25.055	133	30.222
Burgh-Haamstede	4.356	18	3.168	27	6.260	45	9.428
Bruinisse	4.051	11	1.785	26	3.711	37	5.496
Nieuwerkerk	2.662	5	1.896	11	2.752	16	4.648
Oosterland	2.364	4	475	10	6.461	14	6.936
Renesse	1.593	10	1.680	35	9.744	45	11.424
Brouwershaven	1.401	7	729	11	1.035	18	1.764
Scharendijke	1.314	3	725	7	787	10	1.512
Kerkwerve	1.026	1	20	3	100	4	120
Dreischor	1.000	1	48	3	135	4	183
Noordhouwe	766	1	65	3	575	0	640
Zonnemaire	757	0	0	1	5.500	1	5.500
Ouwerkerk	639	1	39	0	0	1	39
Sirjansland	355	0	0	0	0	0	0
Ellemeet	335	1	60	0	0	1	60
Noordwelle	321	0	0	0	0	0	0
Serooskerke	301	0	0	0	0	0	0
Totaal	34.151	90	15.857	243	62.115	333	77.972

Van het winkelaanbod in Schouwen-Duiveland heeft circa 20% betrekking op dagelijkse artikelen en circa 80% betrekking op niet-dagelijkse artikelen. Van het totale winkelaanbod zijn er circa 135 met een totaal metrage van circa 30.200 m² gevestigd in Zierikzee. Dat is circa 40% van het gehele winkelaanbod in Schouwen-Duiveland. Ook in Burgh-Haamstede en in Renesse is in vergelijking met de andere dorpen relatief veel detailhandel aanwezig. Zierikzee, Burgh-Haamstede en Renesse vertegenwoordigen tezamen circa 2/3 van het winkelaanbod. In de overige dorpen is het aanbod aanzienlijk kleiner.

Kaart 3.2 Locatie supermarkten in Schouwen-Duiveland



In Zierikzee bevinden zich ook de belangrijkste winkels. De supermarkten Albert Heijn (1.100 m² wvo), Aldi (950 m² wvo), Lidl (1.050 m² wvo) en Spar (600 m² wvo) zijn de belangrijkste trekkers op het gebied van dagelijkse goederen. Naast deze supermarkten zijn er ook op het gebied van niet-dagelijkse goederen een aantal ketens, zoals bijvoorbeeld Hema, Intertoys, Praxis, Sport 2000, van Haaren, Xenos en Zeeman.

In Burgh-Haamstede zijn de supermarkten Albert Heijn (960 m² wvo) en Spar (690 m² wvo) de belangrijkste trekkers. Naast deze supermarkten is er ook nog een aantal andere winkels gevestigd, waaronder een bouwmarkt van Formido, Bike Totaal en Blom Kampeershop. In Renesse bevindt zich een groot aantal modewinkels. Belangrijke trekkers in Renesse zijn supermarkt Jumbo (800 m² wvo), Delta Warenhuis en het tuincentrum Life & Garden.

Winkels in de branche huishoudelijke en luxe artikelen zijn vooral gelokaliseerd in Zierikzee, Burgh-Haamstede en Renesse.

3.2.1 Dagelijkse artikelen en supermarkten in Schouwen-Duiveland

Circa 75% van het in Schouwen-Duiveland aanwezige metrage op het gebied van dagelijkse goederen betreft supermarkten. In geheel Schouwen-Duiveland bevinden zich slechts 3 supermarkten die groter zijn dan 1.000 m² wvo. Het gaat hier om een tweetal supermarkten in Zierikzee (Albert Heijn 1.080 m² en Lidl 1.065 m² wvo), en de C1000 (1.020 m² wvo) in het centrum van Nieuwerkerk. Alle overige supermarkten zijn kleiner dan 1.000 m² wvo. In bijlage 1 is een overzicht gegeven van de in Schouwen-Duiveland aanwezige supermarkten. In de analyse zijn ook de kleine supermarkten en de supermarkten bij recreatieparken opgenomen.

Het plaatje op pagina 10 geeft de spreiding van de grotere supermarkten in Schouwen-Duiveland weer.

Op de kaart is duidelijk zichtbaar dat de supermarkten zich vooral concentreren in het zuidoostelijk en het zuidwestelijk deel van het eiland. In het midden en het noordelijk deel van het eiland bevindt zich slechts een drietal supermarkten, nl. Plus in Scharendijke (600 m² wvo) en de kleinere supermarkten Attent en Spar in Brouwershaven (respectievelijk 250 en 340 m² wvo).

Economisch functioneren dagelijkse artikelen

In deze paragraaf wordt een berekening uitgevoerd omtrent het economisch functioneren van de detailhandel in dagelijkse goederen in Schouwen-Duiveland.

Wij hanteren hierbij de volgende uitgangspunten:

- De berekeningen vinden plaats voor de gehele dagelijkse sector, bestaande uit levensmiddelenwinkels (waaronder supermarkten en foodspecialzaken) en winkels in persoonlijke verzorging (drogisterijen).
- In Schouwen-Duiveland wonen momenteel 34.000 mensen.
- Per hoofd van de bevolking wordt in Nederland voor circa €2.270,- aan dagelijkse artikelen⁵ besteed. Omdat de inkomens per hoofd van de bevolking in Schouwen-Duiveland slechts in beperkte mate afwijken (+4,7%) van het Nederlands gemiddelde, gaan wij er vanuit dat ook de bestedingen per hoofd nauwelijks afwijken van het Nederlands gemiddelde. Het effect van internet is thans nog zeer laag en is derhalve niet in de berekeningen meegenomen.
- Vanwege de natuurlijke barrières om in andere gemeenten de boodschappen te doen hanteren wij een koopkrachtbinding van circa 100%. Koopkrachttoevloeiing vanuit andere gemeenten zal om dezelfde reden niet plaats vinden. Per saldo is er dus geen koopkrachttoevloeiing (met uitzondering van koopkrachttoevloeiing uit hoofde van toerisme) en geen koopkrachtafvloeiing.
- Jaarlijks zijn er in Schouwen-Duiveland circa 4 à 4,5 miljoen overnachtingen. Bij een besteding van circa €6,- per dag⁶ aan dagelijkse goederen, levert dit een extra omzetspotentieel op van circa €25,5 miljoen voor winkels in dagelijkse goederen in Schouwen-Duiveland.

Tabel 3.3 Economisch functioneren winkels in dagelijkse goederen in 2013 in Schouwen-Duiveland (excl. BTW)

Aantal inwoners	34.015
Bestedingen per hoofd van de bevolking	€2.270,-
Bestedingspotentieel x €1 miljoen	€77,2
Koopkrachtbinding	100%
Koopkrachttoevloeiing	0%
Omzet eigen bevolking x €1 miljoen	€77,2
Omzet toerisme x €1 miljoen	€25,5
Totale omzet	€102,7
Omvang huidig aanbod in m ² wvo	15.857 m ²
Omzet per m ² wvo in €	€6.477,-
Landelijke omzet per m ² wvo	€7.090,-

Bovenstaande berekening toont aan dat de gemiddelde omzet die in Schouwen-Duiveland per m² gerealiseerd wordt in de sector dagelijkse goederen ongeveer

⁵ Bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, HBD, juli 2012.

⁶ €2.270,- : 265 dagen = circa €6,- per dag.

€ 6.450,- à € 6.500,- bedraagt. Dit ligt circa 9% lager dan de gemiddelde omzet die in Nederland per m² wvo gerealiseerd wordt (€ 7.090,- per m² wvo).

Wanneer we de uitkomst van bovenstaande berekening vergelijken met de berekeningen ten aanzien van de gemiddeld gerealiseerde omzet per m² wvo in supermarkten in Schouwen-Duiveland blijkt dat deze niet veel verschillen. In de Detailhandel Structuurvisie 2013 van de gemeente wordt uitgegaan van een normatieve vloerproductiviteit voor supermarkten van circa € 7.400,-. Deze ligt eveneens ongeveer 9% lager dan de gemiddeld in Nederland gerealiseerde omzet per m² wvo in supermarkten (€ 8.090,-), doch dat is reëel gezien de lagere huurprijzen voor het vastgoed in landelijke gebieden.

Geconcludeerd mag derhalve worden dat winkels in Schouwen-Duiveland op het gebied van dagelijkse goederen naar behoren functioneren.

3.2.2 Winkels in Huishoudelijke en luxe artikelen

In bijlage 2 is een overzicht gegeven van het aantal winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in de gemeente Schouwen-Duiveland. In totaal gaat het om 25 winkels met in totaal ruim 3.200 m² wvo⁷. De meeste winkels in huishoudelijke artikelen zijn te vinden in het centrum van Zierikzee, waaronder een Wereldwinkel, Marskramer en Xenos.

Ook in Burgh-Haamstede liggen enkele winkels in de branche. In Bruinisse zijn 5 winkels in huishoudelijke en luxe artikelen gevestigd, waaronder Marskramer. En in Renesse bevinden zich twee relatief grote winkels, nl. Delta Warenhuis met 625 m² wvo en de Schouwse winkel met circa 275 m² wvo.

In de overige dorpen is het aanbod beperkt.

Economisch functioneren winkels in huishoudelijke en luxe artikelen

In de hieronder staande tabel is een berekening opgesteld omtrent het economisch functioneren van winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in de gemeente Schouwen-Duiveland. Hierbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- In Schouwen-Duiveland wonen momenteel 34.000 mensen.
- Per hoofd van de bevolking wordt in Nederland voor circa € 193,- aan huishoudelijke en luxe artikelen besteed⁸. Dit is inclusief BTW. Exclusief BTW is dat ongeveer € 156,-. Omdat de inkomens per hoofd van de bevolking in Schouwen-Duiveland slechts in beperkte mate afwijken (+4,7%) van het Nederlands gemiddelde, gaan wij er vanuit dat ook de bestedingen per hoofd nauwelijks afwijken van het Nederlands gemiddelde.

⁷ Bij de inventarisatie is er rekening mee gehouden dat de winkel Goudzwaard in Burgh-Haamstede recentelijk gesloten is.

⁸ Bron: www.HBD.nl.

- Het huidige internetaandeel in de bestedingen aan huishoudelijke en luxe artikelen is ingeschat op circa 10%⁹.
- Vanwege de natuurlijke barrières om in andere gemeenten winkels in huishoudelijke en luxe artikelen te bezoeken hanteren wij een koopkrachtbinding van circa 100%. Koopkrachttoevloeiing vanuit andere gemeenten zal om dezelfde reden niet plaats vinden. Per saldo is er dus geen koopkrachttoevloeiing (met uitzondering van koopkrachttoevloeiing uit hoofde van toerisme) en geen koopkrachtafvloeiing.
- Jaarlijks zijn er in Schouwen-Duiveland circa 4 à 4,5 miljoen overnachtingen. Bij een besteding van circa € 0,50 per dag¹⁰ aan huishoudelijke en luxe artikelen levert dit een extra omzetspotentieel op van circa € 2,0 miljoen voor winkels in huishoudelijke en luxe artikelen.

Tabel 3.4 Economisch functioneren winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in 2013 in Schouwen-Duiveland (excl. BTW)

Aantal inwoners	34.015
Bestedingen per hoofd van de bevolking	€ 156,-
Bestedingspotentieel x €1 miljoen	€ 5,3
Koopkrachtbinding	100%
Koopkrachttoevloeiing	0%
Omzet eigen bevolking x €1 miljoen	€ 5,3
Internetaandeel 10% x €1 miljoen	€ 0,5
Omzet na correctie internet x €1 miljoen	€ 4,8
Omzet toerisme x €1 miljoen	€ 2,0
Totale omzet x €1 miljoen	€ 6,8
Omvang huidig aanbod in m ² wvo	3.246 m ²
Omzet per m ² wvo in €	€ 2.094,-
Landelijke omzet per m ² wvo	€ 1.900,-

De winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in Schouwen-Duiveland realiseren een omzet van in totaal circa € 6,8 miljoen. Per m² wvo komt dat uit op circa € 2.100,-. Vergeleken met de landelijke omzet per m² in deze branche ligt de gemiddelde omzet in Schouwen-Duiveland daar iets boven.

3.2.3 Belangrijke projecten in Schouwen-Duiveland

In de gemeente Schouwen-Duiveland zijn verschillende initiatieven aanwezig om het toeristisch recreatieve aanbod te verhogen/versterken. Voor Scharendijkse belangrijke projecten hierin zijn de ontwikkeling van Brouwersdam en de aanleg van de Recreatieverdeelweg. Hieronder worden deze beschreven.

⁹ Specifieke cijfers over de internetbestedingen in de branche huishoudelijke en luxe artikelen zijn niet beschikbaar. Uitgegaan is van een bestedingsaandeel via internet van circa 10%.

¹⁰ € 156,- : 365 dagen = circa € 0,45 per dag.

Brouwersdam

Op 27 mei 2010 is door de gemeenteraad van Schouwen-Duiveland het uitvoeringsprogramma Brouwersdam Zuid vastgesteld¹¹. Doelstelling is om Brouwersdam te transformeren tot een toeristische trekpleister. Binnen het kader hiervan zijn inmiddels al een aantal initiatieven bekend om het toeristisch-recreatieve aanbod te versterken. Genoemd kunnen onder andere worden:

- het realiseren van een jachthaven;
- het ontwikkelen van watersportfaciliteiten (duiken, waterski, enz.);
- het realiseren van een duikhotel;
- active leisure (kitesurfen, brandingsurfen, beachsporten);
- het realiseren van een eco-boerderij;
- het realiseren van een bezoekerscentrum;
- het realiseren van aanlegplaatsen voor de chartervaart en
- het realiseren van een loopwaterbrug tussen Scharendijke en de jachthaven.

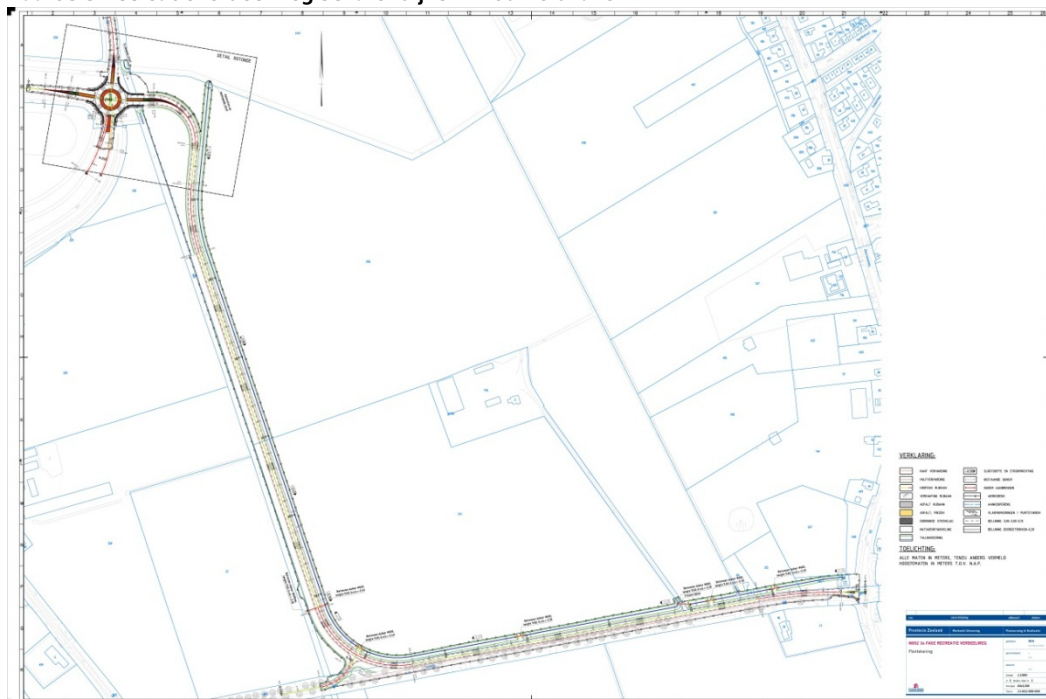
Onderdelen van de planvorming zijn o.a. de realisatie van 600 nieuwe vakantie woningen en de realisatie van een hotel. Brouwersdam zou voorts in totaal 800 fte's opleveren.

De Recreatieverdeelweg

De Recreatieverdeelweg is een nieuwe provinciale weg tussen Burgh Haamstede en Scharendijke en maakt onderdeel uit van het landinrichtingsproject Schouwen-West uit 2001. De aanleg van de weg vindt in drie fasen plaats, waarbij de eerste twee fasen reeds zijn aangelegd. Fase 1 betreft het deel Burgh Haamstede – Renesse en fase 2 loopt van de Stoofweg naar de N57. De derde fase moet nog worden aangelegd en omvat het wegvak tussen Rijksweg N57 en Scharendijke. Het doel van de Recreatieverdeelweg is het verminderen van het doorgaand verkeer in een aantal woonkernen in de (noord)westhoek van Schouwen-Duiveland, vooral in de vakantieperiode. Daarnaast worden een aantal recreatiegebieden verkeersluw gemaakt en zal het sluipverkeer op de polderwegen afnemen. De provincie gaat voor fase 3 in haar planning uit van aanleg in 2015 en oplevering eind van dat jaar. Na realisatie van de 3^e fase wordt de Elkerzeeseweg en de Boutlaan met fysieke maatregelen afgewaardeerd naar een (strakke) 30 km zone. In het hieronder staande kaartje is aangegeven hoe de geplande derde fase wordt aangesloten.

¹¹ Zie: Uitvoeringsprogramma Brouwersdam Zuid, gemeente Schouwen-Duiveland.

Kaart 3.3 Recreatieverdeelweg Scharendijke – Brouwershaven.



3.2.4 Detailhandelsbeleid Schouwen-Duiveland

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Schouwen-Duiveland is verwoord in het rapport 'Detailhandel Structuurvisie 2013'¹².

Het detailhandelsbeleid van de gemeente heeft als hoofddoel te komen tot een goede verzorgingsstructuur voor haar inwoners en de toeristen in het gebied, een duurzame voorzieningenstructuur en een sterk ondernemersklimaat voor haar ondernemers. Gestreefd wordt naar sterke winkelconcentraties die elkaar aanvullen. Aan de ondernemers wordt zoveel mogelijk ruimte geboden om binnen de gestelde kaders in te kunnen blijven spelen op de dynamiek in de detailhandel. Zorgvuldig ruimtegebruik, ruimtelijke inpassing en de ruimtelijke impact van detailhandel wordt steeds zorgvuldig afgewogen. Concreet houdt dit in:

- Blijvend inzetten op het versterken van de bestaande structuur en een verdere clustering. Met ontwikkelingen buiten de bestaande winkelconcentraties dient zeer terughoudend te worden omgegaan.
- De ruimtebehoefte en de ruimtelijke impact van een onderneming is bepalend voor het vinden van een passende locatie.
- Detailhandelsontwikkelingen worden zoveel mogelijk ingezet voor herstructurering, herontwikkeling en modernisering van winkelgebieden. Marktruimte en dynamiek moeten in eerste instantie worden ingezet om de gewenste her- of

¹² Zie: Detailhandel Structuurvisie 2013, gemeente Schouwen-Duiveland, maart 2013.

doorontwikkeling van de voor de structuur belangrijkste winkelgebieden op gang te helpen.

- Eventuele detailhandelsontwikkelingen mogen er niet toe leiden dat de leegstand op een locatie elders dusdanig toeneemt dat er geen sprake meer is van zorgvuldig ruimtegebruik wat tot verloedering van een gebied kan leiden.
- Detailhandelsontwikkelingen mogen niet leiden tot duurzame ontwrichting, waarbij de consument op acceptabele afstand niet meer haar reguliere aankopen kan doen.

Uitgaande van het koopgedrag ziet de visie op de hoofwinkelstructuur van Schouwen-Duiveland en de positionering van de afzonderlijke winkelgebieden hierbinnen, er als volgt uit:

- Zierikzee-centrum:
 - hoofdwinkelcentrum;
 - nadruk op recreatief winkelen;
 - sterke regiofunctie op gebied van niet-dagelijks / recreatief winkelaanbod zowel voor bewoners als voor toeristen;
 - sterk dagelijks aanbod met een regionale functie voor het centrale en deels oostelijk gedeelte van het eiland.
- De centra van Bruinisse, Burgh-Haamstede en Renesse:
 - nadruk op boodschappen doen;
 - sterke dorpscentra respectievelijk in de Oosthoek en Westhoek van het eiland met een bovenlokale verzorgingsfunctie voor inwoners en toeristen;
 - beperkt niet-dagelijks / recreatief aanbod.
- De centra van Scharendijke, Brouwershaven, Nieuwerkerk en Oosterland:
 - nadruk op boodschappen doen;
 - lokale verzorging voor de eigen bewoners;
 - in Brouwershaven en Scharendijke ook een toeristische functie.
- Het Haringvliet / Boerenweg in Zierikzee:
 - locatie voor perifere detailhandel;
 - streekfunctie voor doelgerichte, laagfrequent benodigde aankopen;
 - op locatie Haringvlietplein mogelijkheden voor boodschappenaanbod.
- Overige kernen van Schouwen-Duiveland:
 - gericht op behoud en versterking om de leefbaarheid te waarborgen;
 - nieuwe full-service supermarkten (>750 m² bvo, circa 600 m² wvo) worden niet toegestaan.

In de visie op de boodschappenstructuur in de gemeente Schouwen-Duiveland wordt ten aanzien het dorp Scharendijke vermeld dat de markt in Scharendijke redelijk goed in evenwicht is. Mocht de supermarkt in Scharendijke willen uitbreiden dan kan hier vanuit het argument van het bieden van een goede consumentenverzorging (groter assortiment, ruimere opzet) medewerking aan worden verleend tot een maximale maat van circa 1.250 m² bvo (circa 1.000 m² wvo). Een eventuele uitplaat-

sing uit het centrum in Scharendijke kan aan de orde zijn, omdat de synergie met de omliggende functies momenteel al zeer beperkt is (hier is met name horeca gevestigd). Voorwaarde is wel dat bij uitplaatsing van de supermarkt de locatie gelegen moet zijn binnen de bebouwde kom¹³.

3.2.5 Nieuwe winkelprojecten in Schouwen-Duiveland

In het hieronder staande overzicht worden de belangrijkste nieuwe winkelprojecten in de gemeente Schouwen-Duiveland genoemd. Deze zijn gebaseerd op wenselijkheden voor nieuwe ontwikkelingen zoals deze zijn genoemd in de Detailhandel Structuurvisie van de gemeente Schouwen-Duiveland, deels op reeds concrete initiatieven.

- Zierikzee:
 - mogelijke verplaatsing van Albert Heijn onder voorwaarden naar Stadsentree Havenpoort of eventueel het Haringvlietplein;
 - een mogelijke verplaatsing van de thans in de wijk Poortambacht gevestigde Lidl naar de Stadsentree Havenpoort of eventueel het Haringvlietplein;
 - een mogelijke verplaatsing van de Aldi naar de Stadsentree Havenpoort of naar het Haringvlietplein;
 - een mogelijke uitbreiding van de Spar in het centrum naar de eventueel vrijkomende locatie van Albert Heijn;
 - momenteel zijn er 4 supermarkten. Een eventuele vijfde supermarkt is mogelijk indien deze van meerwaarde is ten opzichte van de bestaande structuur en de effecten op de consumentenverzorging zeer zorgvuldig zijn afgewogen. Als meest aangewezen locatie voor een eventuele vijfde supermarkt wordt de Stadsentree Havenpoort genoemd.
- Burg-Haamstede:
 - een wenselijke uitbreiding van de Albert Heijn van 960 m² wvo nu naar circa 1.200 m² wvo;
 - Spar krijgt de mogelijkheid uit te breiden naar circa 1.200 m² wvo.
- Bruinisse:
 - Albert Heijn gaat verplaatsen, waarbij een vergroting van de supermarkt aan de orde kan zijn van 930 m² wvo naar circa 1.200 m² wvo.
- Renesse:
 - Jumbo (voorheen C1000) mag uitbreiden van 800 m² nu naar 1.200 m² wvo (1.500 m² bvo); Alternatieve locatie is mogelijk.
- Nieuwerkerk:
 - clustering van beide supermarkten is onder voorwaarden mogelijk in het Gat van Nieuwerkerk.

¹³ Inmiddels heft het College van Burgemeester en Wethouders het principe besluit genomen dat vestiging aan de Boutlaan (naast de brandweerkazerne) mogelijk is. Wel dient hiervoor nog de Ladder voor Duurzame Verstedelijking doorlopen te worden.

- Scharendijke:
 - uitbreiding van de supermarkten mogelijk tot maximaal 1.000 m² wvo vanuit het oogpunt van een goede consumentenverzorging;
 - eventuele uitplaatsing van de supermarkt in het centrum van Scharendijke kan aan de orde zijn, omdat de synergie met de omliggende functies momenteel al zeer beperkt is. Voorwaarde is wel dat bij uitplaatsing van de supermarkt de locatie gelegen moet zijn binnen de bebouwde kom.
- Brouwershaven:
 - verplaatsing van de Spar aan de Markt naar een locatie bij de jachthaven. Met deze verplaatsing zal tevens een uitbreiding gerealiseerd worden van 350 naar 700 m² wvo. Inmiddels heeft het College van Burgemeester en Wethouders van de gemeente besloten hieraan medewerking te verlenen.
- De Westhoek van het eiland:
 - in dit deel van het eiland is het toevoegen van een discounter een welkome aanvulling. Thans ontbreekt het hieraan.

3.3 Detailhandelsstructuur in Scharendijke

3.3.1 Het winkelaanbod in Scharendijke

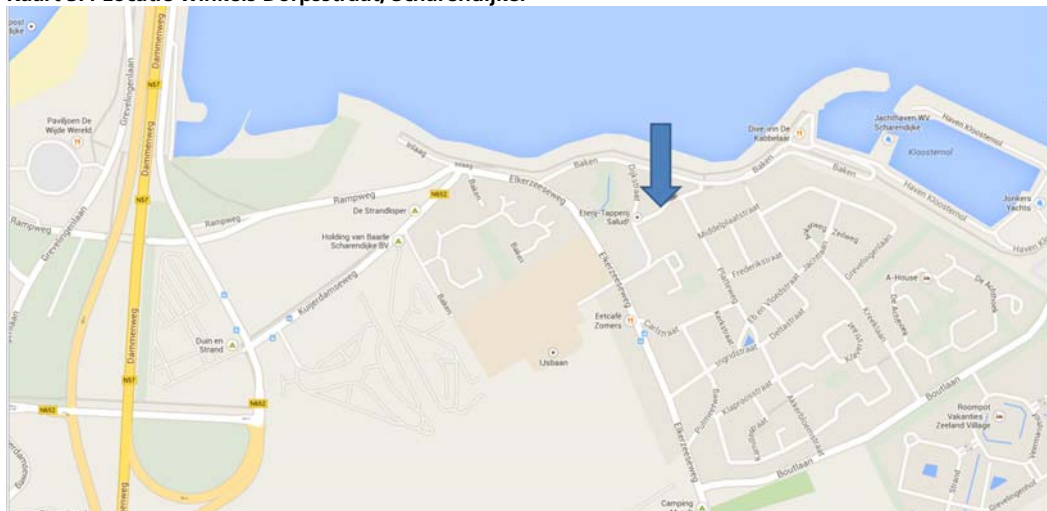
In het dorp Scharendijke zijn momenteel 9 winkels gevestigd. Het gaat hierbij om een tweetal winkels in levensmiddelen, een winkel in huishoudelijke artikelen, 3 winkels op het gebied van sport- en spel, een stoffenwinkel, een bloemenwinkel en een fietsenwinkel. Daarnaast staan er 3 winkels leeg.

Het centrum bevindt zich in de Dorpsstraat en aangrenzende straten. In het centrum zijn naast een zestal horecazaken slechts 3 winkels gevestigd. Van een aaneengesloten winkelfront is geen sprake. In de Dorpsstraat zijn 2 winkels aanwezig. De belangrijkste winkel is de Plus supermarkt met een omvang van circa 600 m² wvo. Naast de Plus aan de Dorpsstraat is een winkel in huishoudelijke artikelen gevestigd (Mikado met circa 300 m² wvo) met als onderdeel van de winkel in pandig een slijter (Borrelshop met 15 m² wvo). Aan de Dijkstraat is daarnaast nog een bakker gevestigd, maar deze heeft geen ruimtelijke relatie met de winkels aan de Dorpsstraat. Twee winkelpanden in het centrum staan leeg (Dijkstraat 28 en Platteweg 5).

3.3.2 De ruimtelijke kwaliteiten

In het hieronder staande kaartje is de ligging van de winkels aan de Dorpsstraat in Scharendijke aangegeven.

Kaart 3.4 Locatie winkels Dorpsstraat, Scharendijke.



De ruimtelijke structuur van het centrumgebied wordt vooral bepaald door haar kleinschaligheid (smalle straatjes). In de hieronder staande foto's is dat zichtbaar gemaakt.

Onderstaande foto's maken duidelijk dat de ruimtelijke structuur van het gebied waar zich de winkels bevinden 'niet van deze tijd' is. Het wordt de bezoekers van de winkels beslist niet gemakkelijk gemaakt om een parkeerplaats te vinden. Zeker niet direct voor de deur. De smalle Dorpsstraat maakt dat slechts in zeer beperkte mate mogelijk. Wel is er een klein parkeerterreintje te vinden aan de Dijkstraat (op circa 100 à 150 meter van de Plus-locatie). Op deze locatie staan verscholen achter boxen voor gedragen kleding en lege flessen enige winkelkarretjes opgesteld.

Het parkeerprobleem doet zich zeer sterk gelden in het vakantieseizoen wanneer ook toeristen in Scharendijke hun dagelijkse boodschappen komen doen. De vele auto's die dan in de Dorpsstraat, op het parkeerterreintje of elders in het dorpje parkeren vormen een grote mate van overlast, niet alleen voor de bewoners van de straten in het centrumgebied, maar zeker ook voor het functioneren van de horeca.



De Dorpsstraat in Scharendijke, smal, kleinschalig, weinig parkeren.



De Plus supermarkt in de Dorpsstraat met beperkt parkeren. Rechts een klein parkeerterreintje op circa 100 meter.



Opstelplaats van de karretjes van de Plus supermarkt op parkeerterreintje. Rechts enkele horecavestigingen tegenover de Plus supermarkt.

Geconcludeerd kan derhalve worden dat de locatie waar thans de Plus-supermarkt en de Mikado winkel gevestigd zijn, niet meer voldoet aan de eisen die de consument stelt aan 'het boodschappen doen'. Zoals in hoofdstuk 4 wordt aangegeven, stelt de consument bij het doen van zijn dagelijkse boodschappen hoge eisen aan de reistijd, de bereikbaarheid, de parkeermogelijkheden, het gemak, de omvang van het assortiment en de uitstraling. Aan al deze eisen kan de huidige locatie van de supermarkt aan de Dorpsstraat niet voldoen.

3.3.3 Klantenherkomst supermarkt Scharendijke

Door de Plus-organisatie zijn ten behoeve van voorliggende onderzoek cijfers beschikbaar gesteld omtrent het aantal klanten en de herkomst hiervan. Uit deze overzichten blijkt dat de Plus-supermarkt in 2012 door in totaal circa 285.000 klanten werd bezocht. Voor 2013 wordt het totaal aantal klanten geraamd op circa 290.000. De piek van het aantal bezoekers ligt in de maanden mei, juni, juli en augustus. In deze maanden wordt circa 55% van de jaarmzet gerealiseerd.

Uit de door de Plus organisatie beschikbaar gestelde cijfers blijkt dat de klantenbinding vanuit het dorp Scharendijke momenteel circa 59% bedraagt. Voorts blijkt dat circa 6% van het bestedingspotentieel in de dorpen Brouwershaven en Ellermeet gebonden wordt.

In totaal is circa 38% van de omzet afkomstig is uit Scharendijke, 5% uit de dorpen Brouwershaven en Ellermeet en circa 55% afkomstig vanuit elders, waaronder het toerisme.

De totale jaaromzet van de Plus-supermarkt wordt geraamd op circa € 4,5 miljoen. De gemiddelde omzet per m² wvo bedraagt circa € 7.600,-. Gemiddeld wordt in Nederland in supermarkten per m² wvo circa € 8.090,- omgezet. De omzet per m² wvo in de Plus-supermarkt in Scharendijke ligt daarmee circa 6% onder het Nederlands gemiddelde. Gegeven de waarschijnlijk lagere huisvestingslasten van de Plus supermarkt in Scharendijke kan geconcludeerd worden dat deze naar behoren functioneert.

3.3.4 Klantenherkomst Mikado

Over de herkomst van de klanten van de Mikado zijn geen gegevens bekend. Wel is uit gegevens die beschikbaar zijn gesteld door de betreffende ondernemer afleidbaar dat Mikado in 2012 circa 51.000 bezoekers telde. Op basis van tellingen tot en met week 46 in 2013 wordt het bezoekersaantal voor 2013 ingeschat op circa 50.000. Evenals bij de supermarkt wordt bij Mikado een omzetpiek bereikt in de maanden mei, juni, juli en augustus. In deze maanden wordt circa 60% van de omzet gerealiseerd. Indien we veronderstellen dat de gemiddelde omzet per m² wvo in de Mikado winkel gelijk is aan de gemiddelde omzet die per m² wvo in geheel Schouwen-Duiveland gerealiseerd wordt, kan de Mikado omzet ingeschat worden op circa € 0,5 miljoen.

4. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE SUPERMARKT-BRANCHE

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de belangrijkste trends en ontwikkelingen die zich momenteel op het gebied van 'boodschappen doen' voordoen.

Gewoonlijk worden drie soorten koopgedrag onderscheiden, waarin aspecten meespelen als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat):

- **Boodschappen doen:** het gaat hier om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving. Regelmatig zal sprake zijn van combinatie aankopen van levensmiddelen en hoog frequent benodigde (alledaagse) non-food. Bij de keuze in aankoopplaats zijn reistijd, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, gemak, assortiment, uitstraling en prijs belangrijke overwegingsfactoren.
- **Recreatief winkelen:** bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselend frequentie gedaan en men is bereid een grotere afstand af te leggen. Het gaat om artikelen waarmee men een hogere emotionele binding heeft of uit speciale interesse en/of persoonlijke voorkeuren zoals mode en luxe artikelen. In veel gevallen is dit koop- of bezoekgedrag een vorm van vrije tijdsbesteding.
- **Doelgericht aankopen:** dit zijn (duurzame en/of vervangings) aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan. Het gaat om aankopen van woninginrichting, bruin- en witgoed, fietsen, doe-het-zelf- en tuinartikelen, etc. De aankopen van deze laatste twee worden vooral in de nabijheid van de woonomgeving gedaan. Voor de overige aankopen is de scope van de consument veel groter. Hier is een goede prijs-kwaliteitverhouding van groot belang.

Door aan te sluiten op dit koopgedrag kunnen winkelgebieden, maar ook delen van grotere centra, zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Zo ligt de nadruk in binnensteden en grotere stadsdeelcentra sterk op het recreatieve winkelen en in de buurt- en wijkcentra sterk op het boodschappen doen. Voor perifere detailhandelslocaties geldt dat ze overwegend door de consument bezocht worden om doelgericht aankopen te doen.

Aanbodzijde algemeen

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

- De trend tot schaalvergroting zet verder door. De gemiddelde omvang van een supermarkt in Nederland bedraagt 874 m² wvo, maar voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne (wijk)supermarkten hebben vaak een omvang van circa 1.500 m² wvo. In grote steden maken sommige supermarkten een schaa sprong tot megasupermarkten (3.000-4.000 m² wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaa sprong zichtbaar.
- Ook bij de discount supermarkten is een schaa sprong merkbaar. Enkele jaren terug hadden deze een omvang van ca. 600 m² wvo, thans ligt de oppervlakte voor nieuwe discountsupermarkten ook al boven de 1.000 m² wvo. Vaak hebben discount supermarkten een groter verzorgingsgebied dan andere supermarkten.
- Ondanks het toenemende marktaandeel van supermarkten in de dagelijkse artikelensector, is ook een trend van schaa lverkleining en superspecialisatie waar te nemen. Steeds vaker duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment: koffie (o.a. Simon Lévelt), Chocolade (o.a. Australian), delicatessen (o.a. Oil & Vinegar), etc..
- Het benodigd draagvlak voor voorzieningen wordt - als gevolg van de schaa lvergroting - steeds groter. De extra winkelmeters worden deels door een groter draagvlak terugverdiend. Aspecten als autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden hangen samen met deze ontwikkeling en worden daarom steeds belangrijker. Om het draagvlak toch te kunnen realiseren opteren supermarkten steeds vaker voor locaties buiten reguliere winkelgebieden (meer ruimte).
- Tegelijkertijd is er een opleving van dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra zichtbaar. Er is in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het verbeteren van het verblijfsklimaat in dergelijke centra en het uitbreiden van de winkelruimte. Veelal wordt het aanbod meer geconcentreerd in de grotere winkelcentra en de supermarkten maken waar mogelijk een schaa sprong. Zij zijn op wijk-, buurt- en dorpsniveau belangrijke publiekstrekkers.
- Supermarkten hebben steeds minder ieder hun eigen afgebakende verzorgingsgebied en de grootste supermarkten hebben vaak een aanvullende functie (een soort paraplu functie) ten opzichte van kleinere supers. Het gaat bij dit laatste meestal om centrumsupermarkten, maar dit kan ook opgaan voor megasupermarkten.
- Factoren als een ruime overzichtelijke indeling, een breed assortiment, hygiëne en behulpzaam, vriendelijk personeel spelen een belangrijke rol in de supermarktkeuze van de consument.
- De marktsegmentatie bij supermarkten vervaagt: behalve in discountsupermarkten is er vrijwel overal sprake van een grote variatie in prijsstelling van de aangeboden producten. Bovendien ligt tegenwoordig het prijsniveau ook in diverse

servicesupermarkten op een laag niveau door onder meer de toename van huismerken.

- Branche- en sectorvervaging doet zich voor in diverse branches, waaronder de supermarktenbranche. In supermarkten wordt in toenemende mate non-food artikelen aangeboden, vaak op actiematige wijze. Vooral discountsupermarkten bieden deze non-food artikelen aan. Maar ook het vaste assortiment wordt breder; zo heeft Albert Heijn aangekondigd het aanbod huishoudelijke artikelen verder uit te breiden.
- In navolging van de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben verschillende overnames en fusies plaatsgevonden. Albert Heijn, Jumbo en Lidl zijn sterk uit de strijd gekomen, de formules Edah en Super de Boer zijn het slachtoffer geworden. Kleinschalige supermarkten, versspecialzaken op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt hebben het door de prijzenslag moeilijker gekregen.

Vraagzijde algemeen

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

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

Webwinkelen

Het webwinkelen (e-commerce) heeft de laatste jaren een grote vlucht genomen, maar het aandeel in de detailhandelsbestedingen is nog steeds gering. Een verdere groei wordt verwacht, met negatieve gevolgen voor de gevestigde detailhandel (minder vraag naar winkelruimte). Ook supermarkten gaan inspelen op de trend van het webwinkelen middels het creëren van afhaalpunten. De consument kan online haar boodschappen doen en deze op een gewenst moment (ook buiten winkeltijden) bij het afhaalpunt ophalen. Het afhaalpunt zal vaak op een nieuwe locatie ontwikkeld worden, uitgangspunt voor de locatie is een goede bereikbaarheid. De ontwikkeling van de afhaalpunten voor supermarkten staat overigens nog in de kinderschoenen.

5. SWOT-ANALYSE

In dit hoofdstuk wordt op basis van de voorgaande hoofdstukken een SWOT-analyse gegeven van de detailhandel in Scharendijke.

Tabel 5.1 SWOT-analyse detailhandel Scharendijke (sterkten en zwakten).

Sterkten	Zwakten
Goede omzet	Kleinschaligheid
Goed economisch functioneren	Matige bereikbaarheid, smalle straatjes
	Weinig parkeren voor de deur
	Beperkingen parkeerlocatie Dijkstraat
	Bevoorradingsproblemen
	Weinig gemak, comfort
	Beperkt assortiment
	Smalle paden in supermarkt
	Matige / slechte uitstraling supermarkt
	Drukte tijdens zomermaanden
	Overlast bewoners

Tabel 5.2 SWOT-analyse detailhandel Scharendijke (kansen en bedreigingen).

Kansen	Bedreigingen
Nieuwe locatie met betere lokale bereikbaarheid	Afname bevolking
Toerisme, 4 à 4,5 miljoen overnachtingen	Vergrijzing bevolking
Ontwikkeling Brouwersdam Zuid	Beperkt bevolkingsdraagvlak in Scharendijke
	Internetontwikkelingen
	Afnemende bovenlokale bereikbaarheid als gevolg van afwaardering Elkerzeeseweg en de Boutlaan
	Uitbreiding supermarktaanbod in Brouwershaven en mogelijke uitbreiding Renesse

Geconcludeerd kan derhalve worden dat de huidige locatie van de supermarkt en daarmee ook de locatie van de naast de supermarkt gelegen Mikado-winkel, ondanks de goede omzet, weinig perspectief bieden voor een duurzame continuïteit. Mogelijk dat hierdoor het handhaven van het voorzieningenniveau in het dorp Scharendijke in de toekomst in gevaar kan komen. Een verplaatsing naar een meer toekomstbestendige locatie in Scharendijke, waarmee beter ingespeeld kan worden op de eisen die de consument stelt aan zijn winkelomgeving, is derhalve zeer gewenst.

6. HET INITIATIEF

Zoals in de inleiding vermeld wenst Rothuizen Architecten en Stedenbouwkundigen aan de Boutlaan een nieuwe winkelontwikkeling te realiseren die bestaat uit:

- Een verplaatsing van de thans aan de Dorpsstraat gevestigde Plus-supermarkt, die tegelijkertijd een uitbreiding van haar winkeloppervlakte wenst te realiseren van 600 m² wvo nu naar 1.037 m² wvo. Het betreft derhalve een uitbreiding van circa 440 m² wvo. Dit is inclusief de inpanidige Borrelshop.
- Een verplaatsing van de eveneens aan de Dorpsstraat gevestigde Mikado winkel van 300 m² wvo nu tot circa 584 m² wvo.
- Een verplaatsing van de aan de Elkerzeeseweg gevestigde plantenhandel. Deze winkel zal een oppervlakte krijgen van 745 m² wvo.

Voor de te verplaatsen winkels biedt de nieuwe locatie aan de Boutweg een aantal belangrijke voordelen:

- De supermarkt kan een meer marktconforme omvang realiseren en beter inspelen op eisen van de consument betreffende o.a. gemak, comfort, bredere paden, enz.
- Betere en comfortabele parkeergelegenheid.
- Betere presentatiemogelijkheden.
- Meer opslagruimte o.a. voor meer volumineuze artikelen zoals bijvoorbeeld voor vliegers, bodyboards, enz.
- Betere synergie tussen de winkels (plantenhandel t.o.v. de supermarkt en Mikado).
- Minder overlast veroorzakende bevoorrading.

Maar ook zal de vrijkomende locatie aan de Dorpsstraat profijt kunnen trekken van het verdwijnen van de winkels uit de Dorpsstraat. Genoemd kunnen o.a. worden:

- minder verkeersbelasting van de smalle straatjes rondom de Dorpsstraat;
- minder overlast van bevoorrading;
- mogelijkheden voor verdere ontwikkeling van Dorpsstraat e.o. tot een horecagebied.

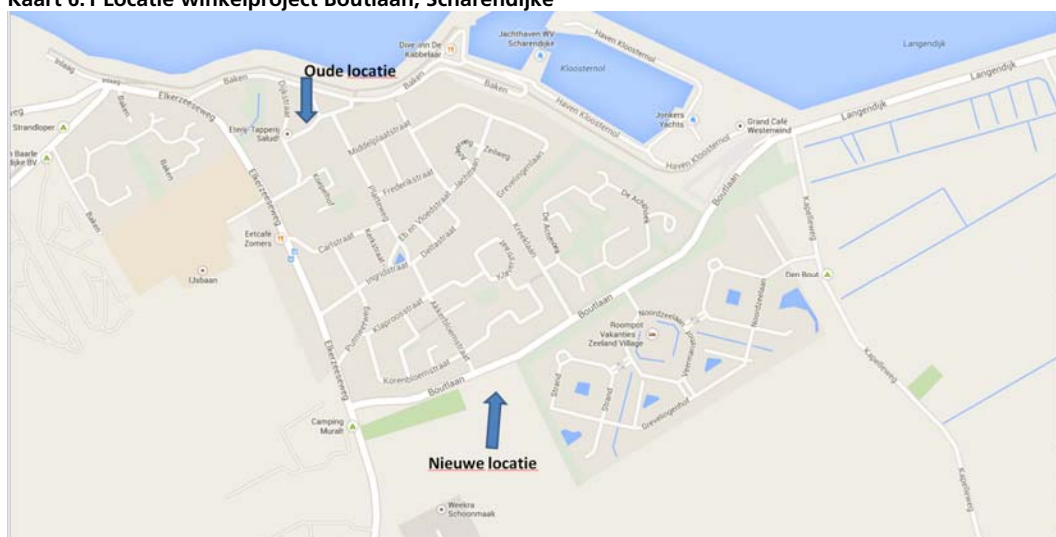
De realisatie van het plan zal plaats vinden aan de Boutlaan, naast de brandweerkazerne. De beoogde ontwikkeling is gelegen in de kernrand van Scharendijke. Het betreft een nog onbebouwde kavel tussen de brandweerkazerne en het vakantiepark Zeeland Village. De locatie ligt in het verlengde van de Akkerbloemstraat en ligt op circa 250 meter van het Bethlehemplein, waar zich enkele maatschappelijke diensten bevinden, en op circa 500 meter van de oude locatie aan de Dorpsstraat.

De lokale bereikbaarheid van de locatie is aanzienlijk beter dan de oude locatie aan de Dorpsstraat. Via de Akkerbloemstraat en de Kreekstraat is de locatie vanuit geheel Scharendijke bijzonder goed bereikbaar. Vanuit de directe regio (Brouwershaven en Ellemeet) is de locatie voor de consument minder goed bereikbaar. Immers de Elkerzeeseweg en de Boutlaan worden na realisatie van de 3^e fase van de Recreatieverdeelweg afgewaardeerd naar een 30 km zone. Doorgaand verkeer door de kern wordt op alle mogelijke manieren ontmoedigd (zie tevens par. 3.2.3). Op de nieuwe locatie aan de Boutlaan zal de supermarkt derhalve voornamelijk lokaal georiënteerd blijven.

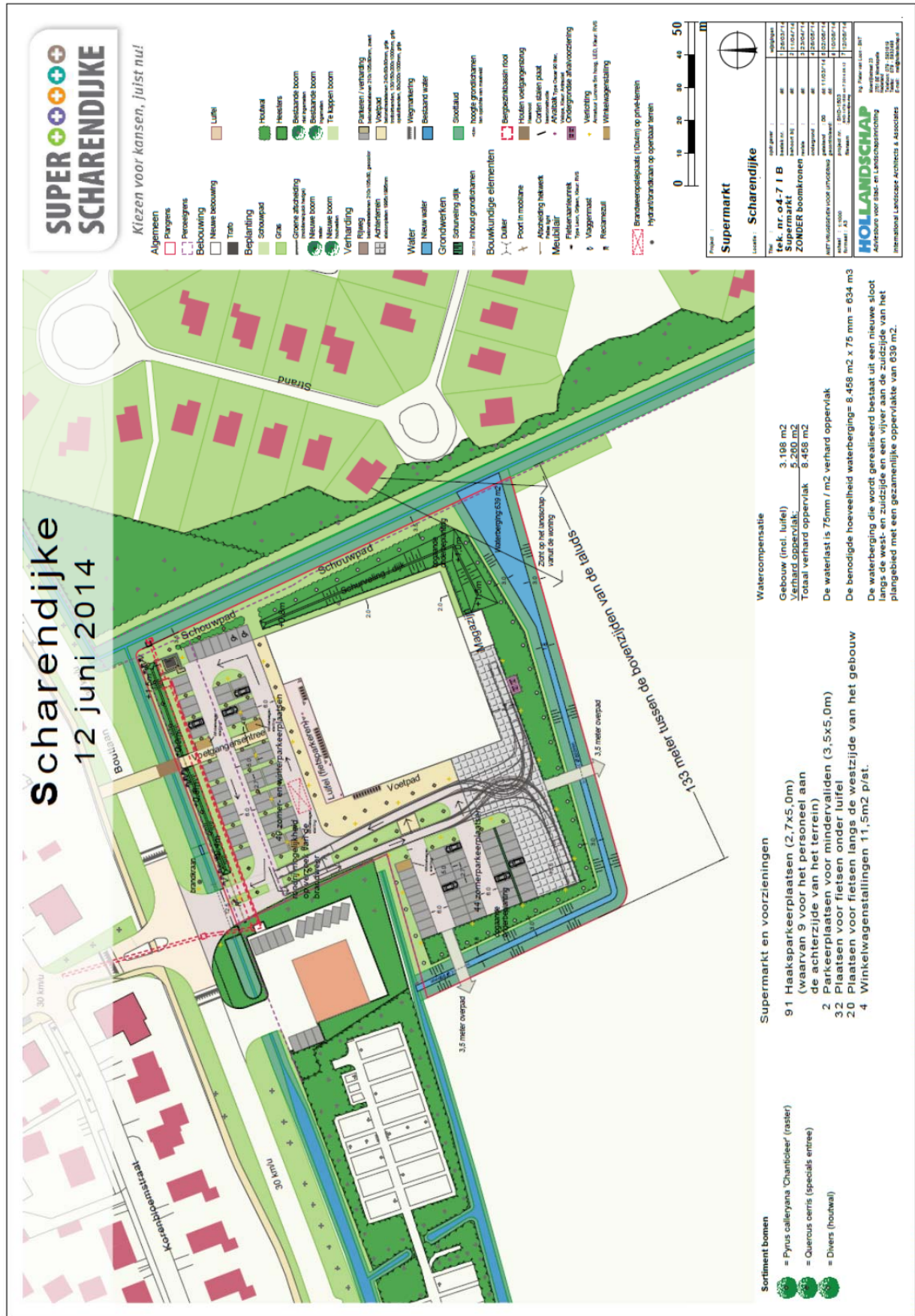
Wel is het parkeren aan de Boutlaan een aanzienlijke verbetering ten opzichte van de oude locatie. Met 93 parkeerplaatsen blijft het aantal benodigde parkeerplaatsen binnen de CROW normen (68 tot 93 benodigde parkeerplaatsen) en wordt ruimschoots bijgedragen aan gemak en comfort voor de bezoekers van de supermarkt en de andere winkels.

In de hieronder staande schets is de exacte locatie aangegeven.

Kaart 6.1 Locatie winkelproject Boutlaan, Scharendijke



Kaart 6.2 Schets winkelproject Boutlaan



7. DISTRIBUTIE PLANOLOGISCHE VERANTWOORDING

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de distributie-planologische effecten van een verplaatsing van de supermarkt en 'in het kielzog' hiervan de verplaatsing van andere detailhandelsfuncties uit het centrum van Scharendijke.

7.1 Winkels in dagelijkse artikelen

Geen marktruimte

In de visie op de boodschappenstructuur van Schouwen-Duiveland is aangegeven dat de markt in Scharendijke redelijk in evenwicht is. Dat betekent dat er momenteel geen kwantitatieve marktruimte is om het aanbod verder uit te breiden. Dat geldt ook voor de toekomst, gegeven het feit dat er in Schouwen-Duiveland de komende jaren enige bevolkingskrimp wordt verwacht en dat de internetbestedingen de komende jaren zullen toenemen (pick-up points). Wel zal er als gevolg van de ontwikkeling van Brouwersdam (en andere toerisme bevorderende projecten / maatregelen in Schouwen-Duiveland) nieuwe toeristen/recreanten naar Schouwen-Duiveland getrokken kunnen worden die vervolgens zullen leiden tot een impuls op de bestedingen in de dagelijkse sector. Gemakshalve gaan we er voorlopig vanuit dat deze impuls de kwantitatieve effecten van de bevolkingskrimp zal compenseren¹⁴.

Dat er geen kwantitatieve marktruimte aanwezig is, wil overigens niet zeggen dat er ook kwalitatief geen ruimte is. Zoals in de voorgaande hoofdstukken reeds is aangegeven voldoet de huidige locatie, de opzet en lay-out van de supermarkt niet meer aan de eisen die de hedendaagse consument daaraan stelt. De gebrekkige bereikbaarheid, het gebrek aan parkeervoorzieningen, de beperkte uitstraling van de supermarkt, de beperkte mogelijkheden voor een volledig assortiment op de locatie aan de Dorpsstraat maken het voor de ondernemer onvermijdelijk om zijn bedrijf te verplaatsen en uit te breiden tot een meer marktconforme omvang. Met het realiseren van een nieuwe locatie aan de Boutlaan kan voldaan worden aan de eisen die de consument stelt aan zijn supermarktomgeving. Mede hierdoor kan ook de duurzaamheid van het voorzieningenniveau in Scharendijke gegarandeerd worden. Van belang is overigens wel dat op de vrijkomende supermarktlocatie aan de Dorpsstraat en ook voor de naastgelegen locatie van de Mikado geen nieuwe de-

¹⁴ Tot het jaar 2025 is in Schouwen-Duiveland een bevolkingsdaling te verwachten van circa 1.500 personen. Op Brouwersdam zullen circa 600 vakantiewoningen en een hotel gerealiseerd worden. Bij een gemiddelde woningbezetting van 3 per woning en een gemiddelde bezettingsgraad van de huisjes van circa 50% levert dat circa 900 personen op. Inclusief het hotel en eventuele toevoegingen van vakantiewoningen elders in de gemeente verwachten wij dat deze toeristische impuls de bevolkingsdaling grotendeels zal compenseren.

tailhandelsontwikkelingen zullen plaatsvinden. Hiervoor dient het bestemmingsplan aangepast te worden.

Effecten op de voorzieningenstructuur

Met de verplaatsing / uitbreiding van de supermarkt naar de Boutlaan is een extra metrage gemoeid van circa 440 m² wvo. De supermarkt zal dan een omvang krijgen van 1.037 m² wvo, inclusief de Borrelshop. Op de huidige locatie aan de Dorpsstraat realiseert de supermarkt een omzet van circa € 4,6 miljoen. Dat komt overeen met circa € 7.635,- per m² wvo. Doorgaans gaan wij uit van een gemiddelde omzet per m² wvo op de nieuw toe te voegen meters van circa 50% van de huidige gemiddelde omzet per m² wvo. Echter vanwege de beperkingen in de regionale bereikbaarheid en het feit dat ook in de directe omgeving van Scharendijke (Brouwershaven, Renesse) uitbreidingen gerealiseerd worden, gaan wij uit van een gemiddelde omzet per m² wvo in de nieuw toe te voegen m² wvo die gelijk is aan circa 40% van de huidige omzet per m² wvo. De omzet van de supermarkt op de nieuwe locatie zal derhalve toenemen met circa (437 m² x (40% van € 7.635)) € 1,3 miljoen tot € 5,9 miljoen. In de nieuwe situatie zal de Plus supermarkt dus een omzet gaan realiseren van circa € 5.689,- per m² wvo.

Voor het berekenen van herkomst van de toekomstige omzet op de nieuwe locatie veronderstellen wij dat een groot deel van de extra te realiseren omzet afkomstig zal zijn vanuit Scharendijke zelf. Immers met een vergroting van het aanbod en verruiming van het assortiment is er voor inwoners van Scharendijke minder aanleiding elders hun boodschappen te doen. De beperkte regionale bereikbaarheid (door de afwaardering van de Elkerzeeseweg en de Boutlaan tot 30 km zones en de beperking van het doorgaande verkeer op deze wegen) en de uitbreidingsplannen van supermarkten in Brouwershaven en in Renesse de regionale toevloeiing van omzet naar de locatie aan de Boutlaan beperken.

Voor het inschatten van de omzeteffecten op overige winkels in de dagelijkse sector in Schouwen-Duiveland gaan wij derhalve uit van de volgende veronderstellingen:

1. Als gevolg van de uitbreiding zal de koopkrachtbinding in Scharendijke, die momenteel circa 59% bedraagt, toenemen tot circa 68%. Deze veronderstelling is gebaseerd op ervaringsgegevens van Plus-supermarkten in vergelijkbare marktgebieden. Met deze koopkrachtbinding zal derhalve circa € 0,3 miljoen van de extra te realiseren omzet afkomstig zijn uit Scharendijke zelf;
2. De overige € 1 miljoen is afkomstig van het toerisme in- en buiten Scharendijke en de omliggende kernen. De plannen gericht op het toerisme moeten zich in de loop van de tijd nog uitkristalliseren en de inkomsten hieruit hangen hier dus mee samen. Het bedrag van € 1 miljoen is een onderbouwde aanneme die de businesscase verder versterkt, maar geldt niet als een hard bedrag dat noodzakelijk is voor de haalbaarheid van de plannen. De inkomsten die uit de omgeving te verwachten zijn uit het toerisme (in mindere of meerdere mate) zullen de

voorzieningenstructuur elders niet schaden en dienen 'slechts' ter versterking van de businesscase.

Voor het inschatten van de omzeteffecten van buiten Scharendijke gaan wij ervan uit dat er met name effecten optreden bij winkels die het meest nabij Scharendijke liggen. In onderstaande tabel is aangegeven op hoeveel reisminuten overige winkels in dagelijkse goederen in Schouwen-Duiveland liggen. Uit dat overzicht blijkt dat binnen een afstandsbereik van maximaal 15 minuten concurrerend aanbod (in de vorm van supermarkten) te vinden is in Brouwershaven en Renesse. Voorts zijn in deze dorpen en in Ellemeet, Noordhouwe en Kerkwerve nog enkele kleine levensmiddelenwinkels gevestigd. Dagelijks aanbod in Burgh-Haamstede, Zierikzee, Oosterland, Nieuwerkerk en Bruinisse ligt op grotere afstand van Scharendijke. De omzet effecten zullen hier nihil zijn.

Daarnaast is in de tabel een inschatting gemaakt van de omzetten die in deze winkels gerealiseerd worden. Deze inschatting is gemaakt op basis van de thans gerealiseerde omzetten per m² wvo in Schouwen-Duiveland (zie tabel 3.3: circa € 6.466,-). Wanneer we vervolgens veronderstellen dat van de € 1 miljoen extra omzet die afkomstig is van buiten Scharendijke/toerisme circa 80% (circa € 0,8 miljoen) afkomstig is uit het meest nabij gelegen gebied (binnen 15 autominuten) en circa 20% (circa € 0,2 miljoen) afkomstig uit het gebied op een afstand van 15 à 20 autominuten kunnen de omzetverliezen berekend worden.

Voor de winkels die op maximaal 15 autominuten liggen van Scharendijke kunnen de omzetverliezen gemiddeld genomen ingeschat worden op circa 4%. Deze kleine omzetverliezen zullen met name beperkt merkbaar zijn bij de supermarkten in Renesse en Brouwershaven. Het gaat dan niet om lokale inwoners van Renesse of Brouwershaven die in toenemende mate op de supermarkt in Scharendijke georiënteerd zijn (zij hebben een eigen boodschappenaanbod wat gemoderniseerd wordt). Wel gaat het om het aanwezige toerisme in de directe omgeving van Scharendijke (o.a. Center Parks Port Zeelande en Landal Port Greve) die dankzij een modernisering van het supermarktaanbod vaker in Scharendijke boodschappen gaat doen. Hetzelfde geldt voor de inwoners van Ellemeet, ook zij zullen sterker op het aanbod in Scharendijke georiënteerd zijn.

In de winkels op het gebied van dagelijkse goederen in de dorpen die op 15 à 20 autominuten liggen worden de omzetverliezen ingeschat op minder dan 0,5%. Dit zijn sporadische bezoekers die vanwege de formule met een moderne omvang (Plus) boodschappen zullen doen in Scharendijke.

De omzetverliezen in de verschillende gebieden zijn niet zodanig dat in enig opzicht gevreesd moet worden voor een aantasting van het voorzieningenniveau in de verschillende dorpen in Schouwen-Duiveland. Van een duurzame ontwrichting van de

thans aanwezige detailhandelsstructuur is daarom geen sprake. Het initiatief aan de Boutlaan gaat niet ten koste van de detailhandelsstructuur in de dorpen en ook niet ten koste van de daar aanwezige uitbreidingsplannen van het supermarktaanbod.

Tabel 7.1 Raming omzetten winkels in de dagelijkse sector¹⁵ in Schouwen-Duiveland, naar afstand t.o.v. Scharendijke

Dorp	Afstand t.o.v. Scharendijke	M ² dagelijks aanbod	Raming omzet o.b.v. omzet / m ² wvo (x €1 mln) ¹⁶	Verdeling Omzetverliezen (x €1 mln)	Omzetverlies in %
Ov. Scharendijke	0 – 15 min	25	0,2		
Ellemeet	0 – 15 min	60	0,4		
Serooskerke	0 – 15 min	0	0		
Noordwelle	0 – 15 min	0	0		
Noordhouwe	0 – 15 min	65	0,4		
Kerkwerve	0 – 15 min	20	0,1		
Brouwershaven	0 – 15 min	729+350 (Spar)	5,8		
Renesse	0 – 15 min	1.680+400 (Jumbo)	12,2		
Totaal	0 – 15 min	2.579+750	19,1	80% = €0,8	4%
Zonnemaire	15 – 20 min	0	0		
Dreischor	15 – 20 min	48	0,3		
Burg-Haamstede	15 – 20 min	3.1689+740 (AH, Spar)	22,9		
Zierikzee	15 – 20 min	5.167	33,4		
Totaal	15 – 20 min	8.383+740	56,6	20% = €0,2	< 0,5%
Totaal		10.962+1.490	75,7	100% = €1	1%

7.2 Winkels in huishoudelijke en luxe artikelen

Naast de supermarkt zullen ook een plantenhandel en een winkel in huishoudelijke en luxe artikelen zich vestigen aan de Boutlaan. Beide betreffen verplaatsingen. De plantenhandel (Country Garden) is momenteel gevestigd aan de Elkerzeeseweg en de winkel in huishoudelijke en luxe artikelen (Mikado) aan de Dorpsstraat in Scharendijke. Met de verplaatsing van de Country Garden is geen uitbreiding van de winkelvloeroppervlakte gemoeid. Mikado zal gaan uitbreiden van 300 m² wvo thans tot circa 584 m² wvo. Er zal dus circa 285 m² wvo toegevoegd worden.

¹⁵ Inclusief minisupermarkten en supermarkten op recreatiebedrijven.

¹⁶ Voor de geplande uitbreidingsmeters is een gemiddelde omzet per m² gehanteerd van circa 50% van de huidige omzet per m² in Schouwen-Duiveland.

Belang verplaatsing Mikado

Verplaatsing en uitbreiding van de winkel in huishoudelijke en luxe artikelen (Mikado) naar de Boutlaan vindt plaats 'in het kielzog' van de verplaatsing van de supermarkt. Na vertrek van de supermarkt is de Mikado de enige detailhandelsvoorziening in de Dorpsstraat en is er dus geen concentratie van detailhandelsvoorzieningen meer aanwezig die de Mikado ter plaatse bindt. In het kader van een goede consumentenverzorging is het van belang dat de winkel in huishoudelijke en luxe artikelen mee verplaatst naar de Boutlaan. Uit onderzoek van DTNP¹⁷ blijkt dat 75% van klanten aan servicesupermarkten ook andere winkels aandoen tijdens hun bezoek wanneer de afstand tot die winkels kleiner dan 50 meter is. Wanneer de Mikado niet mee verplaatst, dan moet de consument in Scharendijke twee locaties aandoen voor de dagelijkse boodschappen. Zoals verwoord in de uitgangspunten van de 'Detailhandel Structuurvisie 2013' is concentratie van winkels ruimtelijk relevant omdat hiermee o.a. consumenten- en verkeersbewegingen worden beperkt. Daarnaast levert clustering gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden voor de consument op waardoor het verzorgingsniveau wordt verbeterd.

Bovendien ontstaan er door verplaatsing van Mikado op de achterblijvende locatie ruimere mogelijkheden voor herontwikkeling van de Dorpsstraat.

Zoals hierboven uiteengezet, is het primair van belang dat met de verplaatsing van Mikado in een aantoonbare consumentenbehoefte wordt voorzien. In economische zin kan daarnaast vermeld worden dat zowel de supermarkt als Mikado in handen is van een gezamenlijke eigenaar en er een gezamenlijke bedrijfsvoering plaats vindt. Met de verplaatsing kunnen ook deze voordelen op het gebied van bedrijfsvoering (o.a. bedrijfsleiding, personeel) behouden blijven, waarmee het behoud van de detailhandelsvoorzieningen op langere termijn verder ondersteund wordt.

Marktruimte aanwezig

In bijlage 3 is berekend dat er een marktruimte aanwezig is in de branche huishoudelijke en luxe artikelen van circa 330 m² wvo. Deze is vooral ontstaan na de sluiting van de Goudzwaard winkel in Burgh-Haamstede.

Bij het berekenen van de marktruimte op Schouwen-Duiveland is geen rekening gehouden met stopzettingen van winkels in huishoudelijke artikelen als gevolg van de leeftijd van de ondernemers. Veel zelfstandige ondernemers zullen op niet al te lange termijn met pensioen gaan en hun winkel sluiten. Meer dan 35% van de ondernemers is 50+. Uit onderzoek van CBW-MITEX blijkt dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wil stoppen. Opvolgers voor deze groep zijn nauwelijks te vinden. Het uitblijven van opvolging zal terug te vinden zijn in minder te exploiteren winkelmeters in 2020.

¹⁷ DTnP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

Wanneer we deze cijfers betrekken op het aanbod van winkels in huishoudelijke artikelen in Schouwen-Duiveland blijkt dat 30% van het aanwezige metrage de komende jaren zou kunnen verdwijnen. Dit komt in Schouwen-Duiveland overeen met circa 1.000 m² vvo. Wanneer dit metrage in de berekeningen wordt betrokken, zal de verplaatsing en uitbreiding van de Mikado winkel naar de Boutlaan zeker geen effect hebben op andere winkels. Ofwel anders geformuleerd: de verplaatsing en uitbreiding van Mikado is wenselijk om de uitval van winkelmeters als gevolg van bedrijfsstopzettingen te compenseren. Van een duurzame verstoring van de detailhandelsstructuur is derhalve geen sprake. Vermeld zij overigens dat er überhaupt in de niet-dagelijkse sector geen sprake kan zijn van een duurzame verstoring (ontwrichting) van de detailhandelsstructuur. In dit verband verwijzen wij naar een uitspraak van de Raad van State van 18 september 2013.

In een uitspraak van 18 september 2013 heeft de Raad van State, naar aanleiding van de herontwikkeling van de monumentale suikerfabriek 'De Zeeland' in Bergen op Zoom gesteld dat alleen in de sector dagelijkse goederen sprake kan zijn van ontwrichting van de detailhandelsstructuur wanneer inwoners van een bepaald gebied niet langer op een aanvaardbare manier kunnen voorzien in de eerste levensbehoeften. Winkels in niet-dagelijkse artikelen dragen naar hun aard niet bij aan de mogelijkheid te voorzien in de eerste levensbehoeften en derhalve kan zich dus geen duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau voordoen.

Effecten op de voorzieningenstructuur

Als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding van de Mikado winkel (van 300 m² naar 584 m² vvo) mag verwacht worden dat de omzet ook zal toenemen. Evenals bij de supermarkt gaan wij er van uit dat de omzettoename niet recht evenredig is aan de toename van het metrage.

Wij gaan er van uit dat in de nieuw toe te voegen meters een omzet gerealiseerd wordt die circa 40% bedraagt van de omzet in de bestaande meters. De omzet van de Mikado winkel op de nieuwe locatie zal derhalve toenemen met circa € 0,2 miljoen tot circa € 0,7 miljoen. Indien we veronderstellen dat deze toename geheel ten koste zal gaan van omzetten die elders in winkels in huishoudelijke en luxe artikelen gerealiseerd wordt, zal het bestaande aanbod in de gehele gemeente geconfronteerd worden met een omzetverlies van gemiddeld circa 4%.

In de winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in de meest nabij gelegen dorpen (binnen 15 autominuten: Brouwershaven, Renesse) zal de omzetsdaling enigszins hoger zijn (circa 5 à 10%). In de overige dorpen zal deze geringer zijn (circa 1 à 3%).

De hierboven genoemde omzetverliezen zijn echter niet zodanig dat als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding van Mikado, gevreesd moet worden voor een aantasting van de voorzieningenstructuur.

7.3 Country Garden

Met het verplaatsen van de plantenhandel aan de Elkerzeeseweg naar de Boutlaan is geen uitbreiding van de oppervlakte gemoeid. Thans heeft deze aan de Elkerzeeseweg een oppervlakte van circa 1.500 m² onoverdekte verkooppriimte en circa 30 m² overdekte verkooppriimte. In de toekomstige situatie aan de Boutlaan bestaat de verkooppriimte uit in totaal circa 957 m² bvo (745 m² wvo). Met de verplaatsing is derhalve geen uitbreiding van de verkooppriimte gemoeid, eerder een verkleining van de verkooppriimte. Distributie-planologisch gezien heeft dit geen nadelige effecten.

8. TOETSING TREDE 1 VAN DE LADDER

Inleiding

Bij de (her)vestiging van supermarkt en andere te verplaatsen winkels (huishoudelijke artikelenwinkel + plantenhandel) gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het om detailhandelsontwikkelingen gaat. De Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State heeft verder eerder geoordeeld¹⁸ dat als er sprake is van functieverandering en nieuwbouw van een zeker omvang, dit als een nieuwe stedelijke ontwikkeling gezien dient te worden. Bij de verplaatsing van de beoogde winkels gaat het om een functieverandering en dan kan het toepassen van de Ladder aan de orde zijn. In deze paragraaf wordt trede 1 van de ladder doorlopen. Trede 1 van de ladder luidt als volgt:

Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen zoals uiteengezet in het voorgaande hoofdstuk). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat 1 juli aan art. 3.1.6 van het Bro is toegevoegd.

Toetsing eerste trede

Consumentenbehoefte

Zowel het oppervlak van de huidige supermarkt als van de winkel in huishoudelijke artikelen hebben voor de huidige maatstaven een te geringe omvang om de consument op een goede manier te bedienen qua assortiment, uitstraling en gemak. De Plus-supermarkt in Scharendijke kent met 600 m² wvo naar de huidige maatstaven een klein verkoopruimte. Dit geldt ook voor de Mikado vestiging met 300 m² wvo. Ter vergelijking: de gemiddelde omvang van een supermarkt in Nederland bedraagt 900 m² wvo en van een huishoudelijke artikelenwinkel 450 m² wvo¹⁹. Specifiek voor supermarkten geldt dat dergelijke kleine supermarkten gewoonlijk vooral gebruikt worden voor de 'vergeten boodschappen' en de meeste boodschappen door de consument bij grotere supermarkten elders worden gedaan.

¹⁸ ABRS 5 maart 2014, 201303469/1/R3 (Ekkersrijt, Son en Breugel)

¹⁹ Locatus, 2014

Daarnaast voldoet de huidige locatie van de Plus-supermarkt en Mikado niet aan de ruimtelijke eisen die de consument stelt aan 'het boodschappen doen' (goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden). De parkeermogelijkheden in de directe omgeving van de winkels zijn zeer beperkt en dankzij de kleinschaligheid van de straat is de bereikbaarheid ook zeer matig. De problemen worden uitvergroot in het vakantieseizoen wanneer ook toeristen in Scharendijke hun boodschappen komen doen. Dankzij de ruimtelijke belemmeringen en de beperkte omvang van de winkels zijn de consumenten en toeristen in Scharendijke enigszins 'onderverzorgd'. Met de verplaatsing en vergroting van de Plus supermarkt en de Mikado wordt dit verholpen en verbetert de lokale consumentenverzorging hier aanzienlijk.

Belang van ruimtelijke clustering

Zoals verwoord in de uitgangspunten van de 'Detailhandel Structuurvisie 2013' van Schouwen-Duiveland is concentratie van winkels ruimtelijk relevant omdat hiermee o.a. consumenten- en verkeersbewegingen worden beperkt. Daarnaast levert clustering gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden voor de consument op waardoor het verzorgingsniveau wordt verbeterd. Bovendien kunnen winkels dan profiteren van elkaars aantrekkingskracht. Uit onderzoek van DTNP²⁰ blijkt dat 75% van klanten aan servicesupermarkten ook andere winkels aandoen tijdens hun bezoek wanneer de afstand tot die winkels kleiner is dan 50 meter. Wanneer de winkels (Plus en Mikado) niet op één locatie geconcentreerd worden, dan moet de consument in Scharendijke diverse locaties aandoen voor de dagelijkse boodschappen. In het kader van een goede consumentenverzorging is het daarom van belang dat de winkels geconcentreerd worden op één locatie. Doordat de plantenhandel zich tevens deels richt op dagelijkse boodschappen (snijbloemen) kan deze winkel op de beoogde locatie ook inspelen op combinatiebezoek.

Effecten

Dankzij het initiatief aan de Boutlaan in combinatie met andere initiatieven wordt de berekende toekomstige distributieve ruimte overschreden, maar dit is niet bezwaarlijk omdat het aanbod op kwalitatieve wijze wordt versterkt en daarmee ook behouden blijft. Realisatie van de plannen (Scharendijke, Brouwershaven en Renesse) betekent een versterking van het op boodschappen gerichte aanbod op dorpsniveau. Dit past in het streven van de gemeente Schouwen-Duiveland om de consument op een redelijke afstand (fietsafstand) te voorzien in een volwaardig voorzieningenpakket aan dagelijkse artikelen. De dagelijkse voorzieningen in Brouwershaven, Renesse en de overige dorpen zullen door verplaatsing van de voorzieningen naar de Boutlaan niet in hun functioneren bedreigd worden. Het initiatief is met name bedoeld voor een verbetering van de lokale consumentenverzorging en de effecten zullen vooral ook lokaal merkbaar zijn. De koopkrachtafvloeiing zal wat

²⁰ DTnP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

minder groot zijn, maar de consumentenverzorging of detailhandelsstructuur in de omringende dorpen wordt daardoor echter niet aangetast.

De locatie aan de Dorpsstraat biedt weinig perspectief voor een duurzame continuïteit. Zonder een verplaatsing gecombineerd met een versterking ligt een verdere verschraling van het boodschappenaanbod in Scharendijke voor de hand omdat meer koopkracht gaat afvloeien naar andere aankoopplaatsen, mede gezien de versterking van het aanbod aldaar. Zo bezien heeft het initiatief een positief effect op het leef-, woon-, en ondernemersklimaat in Scharendijke. Dankzij het initiatief wordt er in kwalitatieve zin in een behoefte voorzien die past binnen de visie op de detailhandelsstructuur van Schouwen-Duiveland.

9. RELATIE MET HET DETAILHANDELSBELEID

In de Detailhandel Structuurvisie 2013 is aangegeven dat bestaande supermarkten de mogelijkheid krijgen om daar waar gewenst, te komen tot schaalvergroting. Specifiek voor Scharendijke is aangegeven dat wanneer de supermarkt wil uitbreiden, hier vanuit het argument van het bieden van een goede consumentenverzorging (groter assortiment, ruimere opzet) medewerking aan kan worden verleend tot een maximale maat van circa 1.000 m² vwo. De supermarkt krijgt aan de Boutlaan een oppervlak van 1.037 m² vwo. Deze omvang is hiermee in lijn met de richtlijn in de Detailhandel Structuurvisie.

Het uitgangspunt in de Detailhandel Structuurvisie is dat het boodschappenaanbod gericht is op de eigen inwoners en de toeristische functie in het gebied. Uit de effectenanalyse is gebleken dat de vergroting van de supermarkt met name tot gevolg zal hebben dat de lokale koopkrachtbinding (verzorging voor de eigen inwoners) verbeterd wordt en dat daarnaast de aantrekkingskracht vanuit het toerisme uit de omgeving wordt vergroot. De inwoners uit de omliggende dorpen die zelf beschikken over een boodschappenaanbod zullen op het eigen aanbod georiënteerd blijven. Dit komt door de beperkte regionale bereikbaarheid van de beoogde locatie, het feit dat de Boutlaan tot 30 km zone wordt afgewaardeerd, het beperkte doorgaande verkeer op de Boutlaan en de uitbreidingsplannen van supermarkten in de andere boodschappencentra.

Daarnaast wordt in de Detailhandel Structuurvisie gesteld dat uitplaatsing uit het centrum van Scharendijke aan de orde kan zijn, omdat de synergie met de omliggende functies momenteel al zeer beperkt is (hier is met name horeca gevestigd). Als voorwaarde wordt wel gesteld dat de locatie binnen de bebouwde kom gelegen moet zijn. De Boutlaan (de beoogde locatie) is gelegen binnen de bebouwde kom. Dit is de meest geschikte locatie binnen Scharendijke omdat een eventuele uitbreiding ter plekke of een verplaatsing naar een locatie elders in de bebouwde kom niet voldoet aan de randvoorwaarden die als uitgangspunt zijn benoemd in de Detailhandel Structuurvisie: voldoende parkeermogelijkheden, goede bereikbaarheid, goede bevoorrading, voldoende fysieke ruimte. Uitgaande van deze ruimtelijke argumenten die leidend zijn is de locatie Boutlaan de meest geschikte locatie voor vestiging van een supermarkt.

Tot slot wordt verankerd in het project dat de achterblijvende locatie niet opnieuw ingevuld wordt met een nieuwe supermarkt. Dit is als voorwaarde opgenomen in de Detailhandel Structuurvisie.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Supermarkten in Schouwen-Duiveland²¹

WOONPLAATS	WINKELGEBIED	NAAM	WVC
Brouwershaven	Bebouwde kom	Attent	250
Brouwershaven	Centrum Brouwershaven	Spar	338
Bruinisse	Centrum Bruinisse	Jumelet-Otte	60
Bruinisse	Buiten bebouwde kom	SuperBru	100
Bruinisse	Buiten bebouwde kom	Hoogboom	300
Bruinisse	Centrum Bruinisse	Albert Heijn	927
Burgh-Haamstede	Buiten bebouwde kom	De Duinrand	50
Burgh-Haamstede	Buiten bebouwde kom	Landal Minimarkt	80
Burgh-Haamstede	Bebouwde kom	Supermarkt Westenschouwen	100
Burgh-Haamstede	Buiten bebouwde kom	Attent	222
Burgh-Haamstede	Bebouwde kom	Attent Nieuw Haamstede ASOV	271
Burgh-Haamstede	Centrum Burgh Haamstede	Spar	690
Burgh-Haamstede	Hoge Burgh	Albert Heijn	961
Dreischor	Buiten bebouwde kom	Wijnhoeve	48
Ellemeet	Buiten bebouwde kom	Klavermarkt	60
Nieuwerkerk	Bebouwde kom	ALDI-Markt	796
Nieuwerkerk	Centrum Nieuwerkerk	C1000	1017
Noordgouwe	Bebouwde kom	Nummer 11	65
Oosterland	Centrum Oosterland	Spar	384
Ouwerkerk	Bebouwde kom	J Boot	39
Renesse	Buiten bebouwde kom	Attent	112
Renesse	Buiten bebouwde kom	Rekra Jos Kempen	313
Renesse	Centrum Renesse	Jumbo	799
Scharendijke	Buiten bebouwde kom	Zomermarkt Zeeland Village	110
Scharendijke	Centrum Scharendijke	Plus	600
Zierikzee	Centrum Zierikzee	Spar	600
Zierikzee	Grevelingenstr	ALDI-Markt	935
Zierikzee	Bebouwde kom	LIDL	1064
Zierikzee	Centrum Zierikzee	Albert Heijn	1080

²¹ Inclusief minisupermarkten en kleine supermarkten bij recreatiebedrijven.

Bijlage 2: Winkels in huishoudelijke en luxe artikelen in Schouwen-Duiveland

Dorp	Winkelcentrum/verspreid	Naam	wvo
Brouwershaven	Centrum Brouwershaven	Zee & Meer	40
Bruinisse	Centrum Bruinisse	Koekeloere	55
Bruinisse	Buiten bebouwde kom	Kadoshop	100
Bruinisse	Centrum Bruinisse	Marskramer	217
Bruinisse	Centrum Bruinisse	't Mosseltje	20
Bruinisse	Centrum Bruinisse	35	128
Burgh-Haamstede	Centrum Burgh Haamstede	Kristal Lijn	35
Burgh-Haamstede	Hoge Burgh	L Dijkman	25
Burgh-Haamstede	Centrum Burgh Haamstede	Het Oude Raadhuis	65
Burgh-Haamstede	Hoge Burgh	Burgje Boven	40
Burgh-Haamstede	Hoge Burgh	Bie Maes	25
Burgh-Haamstede	Centrum Burgh Haamstede	Willemien	10
Burgh-Haamstede	Bedrijfsterrein	Zierikzee	85
Dreischor	Bebouwde kom	Kado Shoppie	40
Oosterland	Centrum Oosterland	Ankie's Kadoshop	75
Oosterland	Centrum Oosterland	Gordini going South	65
Renesse	Centrum Renesse	De Schouwse winkel	273
Renesse	Centrum Renesse	Delta Warenhuis	625
Scharendijke	Centrum Scharendyke	Mikado	196
Zierikzee	Centrum Zierikzee	Glasinterieur De Jager	115
Zierikzee	Centrum Zierikzee	Wereldwinkel	200
Zierikzee	Centrum Zierikzee	Marskramer	274
Zierikzee	Centrum Zierikzee	Xenos	438
Zierikzee	Centrum Zierikzee	t Ouwe Pak'uus	55
Zierikzee	Centrum Zierikzee	Ut Juttertje	45
Totaal			3.246

Bijlage 3: Berekening marktruimte branche huishoudelijke artikelen in 2020

Aantal inwoners in 2020			33.200
Bestedingen per hoofd			€ 156,-
Bestedingspotentieel x € 1 miljoen			€ 5,2
Binding			100%
Toevloeiing			0%
Omzet x € 1 miljoen			€ 5,2
Internetbestedingen x € 1 miljoen	15%		€ 0,8
Omzet na correctie internet x € 1 miljoen			€ 4,4
Totale omzet overnachtingen x € 1 miljoen	4.500.000	€ 0,45	€ 2,0
Totale omzet x € 1 miljoen			€ 6,4
Te hanteren omzet per m ² wvo			€ 1.797,-
Gewenst metrage in m ² wvo			3.576 m ²
Aanwezig metrage in 2013 in m ² wvo			3.246 m ²
Marktruimte			330 m ²

