

ONDERBOUWING VERPLAATSING EN UITBREIDING LIDL LOCHEM

23 APRIL 2018



ONDERBOUWING VERPLAATSING EN UITBREIDING LIDL LOCHEM

23 APRIL 2018

Status:
definitief

Datum:
23 april 2018

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Vrije tijd
Drs. Toine Hooft
Klaas Hesselink MSc.

Voor meer informatie: Drs. Toine Hooft, th@stedplan.nl

In opdracht van:
mRO



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2017.A.577
Referentie: 2017.A.577 mRO Lochem Lidl

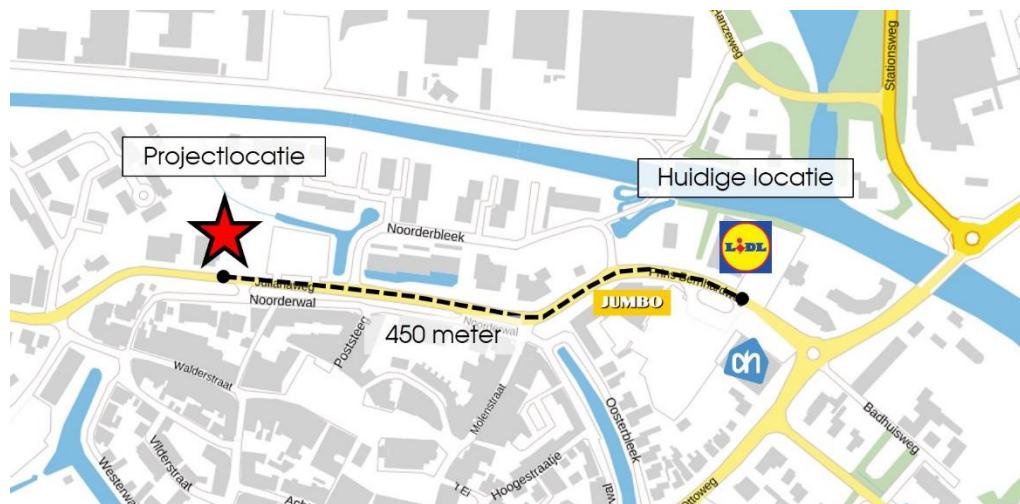
INLEIDING EN SAMENVATTING	7
1 CONTEXTANALYSE	11
1.1 VERZORGINGSGEBIED	
1.2 VRAAGZIJDE VAN DE MARKT	
1.3 AANBODZIJDE VAN DE MARKT	
1.4 BELEIDSUITGANGSPUNTEN	
1.5 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN FOODSECTOR	
2 BEHOEFTE UITBREIDING EN VERPLAATSING LIDL	18
2.1 KWANTITATIEVE TOETS	
2.2 RUIMTELIJK KWALITATIEVE TOETS	
2.3 CONCLUSIE BEHOEFTE	
3 RUIMTELIJKE EFFECTEN UITBREIDING LIDL	24
3.1 ECONOMISCHE EN RUIMTELIJKE IMPULS	
3.2 VERDRINGINGSEFFECTEN	
3.3 EFFECTEN OP DORPSCENTRA	
3.4 CONCLUSIE TOETS AAN DE LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	
BIJLAGE 1 BEGRIPPENLIJST	
BIJLAGE 2 DE LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	
BIJLAGE 3 HUIDIGE SUPERMARKTAANBOD VERZORGINGSGEBIED	
BIJLAGE 4 LIDL VESTIGINGEN OMGEVING LOCHEM	
BIJLAGE 5 FORMULESCHETS LIDL	

INLEIDING EN SAMENVATTING

VERPLAATSING EN UITBREIDING LIDL LOCHEM >>

Lidl exploiteert een supermarkt van 897 m² wvo (winkelvloeroppervlakte) aan de Prins Bernhardweg 11-13 in Lochem. De vestiging is naar moderne maatstaven te klein. Lidl is daarom voornemens om haar vestiging te verplaatsen en daarbij uit te breiden. Op de huidige locatie is deze uitbreiding niet mogelijk aangezien Lidl ruimtelijk ingeklemd is door bestaande bebouwing en de rivier de Berkel. De beoogde locatie van Lidl betreft een (deels) braakliggend terrein aan de Julianaweg (voormalig gasfabriekterrein), circa 450 meter ten westen van de huidige winkel. Hier kan de winkel uitbreiden tot een moderne supermarkt van 1.366 m² wvo.

Op de beoogde locatie is momenteel ook fietsenwinkel Goossens gevestigd (504 m² bvo). De fietsenwinkel zal verplaatsen naar de huidige locatie van Lidl, ze ruilen van locatie. Het huidige pand van Goossens zal door Lidl gesloopt worden. Daarmee zal er geen sprake zijn van netto toevoeging van leegstand in de gemeente Lochem.



FIGUUR 1 SITUATIESCHETS LIDL LOCHEM

Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

LIDL LOCHEM	WVO	BVO ¹	P-PLAATSEN ²	P-PLAATSEN PER 100 M ² BVO ³
Huidige situatie	897	1.535	74	4,8
Beoogde situatie	1.366	2.312	143	6,6 ⁴
Uitbreiding	469	777	69	

TABEL 1 METRAGE EN PARKEERPLAATSEN HUIDIG VERSUS WENS LIDL

Bron: mRO; bouwtekeningen Lidl

De huidige Lidl in Lochem meet 897 m² wvo. Met de beoogde uitbreiding (469 m² wvo) groeit de winkel naar 1.366 m² wvo. In bruto-meters bedraagt de uitbreiding 777 m² bvo. In de nieuwe winkels realiseert Lidl relatief veel niet-winkelruimte als een bake-off, vriescellen, klantentoiletten en opleidingsruimte voor personeel. Dit zijn inmiddels standaard Lidl-elementen. De toegevoegde bruto meters zal dus niet evenredig een toevoeging aan assortiment betekenen

VRAAGSTELLING >>

De beoogde voorzieningen zijn te kwalificeren als een nieuwe stedelijke ontwikkeling als bedoeld in artikel 1.1.1 lid 1 aanhef en onder i Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierop is artikel 3.1.6 lid 2 Bro van toepassing, ook wel de Ladder voor duurzame verstedelijking. De Ladder vergt dat de behoefte aan de voorzieningen inzichtelijk wordt gemaakt. Dat is in deze rapportage gebeurd.

mRO verzorgt namens de gemeente Lochem het bestemmingsplan voor het gasfabriekterrein. mRO heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Lidl te toetsen aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij is antwoord gegeven op de volgende vragen:

1. Is er een behoefte aan de verplaatsing en uitbreiding van Lidl met 469 m² wvo in Lochem?
2. Is er sprake van een kwalitatieve impuls door een verbreding en verhoging van het voorzieningenniveau voor de consument?
3. Wat zijn de effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de Lidl-supermarkt op de detailhandelstructuur in Lochem in termen van leegstand en het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat?

¹ Inclusief inpandig laden en lossen

² Dit betreft parkeerplaatsen op eigen terrein. In de huidige situatie kunnen bezoekers van Lidl echter ook gebruik maken van de parkeerplaats bij Albert Heijn en Jumbo aan de overkant van de straat

³ Aantal parkeerplaatsen / m² bvo * 100

⁴ Parkeernorm gebaseerd op een metrage van 2.170 m² bvo (exclusief laden en lossen)



FIGUUR 2 IMPRESSIE BEOOGDE LIDL AAN DE JULIANAWEG IN LOCHEM
Bron: mRO

UITKOMSTEN IN EEN NOTENDOP >>

Kwantitatieve behoefte verplaatsing en uitbreiding Lidl Lochem

- De beoogde verplaatsing en uitbreiding van Lidl is kwantitatief verantwoord. Tot 2030 bestaat er een kwantitatieve uitbreidingsruimte voor supermarkten in de gemeente Lochem van 170 m² tot 650 m² wvo. **De uitbreiding van Lidl met 469 m² wvo is daarmee kwantitatief te verantwoorden.**
- Daarnaast neemt Lidl een bijzondere positie in binnen het supermarktlandschap. Lidl weet een hoge kwaliteit voor de laagste prijs te bieden. De formule slaat aan bij de hedendaagse consument. **Een moderne Lidl zal in staat zijn de koopstromen positief te beïnvloeden.** Bestaande klanten worden beter bediend (een hogere omzet per klant) en ook nieuwe klanten worden aangeboord, ook vanuit de buurplaatsen als Vorden (gemeente Bronckhorst) en Ruurlo en Borculo (gemeente Berkelland).
- De ondernemers in het centrum van Lochem zullen meeprofitieren van de deels nieuwe klantenstroom die de vernieuwde Lidl aanboort. Een moderne Lidl zal in staat zijn de koopkrachtbinding te behouden of zelfs positief te beïnvloeden (oftewel de afvloeiing te verminderen). Bij uitblijven van relocatie en uitbreiding zal Lidl met name haar functie voor bewoners uit de omliggende kernen in de gemeente Lochem verliezen.

Kwalitatieve behoefte Lidl Lochem

- De beoogde schaalvergroting is ingegeven uit kwalitatieve overwegingen. De toegevoegde meters zal dus niet evenredig een toevoeging aan assortiment betekenen. Met de uitbreiding zal Lidl in staat zijn haar klanten beter te bedienen. Een moderne Lidl zal in staat zijn de koopkrachtbinding te behouden of zelfs positief te beïnvloeden (oftewel de afvloeiing te verminderen).

- Daarbij snijdt het mes aan twee kanten: Met het initiatief zal invulling worden gegeven aan een momenteel (deels) braakliggende terrein nabij het centrum van Lochem. De entree van de kern krijgt een aantrekkelijke invulling. Ook zal de verplaatsing zorgen voor een betere evenwichtige ruimtelijke spreiding van het supermarktaanbod in het centrum. Dit zorgt voor een betere ruimtelijke doorbloeding van het centrum. Het pand dat Lidl achterlaat zal worden genomen door een fietsenwinkel. Leegstand wordt voorkomen.

Ruimtelijke effecten

- De positieve effecten zijn evident groter dan de negatieve. De verplaatsing en uitbreiding van Lidl zal een economische impuls geven in de vorm van (tijdelijke) werkgelegenheid. Ook zal er sprake zijn structuurversterking en versterking van het vestigingsklimaat.
- De maximale negatieve gevolgen van de verplaatsing en uitbreiding van Lidl in Lochem zijn met een omzetverdringing van 4,7% en leegstandstoename van 117 m² wvo, beperkt. De effecten zijn niet van dien aard dat er sprake is van sterk oplopende leegstand en daarmee aantasting van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat.
- De beoogde uitbreiding van Lidl Lochem doet dan ook geen afbreuk aan de dorpscentra van Lochem en de kernen in de overige gemeente Lochem. De ondernemers in het centrum van Lochem zullen meeprofitieren van de deels nieuwe klantenstroom die de vernieuwde Lidl aanboort. Een moderne Lidl zal in staat zijn de koopkrachtbinding te behouden of zelfs positief te beïnvloeden (oftewel de afvloeiing te verminderen). De overige supermarkten in de kernen binnen de gemeente Lochem liggen vrijwel allen op meer dan 10 autominuten van de planlocatie waardoor de effecten, zowel positief als negatief, verdampen. Kortom, de dorpscentra rondom Lochem zullen noch de lusten noch de lasten ervaren.

Slotconclusies toets Ladder voor duurzame verstedelijking

- Het initiatief uitbreiding en verplaatsing Lidl Lochem voorziet in een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte.
- Doordat er distributieve ruimte c.q. behoefte is in de gemeente Lochem, en Lidl een bijzondere positie binnen het supermarktlandschap inneemt, bestaat er geen vrees voor het ontstaan van overaanbod in het supermarktsegment of uit ruimtelijk oogpunt onaanvaardbare leegstand.
- De voorziene supermarkt kan de toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking doorstaan.

Als Lidl niet de mogelijkheid heeft de winkel te optimaliseren blijven kansen onbenut en zal de afvloeiing naar omliggende Lidl-vestigingen toenemen. Hier is noch de inwoner/consument noch de dorpscentra van Lochem mee gediend.

1 CONTEXTANALYSE

In dit hoofdstuk staat de contextanalyse centraal. Hierin is het verzorgingsgebied afgebakend en de vraag-aanbod verhouding in kaart gebracht. Ook is het project getoetst aan de relevante beleidsuitgangspunten.

1.1 VERZORGINGSGEBIED

Lidl vervult primair een functie voor inwoners uit de gemeente Lochem en secundair een functie voor de omliggende kernen in de naastgelegen gemeenten zoals Vorden (gemeente Bronckhorst) en Ruurlo en Borculo (gemeente Berkelland).⁵ Deze kernen beschikken niet over een Lidl waardoor Lidl Lochem voor deze inwoners een logisch alternatief is.



FIGUUR 3 VERZORGINGSGEBIED LIDL LOCHEM

Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

⁵ Het verzorgingsgebied is vastgesteld op basis van ervaringen vanuit soortgelijke projecten.

1.2 VRAAGZIJD VAN DE MARKT

INWONERS >>

- De gemeente Lochem heeft 33.300 inwoners. Hiervan wonen circa 12.400 mensen in de kern Lochem en 20.900 mensen in de overige negen kernen.⁶
- Zowel de kern Lochem als de rest van de gemeente is bovengemiddeld vergrijsd. De leeftijdsgroep 65+ is sterk vertegenwoordigd. Daarentegen is de leeftijdsgroep 25-45 jarigen het meest onder vertegenwoordigd.
- De gemiddelde huishoudensgrootte van de kern Lochem is gelijk aan het landelijk gemiddelde. Die van de overige gemeente ligt een fractie hoger.
- Het aandeel niet-westerse allochtonen ligt met 8% (kern Lochem) en 2% (overige gemeente) lager dan het landelijk gemiddelde van 12%.
- Tot slot ligt het welvaartsniveau van zowel de kern Lochem (+3%) als de overige gemeente Lochem (+10%) boven het Nederlands gemiddelde.

	INW	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	GEM. HH GROOTTE	% NIET-WEST. ALLOCHT.	GEM. INK. PER INW.
Gemeente Lochem	33.300	15	10	18	31	26	2,3	4	€ 25.200
Kern Lochem	12.400	16	10	20	29	26	2,2	8	€ 24.100
Overige gemeente Lochem*	20.900	15	10	16	33	26	2,3	2	€ 25.800
Nederland		17	12	25	28	18	2,2	12	€ 23.400

TABEL 2 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN VERZORGINGSGEBIED

Bron: CBS Statline 2017, inkomen betreft 2015 *exclusief kern Lochem

VERBLIJFSTOERISTEN >>

De gemeente Lochem is een toeristische gemeente. Het toeristische aanbod in de gemeente bestaat grofweg uit 25 hotels en pensions, 10 grote kampeerterreinen, 25 natuur- of minicampings (de meeste 'bij de boer') en zeker 10 bungalowparken. Ook zijn er ruim 30 bed & breakfasts en de 2 passantenhavens.⁷ Met name bezoekers die verblijven op campings en op bungalowparken maken gebruik van supermarkten in de omgeving.

- In 2014 vonden er circa 2,7 miljoen binnenlandse overnachtingen plaats in de Achterhoek. De gemeente Lochem is samen met de gemeente Bronckhorst (beide 16%) na de gemeente Winterswijk (19%) de populairste bestemming voor bezoekers aan de Achterhoek.⁸

⁶ CBS Statline, 2017

⁷ Toerisme in Lochem via mijn gelderland media & database HorecaDNA

⁸ Kerncijfers Achterhoek 2015

- Dit betekent dat in de gemeente Lochem in 2014 grofweg 432.000 overnachtingen plaatsvonden.⁹ Omgerekend naar inwonerequivalenten zijn dat afgerond 1.200 inwoners (berekening: 432.000 / 365).

VERBLIJFSTOERISME	BESTEDINGEN
Detailhandelsomzet toerisme Achterhoek	€ 93,1 mln
Waarvan recreatief winkelen	€ 66,5 mln
Waarvan dagelijks	€ 26,6 mln
Claim gemeente Lochem (%)	12%
Claim gemeente Lochem (€)	€ 3,2 mln

TABEL 3 BESTEDINGEN TOERISME IN DE GEMEENTE LOCHEM

Bron: Monitor Toerisme en Recreatie Achterhoek 2013, ZKA 2015

- In de Achterhoek werd in 2013 € 93,1 miljoen uitgegeven aan detailhandel door toeristen. Hiervan kwam € 26,6 miljoen terecht bij dagelijkse detailhandel (supermarkten, versspeciaalzaken etc.).
- Van de totale bestedingen in de Achterhoek kwam 12% terecht in de gemeente Lochem. Dit betreft een totale besteding in de dagelijkse detailhandel van € 3,2 miljoen in de gemeente Lochem.¹⁰

PROGNOSE INWONERS EN WONINGBOUWONTWIKKELINGEN >>

Voor de gemeente Lochem verwacht de bevolkingsprognose van het CBS en Planbureau voor de Leefomgeving een lichte groei van het aantal inwoners tot 2030.¹¹ In 2030 zullen er naar verwachting circa 33.600 mensen in de gemeente wonen. Dit is een lichte toename van circa 1%.

In de woonvisie van de gemeente Lochem (vastgesteld juli 2013) wordt in een kwantitatieve opgave gesproken over een nieuwbouwambitie van 83 woningen per jaar in de periode 2010 tot 2019.¹² In praktijk worden er minder woningen gebouwd. Veelal betreft het jaarlijks enkele kleinschalige woningbouwontwikkelingen verspreid over de verschillende kernen binnen de gemeente.

⁹ Berekening: 2,7 miljoen overnachtingen * 16% (aandeel Lochem)

¹⁰ Berekening: € 26,6 miljoen (totaal Achterhoek) * 12% (aandeel Lochem)

¹¹ PBL/CBS prognose: Groei steden zet door, september 2016

¹² Woonvisie 2012-2020, gemeente Lochem, vastgesteld op 8 juli 2013

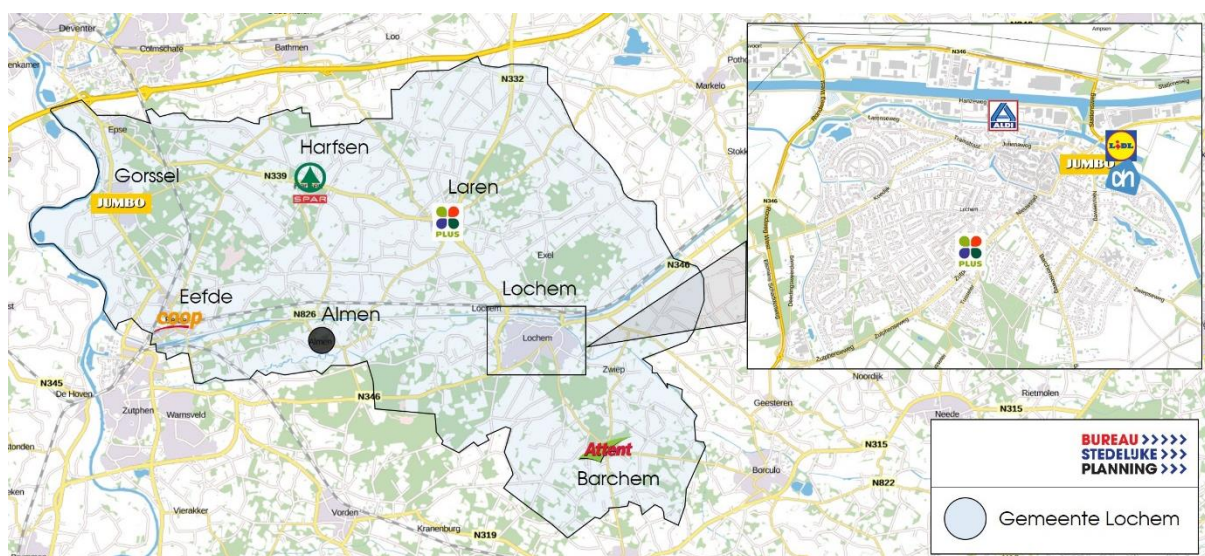
1.3 AANBODZIJD VAN DE MARKT

SUPERMARKTAANBOD GEMEENTE LOCHEM >>

- In de kern Lochem zijn naast Lidl nog vier andere supermarkten gevestigd, te weten: Albert Heijn, Jumbo, Plus en Aldi.
 - Albert Heijn en Jumbo (voormalig Super de Boer) liggen naast elkaar aan de Prins Bernhardweg tegenover Lidl, aan de rand van het centrum van Lochem. Ze delen een gezamenlijke parkeerplaats.
 - Aldi en Plus zijn solitair gelegen. Aldi ligt ten noorden van het centrum op een bedrijventerrein aan het Twentekanaal en Plus ligt ten zuiden van het centrum in een woonwijk. Plus heeft door haar ligging vooral een wijkverzorgende functie.
- Naast de kern Lochem bestaat de gemeente uit een aantal omliggende kernen, waarvan de meeste ook een eigen supermarkt hebben. In totaal zijn er zes supermarkten gevestigd die veelal een functie vervullen voor de desbetreffende kern. Het aanbod is gevarieerd en bestaat uit Coop, Plus, Jumbo (voormalig C1000), Attent, Spar en Superrr (zie ook figuur 4).
- In het gehele verzorgingsgebied (gemeente Lochem) is 8.902 m² wvo aan supermarkten gevestigd. Dit maakt de supermarktdichtheid in de gemeente 0,27 m² wvo per inwoner. Dit is een fractie boven het landelijk gemiddelde van 0,25 m² wvo per inwoner en duidt op een bovenlokale en toeristische functie van het supermarktaanbod in de gemeente.

GEBIED	M ² WVO (HUIDIG)	SUPERMARKTDEKING (M ² WVO PER INW.)
Gemeente Lochem	8.902	0,27

TABEL 4 AANBOD SUPERMARKTMETERS EN SUPERMARKTDICHTHEID LOCHEM EN GEMEENTE LOCHEM
Bron: Supermarktgids, april 2017, eigen waarneming, CBS Statline 2017



FIGUUR 4 SUPERMARKTSTRUCTUUR GEMEENTE LOCHEM
Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

RELEVANTE SUPERMARKTONTWIKKELINGEN >>

- In het najaar van 2016 heeft Spar (425 m² wvo) in de kern Epse de deuren gesloten wegens een teleurstellende omzet.¹³ Het pand staat momenteel leeg. Er loopt momenteel een onderzoek naar de mogelijkheden voor een nieuwe (discount)supermarkt in het dorp.¹⁴
- In april 2013 heeft DekaMarkt (960 m² wvo) aan het Wapen van Lochem in Lochem haar deuren gesloten.¹⁵ In het vrijgekomen pand zit nu een Action.

LEEGSTAND >>

- Volgens het Planbureau voor de Leefomgeving stond in 2016 gemiddeld 7% van de winkelloppervlakte leeg in de gemeente Lochem. Dit is minder dan landelijk, waar gemiddeld ruim 10% van het winkelloppervlakte leegstond in 2016.¹⁶
- In de Ruimtelijke Structuurvisie 2012-2020 stelt de gemeente Lochem dat de leegstand van het winkelareaal in de kern Lochem stabiel is. In Eefde is de winkelleegstand aan het toenemen. In de overige kernen is het winkelaanbod overeenkomstig met de grootte van de kern.¹⁷
- Op de beoogde locatie van Lidl is momenteel fietsenwinkel Goossens gevestigd. De fietsenwinkel zal verplaatsen naar de huidige locatie van Lidl. Het huidige pand van Goossens zal door Lidl gesloopt worden. Daarmee is er geen sprake van netto toevoeging van de leegstand in de gemeente.

1.4 BELEIDSUITGANGSPUNTEN

LANDELIJK BELEID: LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING >>

Op 1 juli 2017 is de wet over de Ladder voor duurzame verstedelijking gewijzigd. Het bepalen van de behoefte aan de beoogde nieuwe stedelijke ontwikkeling blijft een verplichting, ook als deze in binnenstedelijk gebied plaatsvindt. Deze mag pas buiten bestaand stedelijk gebied plaatsvinden als eerst is aangetoond dat dit niet binnenstedelijk kan. Het niet langer noodzakelijk om aan te tonen dat de betreffende ontwikkeling multimodaal bereikbaar is. Ook is het met de nieuwe Ladder mogelijk om bij flexibele bestemmingsplannen te besluiten om de Ladderplicht door te schuiven naar het moment van uitwerking. Het opstellen van de motiveringen blijft maatwerk, waarbij de specifieke lokale omstandigheden van groot belang blijven (zie ook bijlage 1).

¹³ Levenmiddelenkrant, Spar dicht wegens lage inkomsten (augustus 2016)

¹⁴ De Stentor, Onderzoek naar supermarkt in Epse (mei 2017)

¹⁵ De Stentor, DekaMarkt Lochem na zaterdag dicht (april 2013)

¹⁶ Planbureau voor de Leefomgeving, Leegstand van winkels 2005-2016

¹⁷ Ruimtelijke Structuurvisie 2012-2020 gemeente Lochem, vastgesteld op 08 juli 2013.

PROVINCIAAL BELEID: PROVENCIALE RETAILDEALS >>

De provinciale RetailDeals vormen de start van een gezamenlijk traject van de provincies achter de Retailagenda. De provincies hebben de taak om de overcapaciteit aan winkeloppervlakte aan te pakken en voor sterke winkelgebieden te zorgen. Hierbij gaat de provincie verder kijken dan de gemeentegrenzen door de regie te nemen in regionale samenwerking en afstemming om toekomstbestendige winkelgebieden te realiseren. Het betekent ook dat de provincie gemeentes op de vingers kan tikken, of een vergunning voor nieuwe retailontwikkelingen kan weigeren. Onderdelen van de deals zijn het bestrijden van leegstand en het voorkomen dat er onnodige vierkante meters bij komen¹⁸.

GEMEENTELIJK BELEID >>

- In 2012 besloot de gemeenteraad dat aan de Julianaweg een supermarkt kan worden gerealiseerd. Lidl heeft aangegeven te willen verhuizen naar deze locatie. De bestemmingsplanprocedure start in het derde kwartaal van 2017. De gemeenteraad zal naar verwachting in februari 2018 een besluit nemen.¹⁹
- In het vigerende bestemmingsplan 'Lochem-Oost' hebben de gronden van de huidige Lidl supermarkt een detailhandelsbestemming waar uitsluitend een supermarkt is toegestaan. In het op te stellen bestemmingsplan zal deze bestemming worden omgezet in een detailhandelsbestemming waar supermarkten worden uitgesloten. Dit betekent dat op de huidige locatie van Lidl geen nieuw vestiging van een supermarkt mogelijk is.

1.5 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN FOODSECTOR

De detailhandel is altijd al een sector geweest die sterk werd beïnvloed door maatschappelijke, culturele en economische ontwikkelingen. Ook de foodsector heeft te maken met deze verschillende trends en ontwikkelingen.

- **Schaalvergroting:** minder, maar grotere supermarkten. Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.200 m² wvo te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd aanbod om voor de consument aantrekkelijk te blijven. Er is sprake van uitval aan de onderkant (de kleine reguliere, buurt- en dorpsverzorgende supermarkten) en opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Ook in Lochem en omgeving is deze trend herkenbaar. In tabel 5 is de recente schaalvergroting van (hard)discount supermarkten in Lochem en omgeving weergegeven.

¹⁸<https://www.inretail.nl/leve-de-provincie/>

¹⁹ <https://www.lochem.nl/bestuur-organisatie-nieuws/nieuws/nieuwsoverzicht/artikel/bericht/lidl-naar-gasfabriekterrein-12969/>

	2009 (M² wvo)	HUIDIG (M² wvo)
Lidl Lochem	800	897
Aldi Lochem	595	1.000
Lidl Goor	805	976
Lidl Neede	867 (Super de Boer tot 2011)	910
Lidl Warnsveld	800 (C1000 tot 2013)	1.000

TABEL 5 RECENTE SCHAAUVERGROTING VAN DISCOUNT SUPERMARKTEN IN LOCHEM EN OMGEVING

Bron: inventarisatie Bureau Stedelijke Planning o.b.v. Locatus database 2009

- **Demografische aardverschuiving in Nederland.** Er is gelijktijdig sprake van verdunning (daling gemiddelde huishoudgrootte), vergrijzing en een krimpende beroepsbevolking. Deze trend is ook zichtbaar in Lochem en kan als kans worden gezien. Ouderen eten relatief minder, maar wel 'luxe'. In vlees, vis en wijn zit potentie. De nieuwe generatie zet dit versterkt voort. Genieten is belangrijk. Ook gezonde voeding krijgt naar verwachting meer aandacht. Er wordt langer een beroep gedaan op food retail, men woont langer thuis. Dienstverlening in food retail vraagt om ontwikkeling. Meer online, thuisbezorging, individuele maaltijdplossingen en hulp in de winkel.²⁰
- **Food wint aan belang** in de winkelstraten. Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds groter stempel op winkelgebieden ("Food is the new fashion"). Food neemt een steeds groter aandeel in binnen de winkelstraat, en zijn met name de supermarkten de dragers van de winkelgebieden.

²⁰ ING vergrijzing als kans, november 2016

2 BEHOEFTE UITBREIDING EN VERPLAATSING LIDL

In dit hoofdstuk wordt zowel aan de hand van kwantitatieve toetsen als door middel van een kwalitatieve beredenering nagegaan in hoeverre er behoefte is aan de verplaatsing en uitbreiding van de Lidl in Lochem.

2.1 KWANTITATIEVE TOETS

Voor de kwantitatieve toets zijn twee methoden gehanteerd:

1. Supermarktdichtheden
2. Distributieve berekening (dpo)

SUPERMARKTDICHTHEDEN >>

De supermarktdichtheid is het aantal supermarktmeters per inwoner. In de onderstaande tabel is de supermarktdichtheid weergegeven voor het totale supermarktaanbod, het hard discountaanbod (Lidl en Aldi), voor de gemeente Lochem. Dit is zowel gedaan voor de huidige supermarktmeters, als met de ontwikkeling van de beoogde Lidl erbij.

	GEMEENTE LOCHEM		NL
	HUIDIG	TOEKOMSTIG 2030 (incl. nieuwe Lidl)	
Supermarktdichtheid*	0,27	0,27	0,25
(Hard)discountdichtheid**	0,06	0,07	0,04

TABEL 6 SUPERMARKTDICHTHEDEN IN M² WVO PER INWONER HUIDIG EN TOEKOMSTIG

Bron: Supermarktids april 2017, eigen waarneming *betreft een afronding **Lidl en Aldi

Supermarktdichtheid

De supermarktdichtheid in de gemeente Lochem is met 0,27 m² wvo per inwoner een fractie hoger dan het landelijk gemiddelde. Dit is logisch aangezien de supermarkten in Lochem tevens een functie vervullen voor inwoners uit omliggende kernen en de vele verblijfstoeristen en dagrecreanten.

(Hard)discountdichtheid (Aldi en Lidl)

In de gemeente Lochem zijn twee discountsupermarkten gevestigd, te weten Aldi en Lidl (beide in de kern Lochem). Met name Aldi heeft met 1.000 m² wvo een grote winkel. Mede daardoor ligt de hard discountdichtheid in de gemeente een fractie boven het landelijk gemiddelde. Discountsupermarkten vervullen als secundaire supermarkt ook een belangrijke rol voor inwoners van buiten

Lochem die geen beschikking hebben over een discounter in hun eigen plaats/gemeente.

DISTRIBUTIEVE BEREKENING (DPO) >>

De manier om de (extra) vraag naar supermarktmeters te becijferen is een zogenaamde distributieve berekening of een distributieplanologisch onderzoek (DPO). In het DPO wordt een vergelijking van de (ontwikkeling van de) vraag (inwoners in het verzorgingsgebied) met het bestaand aanbod gemaakt. De berekening is uitgevoerd volgens de geldende standaarden.²¹

Voor de berekening van de distributieve ruimte voor supermarktmeters in de gemeente Lochem zijn de meest actuele data, kengetallen en prognoses gehanteerd omtrent ontwikkeling van het inwoneraantal, bestedingen, koopstromen, vloerproductiviteit en aanbod. Onderstaand zijn alle gehanteerde parameters toegelicht.

- **Inwoners.** Huidig aantal inwoners gemeente Lochem van 33.300 op basis van CBS (2017). Naar verwachting zal het inwoneraantal in de gemeente Lochem tot 2030 licht stijgen met circa 300 inwoners (bron: bevolkingsprognose Planbureau voor de Leefomgeving/CBS).
- **Bestedingen.** Jaarlijks geldt een gemiddeld bestedingscijfer van € 2.022 (exclusief BTW) per persoon in de supermarktsector (bron: dailhandel.info, 2015). Omdat het gemiddelde inkomen in de kern Lochem 3% boven het landelijk gemiddelde ligt, ligt het feitelijk bestedingsgedrag hoger. De bestedingen zijn hiervoor gecorrigeerd met een prijselasticiteit van 0,25 voor de dagelijkse sector. De bestedingen worden naar de toekomst constant verondersteld.
- **Koopstroomgegevens (koopkrachtbinding en -toevloeiing).** Voor de supermarktsector zijn als basis de meest actuele koopstromen van de dagelijkse sector gehanteerd (KSO factsheet gemeente Lochem-kern Lochem 2010). De koopkrachtbinding is het aandeel van de bestedingen in de dagelijkse sector dat inwoners in hun eigen gemeente besteden. De koopkrachttoevloeiing is het aandeel van de omzet dat de winkels van buiten de gemeente halen. Dit is exclusief toeristische bestedingen.
 - **Binding:** Uit het KSO voor de kern Lochem blijkt dat de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector op 91% ligt. We gaan uit dat deze binding ook van toepassing is op de gehele gemeente Lochem.
 - **Toevloeiing:** De koopkrachttoevloeiing voor de dagelijkse sector van de kern Lochem bedraagt 29%. De koopkrachttoevloeiing is het aandeel van de omzet dat afkomstig is van de inwoners van buiten de kern Lochem. Oftewel: van elke euro die het dagelijkse aanbod in de Lochem omzet, is 29 cent afkomstig van consumenten die van buiten de kern Lochem komen (zowel inwoners van de overige gemeente Lochem en omliggende

²¹ Zie hiervoor de notitie Omzetkengetallen Detailhandel 2015 (rapportage juni 2016), waaraan diverse onderzoeksbureaus zich hebben gecommitteerd, waaronder Bureau Stedelijke Planning.

gemeenten). Voor de gehele gemeente Lochem gaan we uit van een bandbreedte van de helft tot twee-derde, te weten: 14,5% tot 19%.

- **Toeristische bestedingen:** Van de totale toeristische bestedingen van € 26,6 miljoen aan dagelijkse detailhandel in de Achterhoek komt jaarlijks 12% in de gemeente Lochem terecht. Dit betreft een totale besteding in de dagelijkse detailhandel van € 3,2 miljoen in de gemeente Lochem.²²
- **Gemiddelde vloerproductiviteit:** De vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde supermarkt per jaar per m² wvo omzet. Het Nederlandse gemiddelde van € 8.381 (exclusief BTW) is gehanteerd (Bron: detailhandel.info, 2015).
- **Aanbod aan supermarkten.** Gevestigd aanbod aan supermarkten in de gemeente Lochem op basis van de Supermarktgid (juli 2017) aangevuld met eigen inventarisatie. In totaal bedraagt het supermarktaanbod 8.902 m² wvo (winkelvloeroppervlakte). Zie voor een compleet overzicht van alle supermarkten in de gemeente bijlage 2.

PARAMETER	2017	2030	2030
		TOEVLOEIING 14,5%	TOEVLOEIING 19%
Inwoners	33.300	33.600	33.600
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.022	€ 2.022	€ 2.022
Bestedingspotentieel in € mln	€ 67	€ 68	€ 68
Bestedingspotentieel in € mln, incl. inkomenscorrectie	€ 68	€ 68	€ 68
Koopkrachtbinding	91%	91%	91%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 62	€ 62	€ 62
Koopkrachttoevloeiing	14,5%	14,5%	19,0%
Omzet door toevloeiing in € mln	€ 10	€ 11	€ 15
Totale bestedingen (excl. toerisme) in € mln	€ 72	€ 73	€ 77
Bestedingen toerisme in € mln	€ 3,2	€ 3,2	€ 3,2
Totale bestedingen (incl. toerisme) in € mln	€ 75,4	€ 76,1	€ 80,1
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 8.381	€ 8.381	€ 8.381
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 8.470	€ 8.543	€ 8.998
Haalbaar aanbod (in m ² wvo)	8.997	9.074	9.557
Gevestigd aanbod (in m ² wvo)	8.902	8.902	8.902
Uitbreidingsruimte in m ² wvo	95	170	650

TABEL 7 DISTRIBUTIEVE TOETS SUPERMARKTAANBOD KERN LOCHEM

²² Berekening: € 26,6 miljoen (totaal Achterhoek) * 12% (aandeel Lochem)

De distributieve ruimte in de gemeente Lochem bedraagt 170 m² tot 650 m² wvo in 2030. Daarbij is het aannemelijk dat vernieuwde supermarkten in staat zullen zijn koopkrachtstromen te wijzigen. Dat willen zeggen de koopkrachtbinding en/of –toevloeiing te vergroten. Dit geldt zeker voor een moderne Lidl van deze maatvoering. Hierdoor zal de distributieve ruimte nog hoger kunnen uitvallen.

2.2 RUIMTELIJK KWALITATIEVE TOETS

Naast kwantitatieve zijn er ook diverse kwalitatieve motieven om de verplaatsing en uitbreiding van Lidl te faciliteren:

- **Schaalvergroting is een dominante trend**, vooral ingegeven uit kwalitatieve overwegingen. Meer ruimte voor voorzieningen voor klanten (bijvoorbeeld toilet), gangpaden, presentatie assortiment, promoties en beleving. Daarmee inspeland op de behoefte van de moderne consument aan schaalvergroting ('alles onder één dak') en versbeleving. De toegevoegde meters betekent dus niet evenredig een toevoeging aan assortiment.
- **Uitbreiding of optimalisatie van de winkel is niet mogelijk op de huidige locatie.** Door fysieke barrières van de rivier de Berkel aan de noordkant, de Prins Bernhardweg aan de zuidkant en monumentale bebouwing aan de oost- en westkant kan Lidl op de huidige locatie niet uitbreiden.
- **Uitbreiding nodig om huidige klanten beter te bedienen.** Met de huidige maat van 897 m² wvo voldoet de winkel niet meer aan de wensen van zowel Lidl als de consument. Klanten hebben in steeds grotere mate de neiging supermarkten met een dergelijke maatvoering over te slaan. Bij uitblijven van relocatie en uitbreiding zal Lidl met name haar functie voor bewoners uit de omliggende kernen in de gemeente Lochem verliezen.



FIGUUR 5 NIEUWE FORMULE LIDL IN HALSTEREN

Bron: eerder onderzoek Bureau Stedelijke Planning

- **Uitbreiding heeft positieve invloed op klantenstromen.** Lidl neemt een bijzondere positie in binnen het supermarktlandschap. Lidl weet een hoge kwaliteit voor de laatste prijs te bieden. De formule slaat aan bij de hedendaagse consument. De modernisering zorgt ervoor dat bestaande klanten beter worden bediend (een hogere omzet per klant) en ook nieuwe

klanten worden aangeboord, ook vanuit de buurplaatsen. De ondernemers in het centrum van Lochem zullen meeprofiten van de deels nieuwe klantenstroom die de vernieuwde Lidl aanboort. Een moderne Lidl zal in staat zijn de koopkrachtbinding te behouden of zelfs positief te beïnvloeden (oftewel de afvloeiing te verminderen).

- **Invulling van braakliggend terrein nabij het centrum.** Het mes snijdt bij deze verplaatsing aan twee kanten: Met het initiatief zal invulling worden gegeven aan een momenteel (deels) braakliggende terrein nabij het centrum van Lochem. De entree van de kern krijgt een aantrekkelijke invulling. Daarnaast zal bij doorgang van de voorgestelde verplaatsing de huidige locatie wegbestemd worden als supermarktllocatie. Het pand dat Lidl achterlaat zal worden ingenomen door een fietsenwinkel. Leegstand wordt voorkomen.
- **Verbeterde relatie met centrum Lochem.** De fysieke loopafstand tot het centrum van Lochem is korter op de beoogde locatie van Lidl en bedraagt nog slechts 80 meter.



FIGUUR 6 AFSTAND HUIDIGE EN BEOOGDE LIDL TOT CENTRUM LOCHEM

Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

- **Ruimtelijke evenwichtige spreiding supermarktaanbod centrum.** De beoogde verplaatsing en uitbreiding zorgt voor een ruimtelijke evenwichtige spreiding van het supermarktaanbod in het centrum met aan de oostkant de combinatie Albert Heijn/Jumbo en aan de westkant de vernieuwde Lidl. Dit zorgt voor een betere ruimtelijke doorbloeding van het centrum.
- **Uitbreiding vereist in het huidige concurrentieveld.** Uitbreiding is nodig om te kunnen blijven concurreren met omliggende (hard)discount formules. Het aanbod (hard)discount in de omgeving is de afgelopen jaren flink toegenomen en/of vernieuwd zowel in aantal vestigingen als winkelvloeroppervlakte.
- **Optimaliseren van de parkeervoorziening.** Momenteel is er sprake van een suboptimale parkeervoorziening en op de huidige locatie zijn geen mogelijkheden om dit te verbeteren. Op de beoogde locatie is het wel mogelijk om voldoende parkeerplaatsen te realiseren. Daarmee verbetert de doorstroming en verkeersveiligheid.

2.3 CONCLUSIE BEHOEFTE

Kwantitatief

- De distributieve ruimte voor supermarkten in de gemeente Lochem bedraagt 170 tot 650 m² wvo in 2030. Deze behoefte is meer dan voldoende om de uitbreiding van Lidl Lochem van 469 m² wvo kwantitatief te verantwoorden.
- Daarbij is het aannemelijk dat de vernieuwde supermarkt in staat zal zijn koopkrachtstromen te wijzigen. Dat willen zeggen de koopkrachtbinding en/of -toevloeiing te vergroten. De modernisering zorgt ervoor dat bestaande klanten beter worden bediend (een hogere omzet per klant) en ook nieuwe klanten worden aangeboord, ook vanuit de buurplaatsen. Dit geldt zeker voor een moderne Lidl van deze maatvoering. Hierdoor zal de distributieve ruimte nog hoger kunnen uitvallen.

Kwalitatief

- De beoogde schaalvergroting is ingegeven uit kwalitatieve overwegingen. De toegevoegde meters zal dus niet evenredig een toevoeging aan assortiment betekenen. Met de uitbreiding zal Lidl in staat zijn haar klanten beter te bedienen. Een moderne Lidl zal in staat zijn de koopkrachtbinding te behouden of zelfs positief te beïnvloeden (oftewel de afvloeiing te verminderen).
- Daarbij snijdt het mes aan twee kanten: Met het initiatief zal invulling worden gegeven aan een momenteel (deels) braakliggende terrein nabij het centrum van Lochem. De entree van de kern krijgt een aantrekkelijke invulling. Ook zal de verplaatsing zorgen voor een betere evenwichtige ruimtelijke spreiding van het supermarktaanbod in het centrum. Dit zorgt voor een betere ruimtelijke doorbloeding van het centrum. Het pand dat Lidl achterlaat zal worden genomen door een fietsenwinkel. Leegstand wordt voorkomen.

Slotsom: De verplaatsing en uitbreiding van Lidl Lochem voorziet zowel in een kwantitatieve als kwalitatieve behoefte.

3 RUIMTELIJKE EFFECTEN UITBREIDING LIDL

Vaste lijn van de jurisprudentie is dat aannemelijk moet worden gemaakt dat het plan niet tot overcapaciteit, en daarmee tot een onaanvaardbare toename van de leegstand zal leiden, met negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat.

In dit hoofdstuk zijn de effecten van de verplaatsing en uitbreiding van Lidl in Lochem op het centrum van Lochem en de overige kernen van de gemeente geanalyseerd. Het betreft een verplaatsing van circa 450 meter hemelsbreed en een uitbreiding van 469 m² wvo ten opzichte van de huidige locatie.

3.1 ECONOMISCHE EN RUIMTELIJKE IMPULS

IMPULS VOORZIENINGENNIVEAU EN UITSTRALINGSEFFECTEN LOCHEM >>

- **Impuls voorzieningenniveau:** De verplaatsing en uitbreiding van Lidl zal zorgen voor een impuls van het voorzieningenniveau in het centrum van Lochem. De huidige locatie van Lidl ligt op zo'n 180 meter van het centrum. Op de beoogde locatie zal dit nog slechts 80 meter bedragen. Deze korte afstand verbetert de relatie met het centrum, waar ook andere winkeliers van kunnen profiteren.
- **Extra klantenstroom:** Het centrum van Lochem profiteert van een nieuwe grotere klantenstroom die Lidl aanboort. Een belangrijk deel is additioneel ten opzichte van de huidige situatie. Oftewel, dit zijn klanten die nu (nog) niet het centrum bezoeken.
- **Structuurversterking.** Door de verplaatsing en uitbreiding van Lidl Lochem is er per saldo sprake van structuurversterking. Immers, de winkel heeft met de huidige maat en op de huidige locatie een beperkte toekomst op de langere termijn. Door verplaatsing en uitbreiding van Lidl wordt er een moderne supermarkt op een perspectiefrijke locatie gerealiseerd.
- **Versterking vestigingsklimaat** Een aantrekkelijke supermarkt die aan de moderne maatstaven voldoet, draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven, en daarmee aan het concurrentieprofiel van geheel Lochem.

De genoemde impuls en uitstralingseffecten zijn het grootst in de directe projectomgeving, maar stralen ook uit naar buiten dat gebied.

ECONOMISCHE BIJDRAGE >>

De verplaatsing en uitbreiding van Lidl zal vooral een economische impuls geven in de vorm van:

- **Tijdelijke effecten:** gedurende de realisering van de supermarkt ontstaat tijdelijke werkgelegenheid, vooral in de bouwnijverheid. Maatgevend voor deze tijdelijke (project)effecten zijn de stichtings- en overige (inrichtings)kosten, inclusief eventuele aanpassingen aan de omliggende infrastructuur.
- **Structurele effecten:** de uitbreiding van de supermarkt brengt niet alleen een tijdelijk effect gedurende de realisatiefase, maar ook een structureel werkgelegenheidseffect. De werkgelegenheidsvraag betreft hoofdzakelijk lager en middelbaar geschoold personeel. Bekend is dat lager opgeleiden veelal dicht bij hun woning werk vinden/hebben. Het gros van het werkgelegenheidseffect zal dus toe te schrijven zijn aan de kern Lochem of overig gemeente Lochem.

3.2 VERDRINGINGSEFFECTEN

ECONOMISCHE VERDRINGINGSEFFECTEN >>

Behalve positieve effecten zijn er ook enige verdringingseffecten te verwachten binnen Lochem en de kernen in de overige gemeente. Het verdringingseffect is het deel van de extra omzet voor Lidl welke ten koste gaat van de andere bestaande detailhandel in de gemeente, hoofdzakelijk van de supermarkten. N.B.: De effecten zijn alleen becijferd voor de gemeente Lochem. Daarbuiten zijn de effecten vanwege de afstand zeer gering.

De uitbreiding van Lidl bedraagt 469 m² wvo. Onze ervaring leert dat hooguit de helft van de te verwachten omzetclaim van de uitbreiding van Lidl kan worden getraceerd als omzeterdrijving bij bestaande supermarkten. De andere helft is afkomstig van andere kanalen binnen het verzorgingsgebied (denk aan winkels in benzinestations, internet, horeca andere (dagelijkse) winkels). Ook treedt marktverruiming op, op te vatten als additionele omzet. Geprojecteerd op het totale supermarktaanbod in Lochem bedraagt het maximale verdringingseffect 4,7%.²³

Doordat een supermarkt voornamelijk een claim is op de dagelijkse bestedingen, treft het vooral het bestaande supermarktaanbod. De mate van verdringing voor individuele supermarkten en winkelgebieden hangt vooral af van:

- **Overlap in formule en functie:** hoe meer gelijkenis met het format en overlap in functie (metrage, verzorgingsbereik, formule, prijsstelling, doelgroep), hoe groter het effect.

²³ Berekening: 469 (uitbreiding Lidl) / 4.995 (totale supermarktaanbod gemeente Lochem) * 100% / 0,5 = 4,7%

- **Verplaatsing en/of uitbreiding dan wel een nieuwe vestiging.** In aansluiting hierop speelt mee of het om een uitbreiding of een nieuwe vestiging betreft. Bij een uitbreiding en/of verplaatsing is de additionele omzetclaim beperkter dan die van een nieuwe winkel. Immers, een belangrijk deel van de omzet van een te verplaatsen winkel wordt meegenomen. In het geval van Lidl gaat het om een uitbreiding van 469 m² wvo, waardoor de impact op het reeds gevestigde supermarktaanbod beperkter is dan bij nieuwvestiging.
- **Overlap in verzorgingsgebied en afstand tot de supermarkt:** hoe groter de overlap, des te groter het effect. De afstand (in reistijd) tussen het project en de betreffende supermarkt is vaak maatgevend. Buiten de 10 autominuten is het effect vaak verwaarloosbaar. In dit geval zullen de effecten met name voelbaar kunnen zijn in Lochem zelf. Daarnaast kunnen ook de supermarkten in nabijgelegen kernen een minimale omzetsderving opmerken.
- **Het functioneren van de betreffende supermarkt:** naarmate een supermarkt beter functioneert, zal de relatieve verdringing groter zijn, zal deze ook fors worden gevoeld in termen van winstgevendheid, maar heeft het ook minder effect op het toekomstperspectief van de supermarkt. Supermarkten die al matig of slecht functioneren, lopen echter een groter gevaar onvoldoende perspectief te hebben als gevolg van de nieuwvestiging, gesteld dat er sprake is van overlap in functie, verzorgingsgebied en formule.

EFFECTEN OP LEEGSTAND >>

De gemeente Lochem had in 2016 een winkelleegstand van circa 7% van het totale winkelvloeroppervlakte (circa 58.000 m² wvo). Dit is relatief laag in vergelijking met het landelijk gemiddelde van circa 10%.

Voor de toename van leegstand gaan we er op basis van ervaringscijfers van uit dat elke 1% omzetsderving leidt tot een leegstandtoename van 0,5% van het huidige gevestigde aanbod. Immers, omzetsderving gaat niet 1-op-1 gepaard met een stijging van leegstand. Dit komt doordat een (kleine) omzetsdaling ondernemers niet direct in de gevarezone brengt. Daar waar dit mogelijk wel dreigt zullen ondernemers er alles aan doen de exploitatie te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten of ondernemersfee) en/of verhoging van de omzet. Mocht het aanbod (Q) toenemen, dan daalt de prijs (P) van vastgoed vermoedelijk, wat weer (meer) vraag oproept. Dit staat bekend als de prijselasticiteit van de vraag.

Een indicatieve omzetverdringing van 4,7% kan theoretisch leiden tot een leegstandstoename van maximaal circa 117 m² wvo in de gemeente Lochem²⁴. De kans op uitval is gering, laat staan dat de ontwikkeling leidt tot een dusdanig grote uitval of sterk oplopende leegstand dat daarmee sprake is van een onaanvaardbare aantasting het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat.

²⁴ Berekening: $0,5 \cdot 4,7\%$ (verdringingseffect) $\cdot 4.995$ m² wvo (totale supermarktaanbod gem. Lochem) = 117 m² wvo

3.3 EFFECTEN OP DORPSCENTRA

EFFECTEN OP DORPSCENTRUM LOCHEM >>

De Lidl in Lochem heeft niet enkel een functie voor de inwoners van Lochem, maar net als de andere supermarkten in de kern, ook voor de inwoners van omliggende kernen in de omgeving. De modernisering zorgt ervoor dat bestaande klanten beter worden bediend (een hogere omzet per klant) en ook nieuwe klanten worden aangeboord, ook vanuit de buurplaatsen. De ondernemers in het centrum van Lochem zullen meeprofiten van de deels nieuwe klantenstroom die de vernieuwde Lidl aanboort. Een moderne Lidl zal in staat zijn de koopkrachtbinding te behouden of zelfs positief te beïnvloeden (oftewel de afvloeiing te verminderen). Echter, als modernisering uitblijft, zullen klanten uit omliggende kernen eerder geneigd zijn om andere Lidl-vestigingen met betere uitgangspunten te verkiezen boven Lidl Lochem. De afvloeiing van koopkracht vanuit Lochem naar Lidl-vestigingen in Neede, Warnsveld, Zutphen en Goor zal dan toenemen.

Uiteraard zullen de supermarkten in het dorpscentrum van Lochem ook enige omzet kunnen derven. Gegeven de overlap in functie en doelgroep verwachten wij dat de Aldi en Jumbo in Lochem de meeste effecten zal bemerken. Deze winkels ondervinden de meeste concurrentie van Lidl.

EFFECTEN OP OMLIGGENDE DORPSCENTRA >>

Het overige aanbod in de gemeente Lochem zal in nog mindere mate de verplaatsing en uitbreiding van Lidl opmerken. Het aanbod in kernen als Eefde, Gorssel, Harfsen en Almen liggen allemaal op meer dan 10 autominuten reisafstand. De ervaring leert dat de effecten, zowel positief (afgeleide bestedingen van extra bezoekers door uitbreiding Lidl) als negatief (omzetderving voor de supermarkten in kwestie), dan niet of nauwelijks meer traceerbaar zijn.

De omliggende kernen Laren en Barchem liggen beide binnen de 10 autominuten reisafstand. Doordat de inwoners in het nabijgelegen Laren (Plus) en Barchem (Attent) enkel over een supermarkt beschikken, bestaat er wel een reële kans dat de afvloeiing vanuit deze twee plaatsen naar Lochem met een nieuwe Lidl groter zal worden. De afstand tussen de kern Laren en de projectlocatie bedraagt circa 5,5 kilometer (7 autominuten), waardoor Lidl een ruime en moderne een aantrekkelijke aanvulling is op het aanbod dat de Plus in Laren biedt. Ditzelfde geldt voor Barchem waar de afstand circa 6 kilometer (10 autominuten) bedraagt.

Kortom, de dorpscentra rondom Lochem zullen noch de lusten noch de lasten ervaren. Daarmee is uitgesloten dat de uitbreiding van Lidl ten opzichte van de feitelijke situatie gevolgen heeft voor het voorzieningenniveau in de bestaande centra van de gemeente Lochem.

3.4 CONCLUSIE TOETS AAN DE LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

De bevindingen zoals die in dit hoofdstuk zijn gepresenteerd, worden hier afgezet tegen de beleidskaders, vanuit rijk (artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening, ook wel de ‘Ladder voor duurzame verstedelijking’.

TOETS AAN DE LADDER >>

Is er een actuele behoefte aan de uitbreiding (en verplaatsing) van de Lidl in Lochem?

- Het initiatief uitbreiding en verplaatsing Lidl Lochem voorziet in een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte.
- Doordat er distributieve ruimte c.q. behoefte is in de gemeente Lochem, en Lidl een bijzondere positie binnen het supermarktlandschap inneemt, bestaat er geen vrees voor het ontstaan van overaanbod in het supermarktsegment of uit ruimtelijk oogpunt onaanvaardbare leegstand.
- Slotsom: De voorziene supermarkt kan de toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking doorstaan.

Effecten op leegstand

De uitbreiding van Lidl leidt tot een indicatieve omzetverdringing van 4,7% voor de supermarkten in de gemeente Lochem en tot een theoretische leegstandstoename van maximaal circa 117 m² wvo in de gemeente. De effecten zijn niet van dien aard dat er sprake is van sterk oplopende leegstand en daarmee aantasting van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat. Nog een overweging: huidige locatie Lidl wordt heringevuld met een fietsenwinkel en een braakliggend terrein krijgt een aantrekkelijke herinvulling. Leegstand alhier wordt voorkomen.

Effecten op de dorpscentra

- De beoogde uitbreiding van Lidl Lochem doet geen afbreuk aan de dorpscentra in de gemeente Lochem.
- Voor het dorpscentrum en de overige supermarkten in Lochem geldt dat het negatief (omzet)effect grotendeels wordt gecompenseerd door de afgeleide omzet door afgeleide bestedingen van de extra klantenstroom die Lidl door de uitbreiding genereert. Er zal slechts sprake zijn van een licht negatief effect dat nauwelijks waarneembaar zal zijn.
- Voor de meeste andere dorpscentra in de gemeente Lochem is de afstand dusdanig groot (> 10 autominuten) dat effecten, positief en negatief, verdampen. De kernen Laren (circa 7 autominuten en Barchem (circa 10 autominuten) zullen mogelijk geringe afvloeiing ervaren, de effecten hiervan zijn echter verwaarloosbaar.
- Als Lidl niet de mogelijkheid heeft de winkel te optimaliseren blijven kansen onbenut en zal de afvloeiing naar omliggende Lidl-vestigingen

toenemen. Hier is noch de inwoner/consument noch het dorpscentrum van Lochem mee gediend.

- We adviseren dan ook de modernisering en uitbreiding van winkel en parkeren van Lidl Lochem te honoreren, onder de randvoorwaarde dat de planologische titel supermarkten op de bestaande locatie wordt wegbestemd.

BIJLAGE 1 BEGRIPPENLIJST

Bruto verkoopvloeroppervlak (bvo)

Zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. Het gaat om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Distributieplanologisch onderzoek (DPO)

Manier om de (extra) vraag naar detailhandel of winkelgebieden te becijferen. In het DPO wordt een vergelijking van de (ontwikkeling van de) vraag (inwoners in het verzorgingsgebied) met het bestaand aanbod gemaakt.

Koopkrachtafvloeling

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachttoevloeling

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Plan capaciteit

Alle in het bestemmingsplan planologische toegestane detailhandelsruimtes, thans niet in gebruik zijnde als detailhandel, leegstand inbegrepen.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

BIJLAGE 2 DE LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit Ruimtelijke ordening (Bro) dienen overheden nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard te motiveren. Per 1 juli 2017 zijn de drie treden van de Ladder losgelaten en geldt het volgende:

Artikel 3.1.6 lid 2

De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van **de behoefte aan die ontwikkeling**, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Met de nieuwe Ladder is het mogelijk om bij flexibele bestemmingsplannen te besluiten om de Ladderplicht door te schuiven naar het moment van uitwerking. Het opstellen van de motiveringen blijft maatwerk, waarbij de specifieke lokale omstandigheden van groot belang blijven.

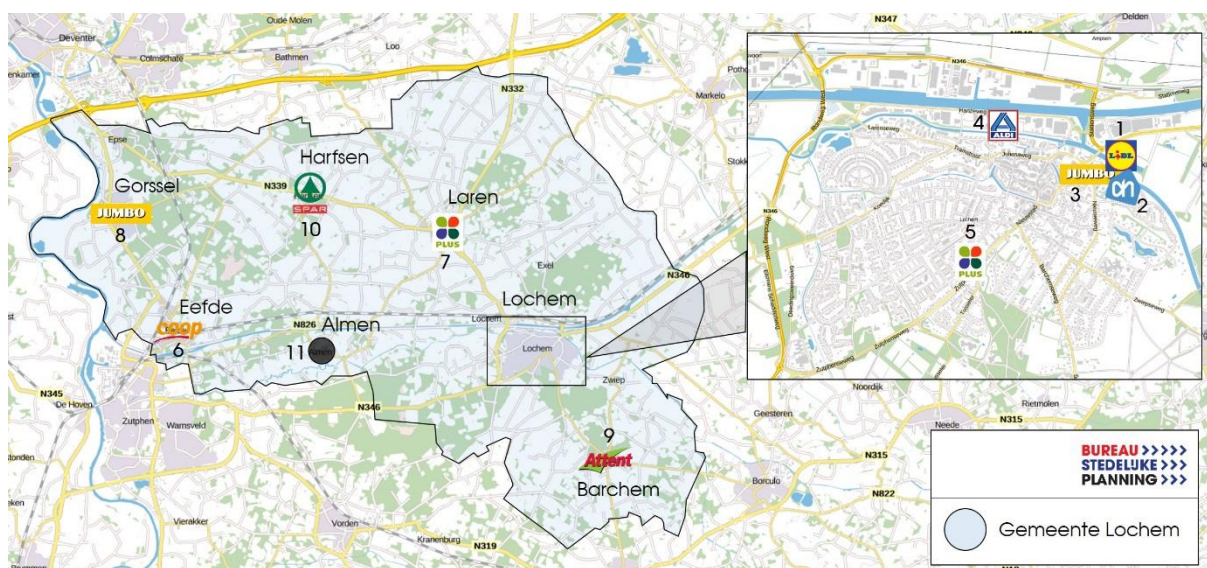
Een onderzoek naar de behoefte heeft tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening. Het Bro dient daarmee de belangen van zorgvuldig ruimtegebruik en ziet er op toe dat (structurele) leegstand wordt voorkomen.

Kwantitatieve en kwalitatieve onderbouwing

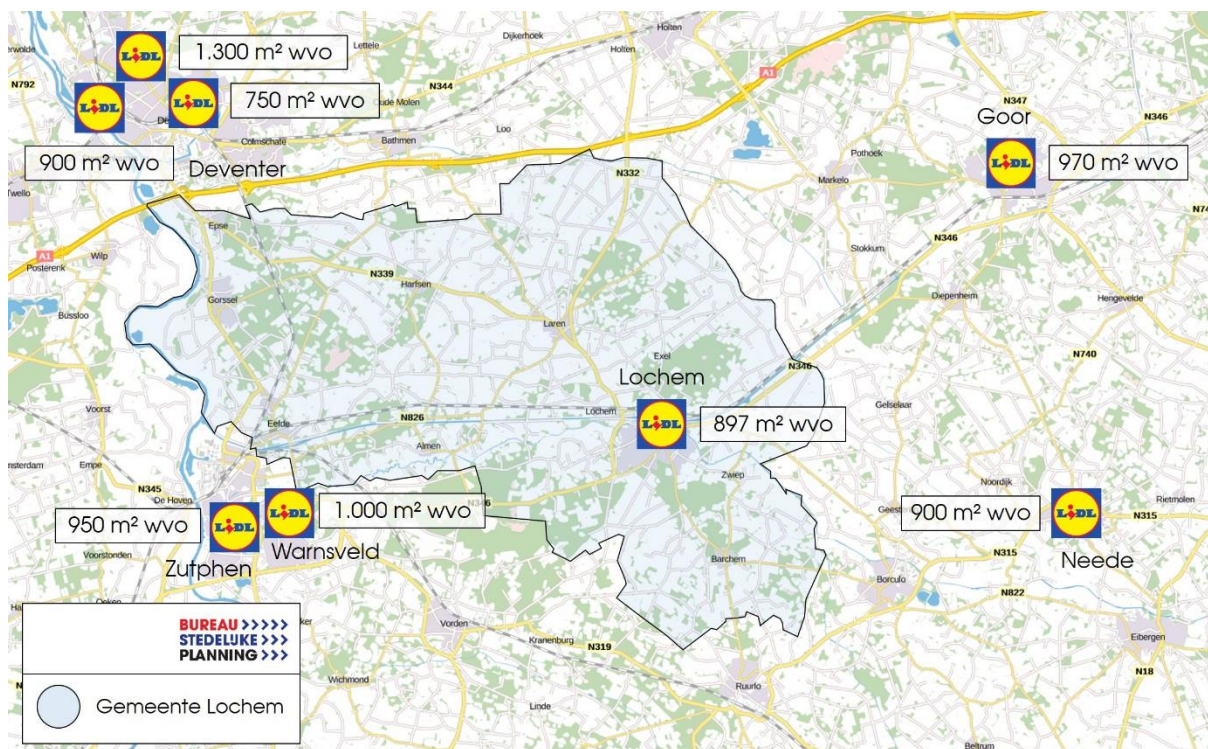
Een behoefte aan voorzieningen of commercieel vastgoed kan niet worden onderbouwd op basis van een visie, beleid of programma-afspraken. De Ladder vereist dat inzichtelijk wordt gemaakt wat de behoefte is aan de nieuwe stedelijke voorzieningen. De onderbouwing dient zowel kwantitatief als kwalitatief van aard te zijn. Kwantitatief duidt op het totale aanbod aan bijvoorbeeld supermarkten, en kwalitatief op het supermarkt-segment, het soort locatie en/of de functie. Het middel om de behoefte in beeld te brengen is marktonderzoek. De behoefte is gelijk aan de (extra) vraag minus het (geplande) aanbod binnen het onderzoeksgebied in de betreffende onderzoeksperiode.

NR	NAAM	ADRES	PLAATS	M² VVO	KASSA'S
1	Lidl	Prins Bernhardweg 11-13	Lochem	897*	6
2	Albert Heijn	Prins Bernhardweg 40	Lochem	994	9
3	Jumbo	Prins Bernhardweg 24	Lochem	941	6
4	Aldi	Hanzeweg 17	Lochem	1.000	6
5	Plus	Albert Hahnweg 97	Lochem	1.200	8
6	Coop	Schurinklaan 16	Eefde	790	7
7	Plus	Holterweg 10	Laren	1.000	8
8	Jumbo	Nijverheidsstraat 22	Gorssel	1.014	7
9	Attent	Lochemseweg 2	Barchem	270	2
10	Spar	Lochemseweg 130a	Harfsen	510	2
11	Superrr	Dorpsstraat 31b	Almen	286	1

Bron: Supermarktgids, juli 2017; inventarisatie Bureau Stedelijke Planning *huidig metrage



BIJLAGE 4 LIDL VESTIGINGEN OMGEVING LOCHEM



FIGUUR 7 LIDL VESTIGINGEN OMGEVING LOCHEM

Bron: BRT achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 5 FORMULESCHETS LIDL

Lidl is een Duits levensmiddelenbedrijf in het discountsegment. Het bedrijf is actief in een groot deel van Europa, met zo'n 10.000 winkels in 29 landen. Lidl is sinds 1997 in Nederland actief en exploiteert nu al ruim 400 winkels. Lidl meet bij voorkeur minimaal 1.200 m² bvo (bedrijfsvloeroppervlak) en idealiter 2.000 tot 2.500 m² bvo, is gelegen op een goede bereikbare en functioneel ingerichte zichtlocatie met minimaal 80 parkeerplaatsen.

Lidl profileert zich met “De hoogste kwaliteit voor de laagste prijs!”. Twee belangrijke principes liggen hieraan ten grondslag:

- **Eenvoud.** Lidl streeft naar de simpelste en voordeligste oplossingen met de hoogste kwaliteit. Met oog op het milieu wordt er zuinig omgesprongen met grondstoffen en energie. Deze kostenbesparing zien klanten terug in hun portemonnee.
- **De klant centraal.** Lidl is diverse malen uitgeroepen tot meest klantgerichte supermarkt door Customer Centric DNA Awards en “Beste winkelketen van Nederland 2015-2016” in de categorie supermarkten (ABN Amro).

De focus van Lidl is de afgelopen jaren verschoven van hard discount naar een scherpe prijs-kwaliteitsverhouding. Hierop scoort Lidl beter in vergelijking met Albert Heijn en Jumbo.²⁵ Zo is er tegenwoordig in veel Lidl-vestigingen ook een “bake-off” aanwezig, waar vers brood te koop is. Lidl al vijf jaar bekroond tot ‘De beste supermarkten in groente en fruit’ volgens het GfK Versrapport. Ook is Lidl de nummer één van Nederland in artikelen met de beste kwaliteit volgens het GfK.

In 2010 zagen 10,7% van de consumenten Lidl als primaire supermarkt, terwijl dit in 2015 gestegen is tot 12,8%. Daarnaast blijkt dat Lidl ook als secundaire en tertiaire supermarkt een fors aandeel inneemt van respectievelijk 18,2% en 13,1%. Dit telt gezamenlijk op tot 44%. Lidl neemt daarmee de tweede plek in, na Albert Heijn.²⁶

²⁵ Bron: Distrifood, whitepaper ‘Waarom Lidl succesvol is’

²⁶ Bron: Consumentenonderzoek 2015, Juni 2015, Deloitte Branchegroep Retail