

An aerial photograph of a residential neighborhood. A large, rectangular green field is the central focus, bordered by a road with a red-paved shoulder and a white dashed line. To the left, there are several houses with red-tiled roofs and a modern building with a circular structure. To the right, there is a large building with a dark roof and a parking lot. The scene is lush with green trees and grass.

ALDI DE GORS ALMELO

Ruimtelijk-economisch onderzoek

28 juni 2021

RHO ADVISEURS

RHO ADVISEURS

DATUM 28 juni 2021
KENMERK 0111106_20200101JG

PROJECT Aldi de Gors Almelo
PROJECTLEIDER mr. S. Lamkadmi

OPDRACHTGEVER Akor Bouw B.V.
PROJECTNUMMER 20200101

AUTEUR Julia Breukelman
STATUS Definitief





INHOUD

1. Hoofdstuk	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Vraagstelling	5
1.3 Leeswijzer	6
2. Beleidskader	7
2.1 Provinciaal beleid	7
2.1.1 Geconsolideerde Omgevingsvisie (november 2019)	7
2.1.2 Geconsolideerde Omgevingsverordening (november 2019)	7
2.2 Gemeentelijk beleid	8
2.2.1 Detailhandelsstructuurvisie Almelo 2013-2018 (2013)	8
2.3 Conclusie	9
3. Behoefte	10
3.1 Analyse dagelijks goederenaanbod Almelo	10
3.2 Verzorgingsgebied winkelcentrum De Gors Almelo	11
3.3 Analyse winkelaanbod verzorgingsgebied	12
3.4 Positionering Aldi	14
3.5 Distributieplanologische marktanalyse	15
3.6 Conclusie	17
4. Locatieafweging	18
4.1 Inpassing ontwikkeling binnen huidige leegstand bestaande winkelgebieden	18
4.2 Locatieafweging winkelcentrum De Gors	19
4.3 Conclusie	20
5. Conclusie	21
5.1 Behoefte	21
5.2 Locatieafweging	21
5.3 Conclusie	21

1. HOOFDSTUK

1.1 Aanleiding

Akor Bouw B.V. is voornemens om een supermarkt te realiseren, aansluitend op wijkwinkelcentrum De Gors in Almelo. Ten behoeve van de realisatie van de nieuwe supermarkt wordt het gezondheidscentrum verplaatst binnen het winkelcentrum. De realisatie van de supermarkt is onderdeel van de revitalisering van het gehele wijkwinkelcentrum en heeft een omvang van circa 1.100 m² winkelvloeroppervlak¹. De beoogde supermarkt betreft een vestiging van harddiscounter Aldi. In figuur 1.1 is een impressie opgenomen van de beoogde ontwikkeling. Het blauw gekleurde deel betreft de nieuwe winkel van Aldi.



Figuur 1.1 Impressie beoogde nieuwe winkel Aldi De Gors

De ontwikkeling van een tweede supermarkt in winkelcentrum De Gors wordt mede ingegeven vanuit een historische noodzaak. In het verleden was gedacht aan een tweede wijkwinkelcentrum voor de wijk Windmolenbroek. Het tweede wijkwinkelcentrum is nooit gerealiseerd vanwege de beperkte fysieke ontwikkelingsmogelijkheden. Om een sterk wijkwinkelcentrum te kunnen garanderen naar de toekomst is de versterking van wijkwinkelcentrum De Gors met een tweede supermarkt gewenst.

De ontwikkeling van een nieuwe supermarkt is momenteel niet mogelijk binnen de bestaande planologische regeling 'Windmolenbroek – Groenveld' (2011) en vraagt om een nieuwe bestemmingsplanregeling.

1.2 Vraagstelling

De beoogde ontwikkeling van Aldi past momenteel niet binnen het vigerende bestemmingsplan. De ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening) is het ruimtelijke afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van nieuwe stedelijke functies.

¹ Winkelvloeroppervlak (wvo): uitsluitend het voor consumenten toegankelijke/zichtbare deel van de winkel

LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

De ladder voor duurzame verstedelijking (ladder) is een instrument voor efficiënt ruimtegebruik (artikel 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als nieuwe stedelijke ontwikkelingen planologisch mogelijk worden gemaakt. Of er sprake is van een (nieuwe) stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Wanneer er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling moet de behoefte aan die ontwikkeling aangetoond worden. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijk verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikkeling. De voorkeursvolgorde van de ladder is dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen 'bestaand stedelijk gebied' worden gerealiseerd.

Als eerste moet de vraag worden beantwoord of de beoogde ontwikkeling gezien wordt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Conform jurisprudentie (ABRvS 28 juni 2017; ECLI:NL:RVS:2017:1724) kan worden afgeleid dat ontwikkelingen groter dan 500 m² bvo worden aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. De beoogde ontwikkeling van Aldi omvat een nieuwe winkel van circa 1.477 m² bvo (circa 1.100 m² wvo) en is dus aan te merken als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Dit betekent dat de ladder voor duurzame verstedelijking moet worden doorlopen en dus de behoefte aan de ontwikkeling aangetoond moet worden. Voorliggend rapport voorziet in deze toetsing.

In dit onderzoek staat de vraag centraal of de beoogde nieuwvestiging van Aldi aansluitend op winkelcentrum De Gors in Almelo voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Toets aan de vigerende beleidskaders.
- Een analyse van de dagelijkse goederensector van Almelo en de wijk Windmolenbroek en de positionering van Aldi hierbinnen.
- Een analyse van de huidige en toekomstige marktruimte in de dagelijkse sector binnen het verzorgingsgebied om de eventuele ruimtelijke effecten inzichtelijk te maken.
- Een locatieafweging met de beoordeling van de beoogde locatie.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is de beoogde ontwikkeling getoetst aan de relevante beleidskaders. In hoofdstuk 3 is de behoefte aan een tweede supermarkt in wijkwinkelcentrum De Gors in Almelo uiteengezet. In dit hoofdstuk is de dagelijkse goederenstructuur van Almelo geanalyseerd en zijn de ruimtelijke effecten van de ontwikkeling in beeld gebracht. In hoofdstuk 4 is de locatieafweging opgenomen. Tot slot zijn in hoofdstuk 5 de belangrijkste conclusies beschreven ten aanzien van de toetsing aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.

2. BELEIDSKADER

Vertrekpunt van het ruimtelijk-economisch onderzoek zijn de vigerende beleidskaders. In dit hoofdstuk wordt het relevante beleidskader uiteengezet ten aanzien van de beoogde vestiging van Aldi in Almelo.

2.1 Provinciaal beleid

2.1.1 Geconsolideerde Omgevingsvisie (november 2019)

De Omgevingsvisie Overijssel is de provinciale visie voor de fysieke leefomgeving van Overijssel en heeft een wettelijke basis in het omgevingsrecht. In de omgevingsvisie worden onderwerpen als ruimtelijke ordening, milieu, water, verkeer en vervoer, ondergrond en natuur bekeken in samenhang voor een duurzame ontwikkeling van onze leefomgeving. Het beleid van de provincie voor de fysieke leefomgeving staat primair in dienst van de sociaaleconomische ontwikkeling van Overijssel. Relevant voor de beoogde ontwikkeling is vooral het concentratiebeleid de eis van zorgvuldig ruimtegebruik van de provincie. De eis van zuinig en zorgvuldig ruimtegebruik is erop gericht om onnodig nieuw ruimtebeslag – zowel ondergronds als bovengronds – te voorkomen. De provincie wil het onderscheid tussen het bestaande bebouwde gebied en de onbebouwde groene omgeving scherp houden. Vanuit het principe 'inbreiding gaat voor uitbreiding' moeten bij een nieuwe stedelijke ontwikkeling eerst waar mogelijk locaties benut worden binnen gebieden die al een stedelijke functie hebben, voordat een claim mag worden gelegd op gebieden die nu nog een groene functie hebben.

Voor detailhandelsvoorzieningen gelden specifieke concentratie-eisen. Detailhandelsvestigingen zijn in principe alleen toegestaan in kernwinkelgebieden. Voor het behoud en versterken van de leefbaarheid in steden en dorpen is een goed functionerende detailhandelsstructuur van belang. Door detailhandel te concentreren in kernwinkelgebieden blijven de binnensteden, historische dorpskernen en wijkwinkelcentra vitaal. Het compacter maken van kernwinkelgebieden kan bijdragen aan het tegengaan van leegstand van winkelpanden in belangrijke routestructuren in steden en dorpen. Door voorzieningen in steden en dorpen zoveel mogelijk te concentreren in kernwinkelgebieden wordt niet alleen de dynamiek van deze gebieden vergroot, maar ook de bereikbaarheid van de voorzieningen geborgd.

RELATIE MET PLANINITIATIEF

De beoogde ontwikkeling sluit aan bij het provinciaal concentratiebeleid. De ontwikkeling vindt plaats in het stedelijk gebied en sluit aan bij het bestaande winkelcentrum De Gors. Daarmee wordt dit winkelcentrum verder versterkt met de toevoeging van een tweede (complementaire) supermarkt en wordt bijgedragen aan een goed functionerende detailhandelsstructuur.

2.1.2 Geconsolideerde Omgevingsverordening (november 2019)

De ambities en doelen uit de Omgevingsvisie zijn vastgelegd in de regels van de Omgevingsverordening. In de verordening is geregeld dat bestemmingsplannen uitsluitend voorzien in nieuwe detailhandelsvestiging binnen of direct aansluitend aan bestaande kernwinkelgebieden. Een kernwinkelgebied is een deel van een binnenstad of dorpscentrum waar detailhandelsvestigingen geconcentreerd zijn en wijkwinkelcentra. Uitzonderingen hierop zijn locaties voor volumineuze en grootschalige detailhandel.

RELATIE MET PLANINITIATIEF

De beoogde ontwikkeling vindt plaats aansluitend op het winkelcentrum De Gors en is dus passend binnen de regels van de provinciale verordening.

2.2 Gemeentelijk beleid

2.2.1 Detailhandelsstructuurvisie Almelo 2013-2018 (2013)

In de Detailhandelsstructuurvisie Almelo 2013-2018 staat beschreven dat de detailhandelsstructuur in de basis helder van opzet is. Het centrum is het grootste winkelgebied en profileert zich door het modische en overige niet-dagelijkse winkelaanbod als recreatieve hoofdwinkelgebied van Almelo en omliggende kernen. De woonboulevard is in omvang het tweede winkelgebied. Het aanbod bestaat hoofdzakelijk uit woonzaken en een paar bouwmarkten. De woonboulevard is hiermee de locatie voor volumineuze aankopen in de gemeente. De wijk- en buurtwinkelcentra hebben een zeer duidelijke boodschappenfunctie, doorgaans voor de eigen wijk.

Winkelgebied De Gors wordt in de visie getypeerd als wijkgericht boodschappencentrum. Deze centra hebben in vergelijking tot de wijkwinkelcentra Eskerplein, Schelfhorst en Vincent van Goghplein een (veel) minder compleet winkelaanbod. De Gors heeft slechts één supermarkt als publiekstrekker.

In de visie wordt geconcludeerd dat er in Almelo sprake is van een verdringingsmarkt. Vanuit kwantitatief oogpunt is er geen reden om het winkelaanbod uit te breiden. Gezien de huidige (autonome) winkeltrends wordt verwacht dat het aantal winkel de komende jaren zal afnemen. Hoewel marktruimte ontbreekt voor de uitbreiding van het winkelaanbod zijn investeringen in de detailhandelsstructuur echter wel gewenst. Keuzes in locaties zijn nodig om de winkelstructuur gericht te kunnen versterken. De vestigingslocaties van publiekstrekkers zijn van groot belang bij het bepalen van de gewenste winkelstructuur. Supermarkten hebben een cruciale trekkersrol in wijkwinkelcentra. In de detailhandelsstructuurvisie zijn de volgende ambities geformuleerd:

- Een compacter kernwinkelgebied met een aantrekkelijk winkelvestigingsklimaat in een aantrekkelijke binnenstad met sfeer en beleving.
- Een sterke en duurzame winkelstructuur met een zo compleet mogelijk aanbod voor inwoners van de gemeente Almelo en omliggende kernen (goed voorzieningenniveau).
- Een gezond ondernemersklimaat waar marktpartijen kunnen en willen investeren (ontwikkelingsgericht).

De hoofdlijnen voor de detailhandelsstructuur zijn:

- Nieuwe ontwikkelingen zoveel mogelijk faciliteren in winkelgebieden met een bijpassende functie en verzorgingsgebied.
- Behoud en zo mogelijk versterking van de regionale concurrentiepositie van de binnenstad als recreatief winkelgebied.
- Opwaardering van de dagelijkse winkelstructuur naar zo compleet mogelijke boodschappencentra in de wijken, binnen de mogelijkheden die er in de bestaande structuur van vraag- en aanbod aanwezig is.
- Behoud van de woonboulevard als het PDV-cluster in de gemeente met grootschalig aanbod in volumineuze detailhandel.
- Geen verruiming voor mogelijkheden voor detailhandelsactiviteiten op locaties buiten de gewenste structuur dan in besluitvorming reeds is toegestaan.
- Zo mogelijk behoud van basisvoorzieningen in Bornerbroek, door flexibel mee te werken aan verzoek tot beperkte uitbreiding van bestaande winkels.

In de visie zijn de ambities en doelstellingen nader uitgewerkt per winkelgebied. Voor De Gors is beschreven dat naar een compleet wijkwinkelcentrum wordt gestreefd met een verzorgingsfunctie voor de wijk Windmolenbroek. Het boodschappenaanbod wordt bij voorkeur versterkt met een tweede supermarkt.

RELATIE MET PLANINITIATIEF

De beoogde ontwikkeling van een tweede supermarkt bij winkelcentrum De Gors sluit aan bij de gemeentelijke visie voor versterking van dit winkelgebied. Met de complementaire supermarkt Aldi wordt de kwaliteit van het boodschappenaanbod versterkt voor de inwoners van de wijk Windmolenbroek.

2.3 Conclusie

Zowel het provinciale – als gemeentelijke beleidskader is gericht op concentratie en versterking van de bestaande detailhandelsstructuur. Voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen is de ladder voor duurzame verstedelijking het uitgangspunt. In dit onderzoek wordt de supermarktontwikkeling getoetst aan de ladder. Vanuit dit oogpunt wordt geconcludeerd dat er beleidsmatig behoefte is aan een tweede supermarkt in winkelcentrum De Gors in Almelo. De ontwikkeling van een tweede supermarkt in winkelcentrum De Gors staat concreet opgenomen in de gemeentelijke detailhandelsvisie. Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de relevante beleidsuitgangspunten.

3. BEHOEFTE

In dit hoofdstuk is de behoefte aan de vestiging van Aldi bij winkelcentrum De Gors onderzocht. De behoefte is zowel in kwalitatieve als kwantitatieve zin onderbouwd.

3.1 Analyse dagelijks goederenaanbod Almelo

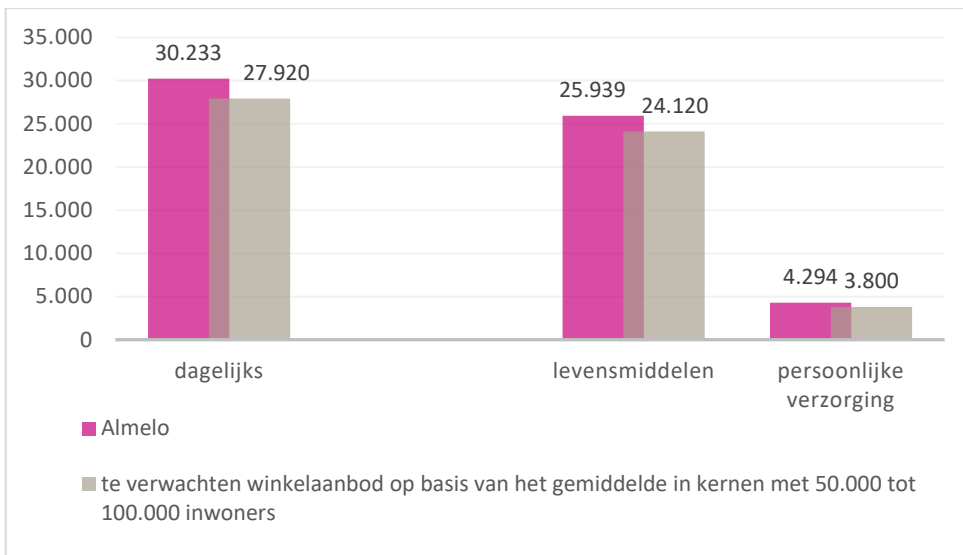
De gemeente Almelo heeft momenteel 73.107 inwoners (CBS, 2021; gegevens over 2020). De grootste kern binnen de gemeente is Almelo (69.622 inwoners). De kern Aadorp heeft 1.560 inwoners en Bornerbroek heeft 1.925 inwoners.

De kern Almelo heeft een dagelijks goederenaanbod van 30.233 m² wvo (tabel 3.1). Het dagelijks winkelaanbod bestaat uit de hoofdbranches levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisterijen en apotheken). Binnen de dagelijkse goederensector zijn supermarkten de belangrijkste consumententrekker. Gemiddeld bezoekt een consument 2 á 3 keer per week een supermarkt (Deloitte Consumentenonderzoek, 2020). In Almelo bestaat het dagelijks goederenaanbod voor circa 69% uit supermarkten.

Tabel 3.1 Dagelijks goederenaanbod Almelo (bron: Locatus, 2021)

	aantal winkels	omvang (m ² wvo)
ALBERT HEIJN	3	3.347
ALDI	4	3.146
COOP	1	913
COOP VANDAAG	1	573
DEKAMARKT	1	1.661
DIRK	1	1.491
JUMBO	1	1.267
LIDL	2	2.319
NETTORAMA	1	1.012
PLUS	4	5.032
supermarkten	19	20.761
speciaalzaken	73	5.178
levensmiddelen	92	25.939
persoonlijke verzorging	27	4.294
dagelijkse goederen	119	30.233

Almelo beschikt over een bovengemiddeld dagelijks winkelaanbod (figuur 3.1). Dit geldt met name voor het aanbod aan levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken). Op basis van het gemiddelde in kernen met een vergelijkbaar inwonertal wordt een kleiner aanbod aan levensmiddelen verwacht. Dit geeft een indicatie van de marktomstandigheden in Almelo.

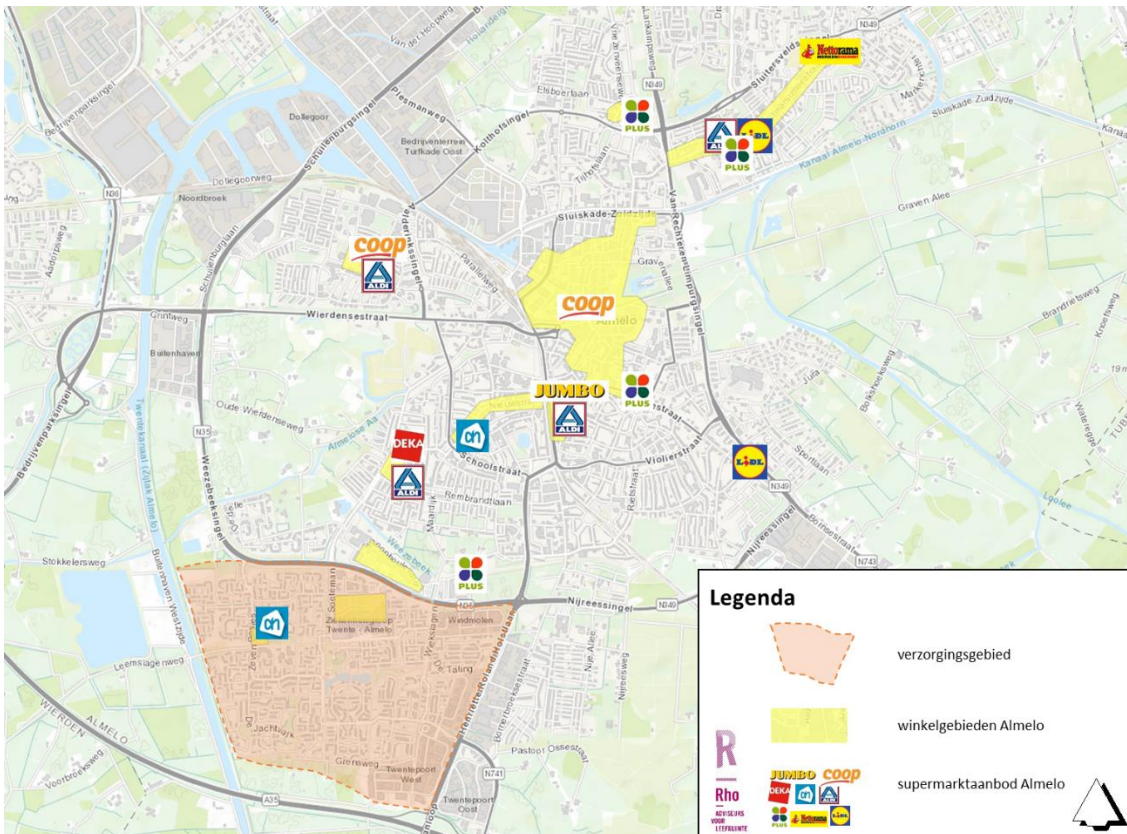


Figuur 3.1 Vergelijking aanbod dagelijkse goederen in Almelo met het gemiddelde in kernen met 50.000 tot 100.000 inwoners (bron: Locatus, 2021)

3.2 Verzorgingsgebied winkelcentrum De Gors Almelo

In de gemeentelijke detailhandelsstructuurvisie wordt aangegeven dat winkelcentrum De Gors een verzorgingsfunctie heeft voor de wijk Windmolenbroek. Winkelcentrum De Gors is het enige wijkwinkelcentrum in de wijk Windmolenbroek. Naast het wijkwinkelcentrum zijn nog een tweetal winkelgebieden te vinden: Woonboulevard Almelo en Erve Asito (stadion Heracles). De Woonboulevard Almelo is vooral gericht op perifere-detailhandel in de branches 'doe-het-zelf' en 'wonen'. In het stadion Erve Asito is supermarkt Plus gevestigd.

Winkelcentrum De Gors heeft momenteel één supermarkt: Albert Heijn. De consument uit de wijk zal voor een aanvullend dagelijks winkelaanbod moeten uitwijken naar het centrum of andere wijkwinkelcentra. Vanwege het beperkte supermarktaanbod wordt weinig toevloeiing verwacht vanuit de omliggende wijken. Een deel van de wijk zal vanwege de nabijheid zijn/haar boodschappen doen bij de Plus aan de Stadionlaan/Erve Asito. Rekening houdend met de spreiding van het aanbod, de bereikbaarheid van het winkelcentrum en het gemeentelijke detailhandelsbeleid wordt het verzorgingsgebied uit figuur 3.2 gehanteerd voor winkelcentrum De Gors. Het gebied ligt globaal tussen het kanaal, de A35, de Henriette Roland Holstlaan (N349) en de Weezebeeksingel.



Figuur 3.2 Verzorgingsgebied winkelcentrum De Gors in Almelo (ondergrond; Locatus, 2021; bewerking Rho)

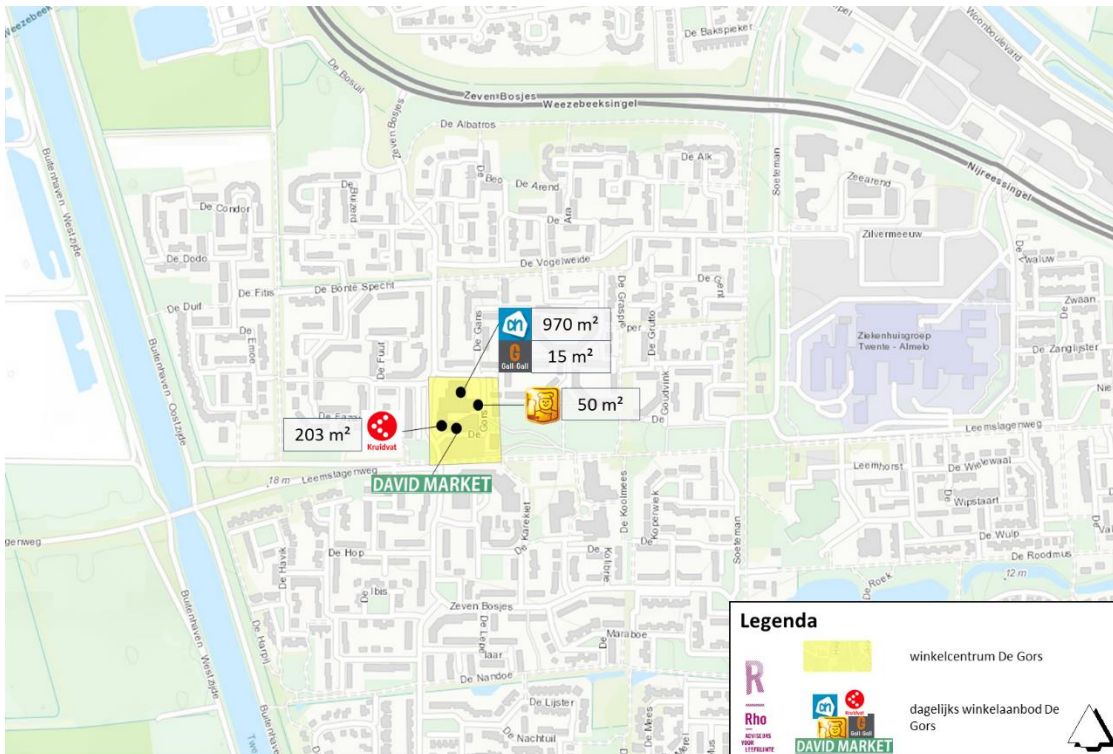
3.3 Analyse winkelaanbod verzorgingsgebied

De Gors is het enige winkelcentrum binnen de wijk Windmolenbroek. Het dagelijks winkelaanbod binnen de wijk is daarmee relatief klein. In totaal is hier 1.596 m² wvo aan dagelijkse goederenaanbod gevestigd (tabel 3.2). Het dagelijks winkelaanbod bestaat uit de hoofdbranches levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisterijen en apotheken). Binnen de dagelijkse goederensector zijn supermarkten de belangrijkste consumententrekker. Gemiddeld bezoekt een consument 2 á 3 keer per week een supermarkt (Deloitte Consumentenonderzoek, 2020).

Tabel 3.2 Dagelijks goederenaanbod in verzorgingsgebied (bron: Locatus, 2021)

	aantal winkels	omvang (m ² wvo)
ALBERT HEIJN	1	970
speciaalzaken	4	308
levensmiddelen	5	1.278
persoonlijke verzorging	4	318
dagelijkse goederen	9	1.596

Momenteel is er één supermarkt in het winkelcentrum gevestigd: Albert Heijn met een omvang van 970 m² wvo. Het dagelijks winkelaanbod wordt gecompleteerd met een paar speciaalzaken (David Market, een bakker en een slijterij) en een drogisterij (figuur 3.3).



Figuur 3.3 Dagelijks goederenaanbod winkelcentrum De Gors (bron: Locatus, 2021)

Supermarkten kunnen op basis van functie en kenmerken worden ingedeeld in 5 categorieën:

- **Mega-supermarkten:** grootschalige supermarkten, zeer uitgebreid productaanbod vooral voor de weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH XL en Jumbo Foodmarkt.
- **Full-servicesupermarkten:** supermarkten met ruim productaanbod, meer versproducten t.o.v. anders supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen. Voorbeelden zijn Albert Heijn, Jumbo en Plus.
- **Goedkope servicesupermarkten** (ook wel servicediscounters): supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen, met als kenmerk lage prijzen en beperkte service en een kleiner assortiment dan de full-servicesupermarkten. Voorbeelden zijn Dirk, Lidl en Netorama.
- **Harddiscountsupermarkten:** supermarkten met een beperkt assortiment, een zeer lage prijs, gericht op de aanvullende aankopen (bezoekfrequentie: 1x per één of twee weken). De enige harddiscountsupermarkt in Nederland is Aldi.
- **Buurtsupermarkten:** kleinschalige supermarkten met een beperkt assortiment, gericht op service en nabijheid. Deze hebben vooral een functie als supermarkt voor vergeten boodschappen en versaankopen. Voorbeelden zijn Spar en Coop Compact.

Geconcludeerd wordt dat winkelcentrum De Gors geen compleet supermarktaanbod heeft. Er is slechts één full-servicesupermarkt gevestigd (Albert Heijn). Het dichtstbijzijnde alternatief is de Plus supermarkt bij het stadion Erve Asito. Ook deze supermarkt vertegenwoordigt het full-service segment. Het zuidelijke deel van Almelo (wijk Windmolenbroek) heeft dan ook nauwelijks variatie aan supermarktsegmenten. Het dichtstbijzijnde aanvullende supermarktaanbod is te vinden in het winkelcentrum aan het Vincent van Goghplein. Toevoeging van harddiscount Aldi aan winkelcentrum De Gors is van positieve invloed op de keuzemogelijkheden van de inwoners in de wijk en de kwaliteit en compleetheid van het aanbod.

3.4 Positionering Aldi

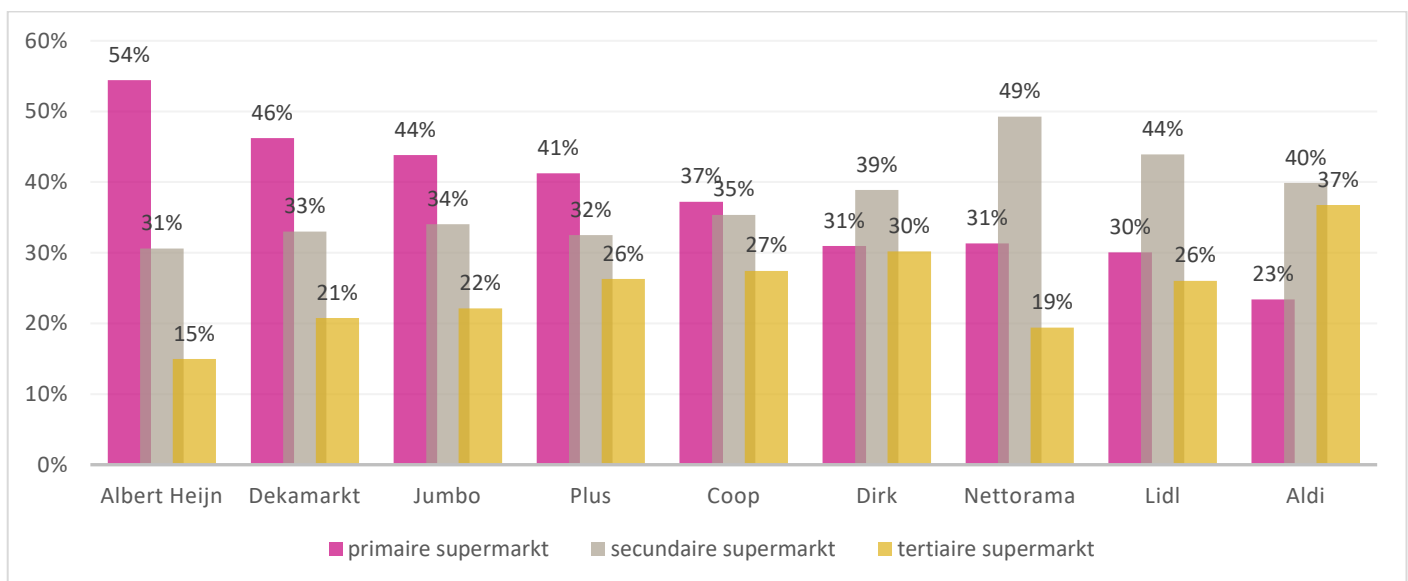
Aldi heeft als harddiscounter een specifieke positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur. Deze specifieke kenmerken en positie leidt ertoe dat Aldi specifieke locatie eisen en randvoorwaarden heeft voor haar winkels.

SEGMENT EN ASSORTIMENT

Consumenten bezoeken een harddiscounter vooral voor de aanschaf van specifieke producten (vaak in bulk) op basis van het motief prijs. Het credo van Aldi is dan ook: 'Hoge kwaliteit-lage prijs'. Om een hoge kwaliteit voor een lage prijs aan te kunnen bieden is een hoge omloopsnelheid van producten, lage kosten voor distributie en lage personeelskosten (en service) in de winkel belangrijk. Aldi realiseert dit door het voeren van een relatief klein assortiment. Aldi heeft circa 1.300 artikelen, terwijl een gewone full-servicesupermarkt 15.000 tot 30.000 artikelen heeft. Bovendien is de bedrijfsvoering geoptimaliseerd zodat alle handelingen, van distributie tot verkoop, zo efficiënt mogelijk verlopen. Vanwege het beperktere assortiment zijn discountsupermarkten qua omvang kleiner dan full-servicesupermarkten; waar een full-service supermarkt in de optimale situatie minimaal 1.400 m² wvo moet zijn (om het assortiment in de winkel te krijgen), heeft een discountsupermarkt een omvang van circa 1.100 m² wvo.

BEZOEKMOTIEF

Bij harddiscounters doen consumenten vooral aanvullende aankopen. Aldi wordt met name bezocht als aanvulling naast reguliere full-servicesupermarkten en speciaalzaken. De aanvullende functie van Aldi wordt onder andere aangetoond en onderbouwd in het consumentenonderzoek van Deloitte (2020). In dit onderzoek wordt een overzicht gegeven van het koopgedrag door de consument bij de supermarktformules in Almelo (figuur 3.5).



Figuur 3.5 Bezoekmotieven supermarkten aanwezig in Almelo (bron: Deloitte 2020)

Uit het onderzoek blijkt dat Aldi het laagste aandeel primaire klanten heeft (23%). Primaire klanten zijn klanten die het grootste deel van hun aankopen bij de betreffende supermarkt kopen. Circa 75% van de Aldi-klanten geeft aan Aldi te zien als hun aanvullende = secundaire/tertiaire supermarkt. Dit betekent dat consumenten een relatief klein deel van hun bestedingen bij Aldi doen. Aldi wordt gemiddeld eens per 2 weken bezocht door de consument voor de specifieke harddiscountaankopen, terwijl de consument een full-servicesupermarkt gemiddeld bijna 2 keer per week bezoekt.

OMVANG VERZORGINGSGBIED EN AUTOGEBRUIK

Door de aanvullende functie en het daarmee samenhangende lage aandeel in de wekelijkse bestedingen heeft Aldi een relatief groot verzorgingsgebied nodig om voldoende omzet te genereren: 15.000 tot 25.000 consumenten. Het verzorgingsgebied voor een 'normale' full-servicesupermarkt is circa 5.000 consumenten. Dit grote verzorgingsgebied én het vaak in bulk kopen van een beperkt aantal producten zorgt ervoor dat de afstand die men af legt naar een Aldi relatief groot is en het autobezorgingsgebied onder Aldi-klanten relatief hoog is. Uit onderzoek van Rho adviseurs (december, 2015) onder 20.000 Aldi-klanten en langjarig onderzoek van Deloitte blijkt dat:

- de gemiddelde afstand die de consument aflegt naar de winkel bij Aldi bijna 5 kilometer is en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt 2 kilometer;
- het gemiddelde autogebruik bij Aldi tussen de 75% en 80% ligt en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt tussen de 40% en 60%.

In tabel 3.3 is een samenvattend overzicht gepresenteerd van de kenmerken van de Aldi-formule en het consumentengedrag bij Aldi ten opzichte van reguliere, vooral full-servicesupermarkten.

Tabel 3.3 Overzicht kenmerken Aldi ten opzichte van reguliere (full-)servicesupermarkten

Kenmerk	Aldi	(full-)servicesupermarkt
Omvang assortiment	Circa 1.300 artikelen	10.000 tot 25.000 artikelen
Overwegend bezoekmotief	Secundair/tertiair	Primair
Gemiddeld autogebruik consument	75% - 80%	40% - 60%
Gemiddelde afstand tot supermarkt	4,5 – 5 kilometer	Circa 2 kilometer
Gemiddelde omvang verzorgingsgebied	15.000 – 25.000 inwoners	4.000 – 6.000 inwoners
Gemiddelde omvang winkel	1.100 m ² wvo	1.400 – 2.500 m ² wvo

3.5 Distributieplanologische marktanalyse

Om de mogelijke effecten van de vestiging van Aldi in De Gors te analyseren is een distributieplanologisch onderzoek uitgevoerd. Hierbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd.

AANTAL INWONERS

Het verzorgingsgebied bestaat uit het grootste deel van de buurten in de wijk Windmolenbroek (zie figuur 3.2). Het aantal inwoners in dit gebied is 10.480 (CBS 2021, gegevens over 2020). Verwacht wordt dat de komende planperiode het inwonertal stabiel blijft.

GEMIDDELDE BESTEDING DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2019 € 2.602,- per persoon (Notitie Omzetgetallen, 2020; gegevens over 2019). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in het verzorgingsgebied ligt circa 9% lager dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2021; gegevens over 2017). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in het verzorgingsgebied is daardoor circa 3,5% lager dan het Nederlandse gemiddelde en bedraagt € 2.511,-.

KOOPSTROMEN

Voor het verzorgingsgebied zijn geen specifieke koopstroomgegevens beschikbaar. Daarom zijn op basis van eigen expertise de koopstromen voor dit gebied ingeschat.

De koopstromen bestaan uit koopkrachtbinding en -toevloeiing. Koopkrachtbinding is het deel van de bestedingen van inwoners van het primaire verzorgingsgebied in winkelcentrum De Gors terecht komt. Voor het winkelcentrum zijn geen recente koopstroomgegevens bekend. De belangrijkste reden voor de keuze van een supermarkt is nabijheid (Deloitte Consumentenonderzoek, 2020). Ondanks dit gegeven wordt verwacht dat de koopkrachtbinding momenteel relatief laag is, vanwege het beperkte dagelijkse winkelaanbod met slechts één supermarkt. De koopkrachtbinding wordt ingeschat op 65%. Met de vestiging van Aldi en de eventuele uitbreiding van Albert Heijn wordt de koopkrachtbinding hoger doordat de consument niet meer uit hoeft te wijken naar andere aankoopplaatsen voor een aanvullend supermarktaanbod. Met twee supermarktsegmenten wordt de koopkrachtbinding naar de toekomst ingeschat op 75%.

Koopkrachttoevloeiing is het deel van de omzet van de winkels in winkelcentrum De Gors, dat afkomstig is van buiten de wijk / het primaire verzorgingsgebied. Vanwege het beperkte winkelaanbod zal de koopkrachttoevloeiing relatief laag zijn en

wordt ingeschat op 5%. Als gevolg van de beoogde ontwikkeling van Aldi heeft het winkelcentrum een grotere aantrekkingskracht. Hierdoor zal de koopkrachttoevloeiing beperkt stijgen naar circa 7%.

GEMIDDELDE OMZET PER M² AAN DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde winkelomzet per m² wvo in supermarkten in Nederland bedraagt €7.564,- (Notitie omzetkengetallen 2020, gegevens over 2019).

OMVANG WINKELAANBOD

Momenteel heeft de dagelijkse goederensector in het verzorgingsgebied een omvang van 1.596 m² wvo (Locatus, 2021). In de berekening wordt rekening gehouden met ontwikkeling van een Aldi-supermarkt van 1.100 m² wvo.

Op basis van bovengenoemde uitgangspunten is een distributieplanologische marktberkening gemaakt. Deze is weergegeven in tabel 3.4.

Tabel 3.4 Distributieplanologische marktberkening

	2019	2030	bron
inwonertal marktgebied	10.480	10.480	CBS, 2021; Primos prognose 2020
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.511	€ 2.511	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
bestedingspotentieel	€ 26.310.000	€ 26.310.000	
koopkrachtbinding (%)	65%	75%	inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€ 17.100.000	€ 19.730.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	5%	7%	inschatting Rho
koopkrachttoevloeiing €	€ 900.000	€ 1.490.000	
totale omzet in marktgebied	€ 18.000.000	€ 21.220.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo (excl. BTW)	€ 7.564	€ 7.564	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m² wvo)	2.380	2.810	
omvang winkelaanbod (m² wvo)	1.596	1.596	Locatus, 2021
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 11.280	€ 13.300	
omzetclaim marktgebied	€ 12.070.000	€ 12.070.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	49%	76%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 5.930.000	€ 9.150.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	780	1.210	
ontwikkeling Aldi	-	1.100	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	780	110	
toekomstige omzet ten opzichte van het gemiddelde	49%	4%	

Uit de marktruimteberekening volgt dat in de huidige situatie de supermarktsector in het verzorgingsgebied bovengemiddeld presteert. De totale omzet in het marktgebied is groter dan de omzetclaim van het gevestigde aanbod. De komende planperiode zal de totale omzet in het verzorgingsgebied toenemen als gevolg van een verwachte bevolkingsstijging. Dit leidt tot een potentiële uitbreidingsruimte van circa 1.200 m² wvo. Dit betekent dat er een kwantitatieve behoefte / uitbreidingsruimte is voor uitbreiding van het supermarktaanbod. Als gevolg van de toevoeging van Aldi neemt de marktruimte in de dagelijkse goederensector af. De markt blijft hierna op een iets bovengemiddeld niveau presteren, waardoor tevens ruimte is voor optimalisatie van het bestaande aanbod in het winkelcentrum. Er worden dan ook geen negatieve effecten op het ondernemersklimaat verwacht.

KWALITEIT BOVEN KWANTITEIT

Omdat de uitgevoerde berekening indicatief is, is het van belang om ook de kwalitatieve aspecten van ontwikkelingen mee te wegen in een beoordeling. In de Nederlandse ruimtelijke ordening mag een plan/project dan ook alleen beoordeeld worden op de ruimtelijk relevante argumenten, zoals duurzame ontwrichting en relevante leegstand die zou kunnen leiden tot een verslechtering van het woon- en leefklimaat. Een verslechterde concurrentiepositie c.q. minder omzet bij andere aanbieders is ruimtelijk geen relevant argument. De consument heeft baat bij een aantrekkelijk winkelaanbod. Kortom, kwalitatieve argumenten wegen minstens zo zwaar mee als de kwantitatieve argumenten voor het al dan niet toestaan van een detailhandelsontwikkeling.

3.6 Conclusie

De consumenten in de wijk Windmolenbroek hebben behoefte aan een complete voorzieningenstructuur op aanvaardbare afstand op een goed bereikbare locatie. Het harddiscountsegment is een wezenlijk onderdeel van een complementair dagelijks winkelaanbod en betreft een aanvulling op het aanwezig winkelaanbod in winkelcentrum De Gors. Aldi heeft als harddiscountier een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheidt zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscountier ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument. De beoogde ontwikkeling sluit aan op de beleidsmatige behoefte aan een tweede supermarkt in winkelcentrum De Gors. In het gemeentelijke detailhandelsbeleid is beschreven dat een tweede publiekstrekker (supermarkt) leidt tot een versterking en opwaardering van de dagelijkse winkelstructuur voor de wijk Windmolenbroek.

Hoewel marktruimte ontbreekt in Almelo als geheel voor de uitbreiding van het dagelijks winkelaanbod zijn investeringen in de detailhandelsstructuur echter wel gewenst. Dit heeft te maken met de keuzes voor bepaalde winkelgebieden. In het gemeentelijke detailhandelsbeleid is beschreven dat de versterking van winkelcentrum De Gors gewenst is. Supermarkten hebben een cruciale rol in wijkwinkelcentra. Er wordt dan ook gestreefd naar een zo compleet mogelijk voorzieningenaanbod in de wijk Windmolenbroek. Dat het huidige winkelaanbod ondermaats is blijkt uit distributieplanologisch onderzoek voor het winkelcentrum. Uit de marktanalyse blijkt dat een groter winkelaanbod wordt verwacht in winkelcentrum De Gors in relatie tot het verzorgingsgebied, de wijk Windmolenbroek. Er is dan ook sprake van een kwantitatieve behoefte aan ontwikkeling in dit deel van Almelo. Als gevolg van de ontwikkeling van Aldi worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het ondernemersklimaat. Met het streven naar een compleet dagelijks winkelaanbod voor het winkelcentrum is geen sprake van duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur, maar juist een versterking van de voorzieningenstructuur.

In het volgende hoofdstuk komen de ruimtelijk relevante aspecten aan bod van de vestiging van Aldi in winkelcentrum De Gors in Almelo. Daarbij wordt onderzocht of de locatie geschikt is in relatie tot zorgvuldig ruimtegebruik.

4. LOCATIEAFWEGING

In de wijk Windmolenbroek in Almelo is behoefte aan de versterking van het supermarktaanbod op een beleidsmatig gewenste locatie. In dit hoofdstuk worden de ruimtelijk relevante aspecten van de beoogde vestiging van Aldi in beeld gebracht. Allereerst wordt inzicht gegeven in het ruimtebeslag van een moderne harddiscouner. Daarna wordt een locatieafweging gemaakt, rekening houdend met de beleidsuitgangspunten uit hoofdstuk 2, maar ook met de huidige leegstand in Almelo. In dit kader wordt de beoogde locatie aan winkelcentrum De Gors in Almelo beoordeeld.

4.1 Inpassing ontwikkeling binnen huidige leegstand bestaande winkelgebieden

In de Nederlandse ruimtelijke ordening mag een plan/project alleen beoordeeld worden op de ruimtelijk relevante argumenten, zoals duurzame ontworping en relevante leegstand die leidt tot een verslechtering van het woon-en leefklimaat. In dit kader worden ook de actuele leegstandscijfers van Almelo meegenomen (tabel 4.1).

Tabel 4.1 Leegstandsanalyse (bron: Locatus, 2021)

	verkooppunten			omvang (m ² wvo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
provincie Overijssel	14.755	1.154	7,8%	3.251.909	266.328	8,2%
Almelo	905	88	9,7%	199.689	16.333	8,2%
Windmolenbroek	59	2	3,4%	8.994	155	1,7%
te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 50.000 tot 100.000 inwoners	890	90	10,1%	202.050	18.760	9,3%

Uit tabel 4.1 wordt geconcludeerd dat de leegstand in Almelo momenteel gemiddeld is. Het totale commerciële aanbod (winkels, horeca, dienstverlening) in de kern Almelo heeft een omvang van 199.689 m² wvo verdeeld over 905 verkooppunten. Hiervan staan 88 panden leeg, dit betekent dat 9,7% leeg staat. De leegstand in winkelmeters is berekend op 8,2%. Deze leegstand is hoger dan het provinciaal gemiddelde, maar lager dan het Nederlands gemiddelde in kernen van een vergelijkbare omvang. De leegstand in het verzorgingsgebied van het winkelcentrum zelf is zeer kleinschalig er staan slechts 2 panden leeg met een totale omvang 155 m² wvo.

INPASSING BINNEN HUIDIGE WINKELSTRUCTUUR

Daarnaast is ook gekeken naar de te huur of te koop aangeboden winkelpanden in Almelo. De aangeboden winkelpanden variëren van 10 tot 720 m² bvo (figuur 4.1). De leegstand is vooral aanwezig in de aanloopstraten richting het centrum van Almelo. Momenteel staan de meeste lege panden in de Grotestraat in Almelo. De Grotestraat betreft een langgerekte winkelstraat in het centrum van Almelo. Ook staan er panden leeg in de Kerkstraat en Oranjestraat. Dit zijn aanloopstraten richting het centrum. Het kernwinkelgebied van Almelo is vrij groot en de leegstand is momenteel hoog. De aangeboden panden zijn te klein voor exploitatie van een supermarkt.

Op basis van de inventarisatie wordt geconcludeerd dat de gewenste ontwikkeling van Aldi niet gefaciliteerd kan worden binnen de bestaande leegstand. Uit de inventarisatie valt op dat er momenteel geen leegstaande winkelpanden zijn in winkelcentrum De Gors.



Figuur 4.1. Aangeboden winkelpanden in Almelo (bron: Funda in Business, per 12 februari 2021)

4.2 Locatieafweging winkelcentrum De Gors

Uit de voorgaande analyse wordt geconcludeerd dat gewenste ontwikkeling van Aldi momenteel niet binnen de winkelleegstand gefaciliteerd kan worden. Eerder is in hoofdstuk 2 beschreven dat een extra supermarkt voor winkelcentrum De Gors gewenst is om het winkelcentrum als geheel te behouden en verder te versterken met een tweede 'publiekstrekker'. In het oostelijk deel van het winkelcentrum is ruimte gevonden voor de inpassing van supermarktketen Aldi. De locatie biedt voldoende ruimte voor de winkel met bijbehorend parkeren (figuur 4.2).



Figuur 4.2. Mogelijke inpassing Aldi bij winkelcentrum De Gors

In algemene zin fungeren supermarkten als trekker voor winkelcentra. De combinatie van een full-service supermarkt en een discountsupermarkt is bijzonder kansrijk vanwege de complementariteit van de supermarkten. Met de combinatie van een full-service supermarkt (Albert Heijn) en harddiscounter (Aldi) en verschillende speciaalzaken ontstaat een sterk boodschappencluster in de wijk Windmolenbroek. Voor een aanvullend (discount)supermarktaanbod hoeft niet meer uitgeweken te worden naar andere wijkwinkelcentra. Met de ontwikkeling wordt de mate van combinatiebezoek versterkt binnen de wijk en wordt winkelcentrum De Gors naar verwachting de eerste aankoopplaats voor de dagelijkse boodschappen voor inwoners uit de wijk Windmolenbroek.

4.3 Conclusie

Op basis van de inventarisatie in dit hoofdstuk kan de beoogde ontwikkeling van Aldi momenteel niet binnen de reguliere winkelstructuur van Almelo ingepast worden. De locatie in winkelcentrum De Gors is een geschikt alternatief. Met de ontwikkeling kan positief worden bijgedragen aan de beleidsmatig gewenste voorzieningenstructuur voor winkelcentrum De Gors. De consument heeft behoefte aan een compleet dagelijks winkelaanbod op aanvaardbare afstand. Harddiscounter Aldi complementeert het dagelijkse winkelaanbod in winkelcentrum De Gors. Het winkelcentrum is goed bereikbaar vanuit de wijk en met de ontwikkeling is aandacht voor voldoende parkeerplaatsen. Combinatiebezoek wordt versterkt door een tweede gebiedstrekker toe te voegen aan het winkelcentrum. Met de ontwikkeling krijgt het winkelcentrum een kwalitatieve impuls. Geconcludeerd wordt dat met de beoogde ontwikkeling sprake is van zorgvuldig ruimtegebruik conform de ladder voor duurzame verstedelijking, waardoor een goed woon-, leef- en ondernemersklimaat behouden blijft voor de inwoners van de wijk Windmolenbroek.

In deze rapportage is de behoefte aan de beoogde vestiging van Aldi in winkelcentrum De Gors in Almelo in beeld gebracht. De ontwikkeling is aan te merken als stedelijke ontwikkeling en is daarom getoetst aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Hieronder zijn de belangrijkste conclusies weergegeven.

5. CONCLUSIE

5.1 Behoeftte

Met de beoogde ontwikkeling wordt invulling gegeven aan de beleidsmatige behoefte aan versterking van het winkelcentrum met een tweede supermarkt. In het gemeentelijke detailhandelsbeleid is beschreven dat een tweede publiekstrekker (supermarkt) leidt tot een versterking en opwaardering van de dagelijkse winkelstructuur voor de wijk Windmolenbroek. Momenteel is hier enkel de full-servicesupermarkt Albert Heijn gevestigd. Het harddiscountsegment is een wezenlijk onderdeel van een complementair dagelijks winkelaanbod en betreft een aanvulling op het aanwezige winkelaanbod in winkelcentrum De Gors. Aldi heeft als harddiscountter een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheidt zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscountter ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument.

Uit het distributieplanologisch onderzoek worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het ondernemersklimaat als gevolg van de vestiging van Aldi. De komende planperiode is er voldoende marktruimte voor dagelijkse goederen binnen de wijk Windmolenbroek. Geconcludeerd wordt dat er sprake is van zowel een kwalitatieve als kwantitatieve behoefte om de dagelijkse goederensector van Windmolenbroek te behouden en te versterken op een beleidsmatig gewenste locatie.

5.2 Locatieafweging

De leegstand in Almelo is momenteel hoger dan gemiddeld in Nederland. In hoofdstuk 4 is geconcludeerd dat binnen de huidige leegstand geen ontwikkelingsmogelijkheden voor Aldi zijn. De ontwikkeling vindt plaats in het bestaand stedelijk gebied aansluitend op een bestaand winkelcentrum. De ontwikkeling voldoet daarmee aan de voorkeursvolgorde van de ladder voor duurzame verstedelijking. Beleidsmatig is versterking van dit winkelgebied met een tweede supermarkt gewenst. Met de ontwikkeling wordt het dagelijkse goederenaanbod geclusterd in het winkelcentrum, waardoor het wijkwinkelcentrum haar verzorgingsfunctie kan behouden en versterken in de wijk Windmolenbroek. Met de ontwikkeling kan positief worden bijgedragen aan de beleidsmatig gewenste voorzieningenstructuur in Almelo.

5.3 Conclusie

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling van Aldi in winkelcentrum De Gors voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Met de ontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik.