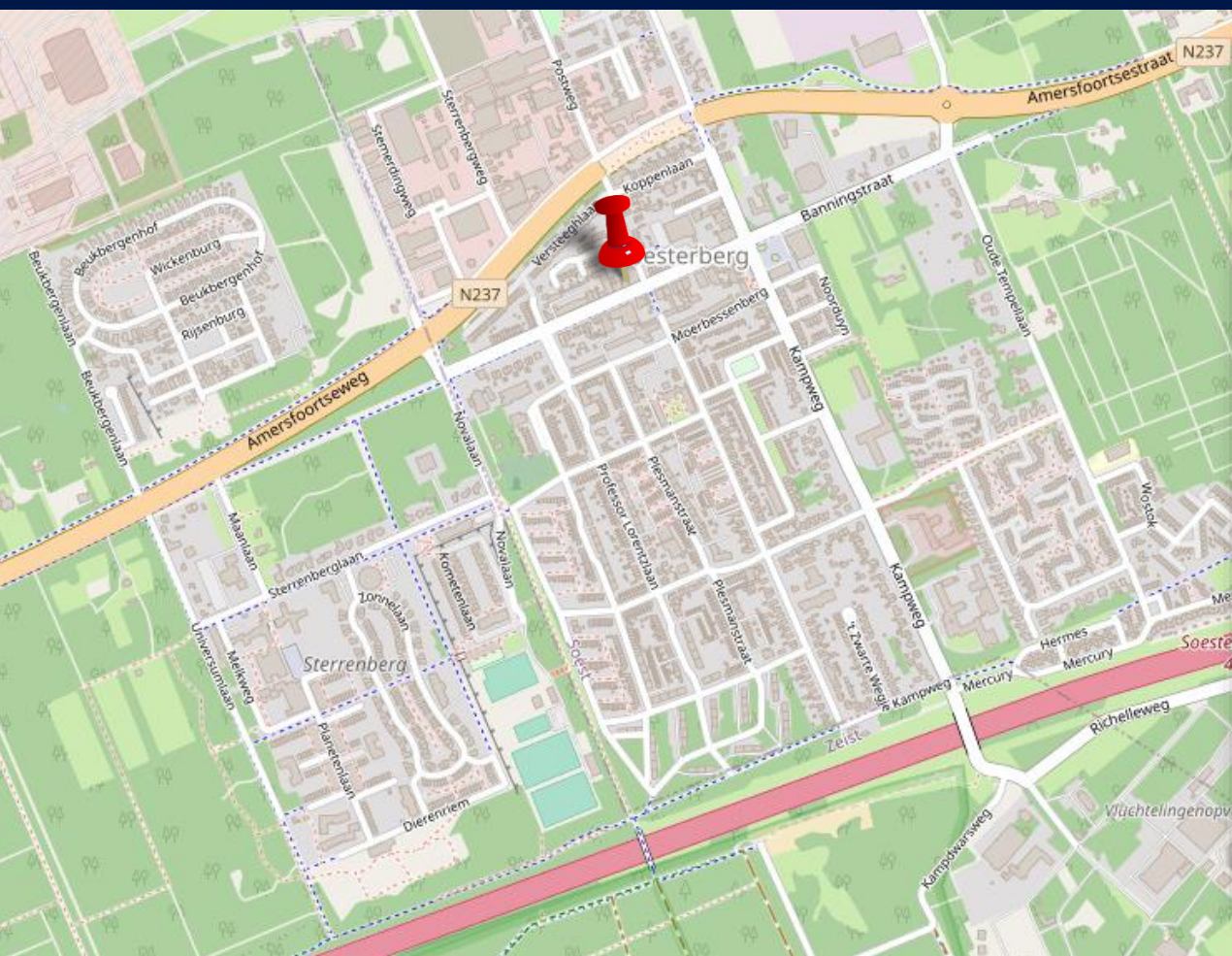


Distributieve marktanalyse

december 2019 (actualisatie april en september 2022)



RADEMAKERSTRAAT | SOESTERBERG



VOORGEVEL



LINKERZIJGEVEL



RECHTERZIJGEVEL



ACHTERGEVEL



Inhoudsopgave

Inleiding	3	Beleid	12
Locatie	4	Ontwikkelingen	15
Planbeschrijving	5	Distributieve analyse	16
Factsheet gemeente Soest	6	Ruimtelijke onderbouwing	18
Verantwoording afbakening Onderzoeksgebied	7	Resumerend	22
Factsheet Onderzoeksgebied	8	Disclaimer en contact	23
Aanbod analyse	9	Bijlagen	24
Bestemmingsplan	11		

Introductie

Voor u ligt een distributieve marktanalyse inzake het supermarktaanbod in Soesterberg. Aanleiding voor het opstellen van dit rapport vormen plannen van Samen Thuis in opdracht van de familie Putman om (uitbreiding van) een tweede (planologisch reeds bestaande) supermarktfunctie te realiseren aan de Rademakerstraat 18-30 in Soesterberg alsmede toevoeging van 40 woningen en circa 60 parkeerplaatsen.

In dat kader hebben initiatiefnemers Samen Thuis en Putman Beheer Soesterberg aan Bureau van der Weerd gevraagd om een distributieve marktanalyse op te stellen die inzichtelijk moet maken of er behoefte bestaat aan versterking van het supermarktaanbod en wat de effecten zijn voor het bestaande supermarktaanbod in het marktgebied en de directe omgeving wanneer de plannen doorgang zouden vinden. In dat kader is het planinitiatief in samenwerking met FORT Advocaten getoetst aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.

Het rapport is dusdanig opgebouwd dat eerst een zo volledig mogelijk inzicht wordt gegeven in de vraag en aanbodkant van het marktgebied. Vervolgens wordt nader ingezoomd op distributieve (on)mogelijkheden voor uitbreiding van supermarktaanbod. Van daar uit wordt gekeken of de plannen passen binnen bestaande beleidskaders van de gemeente Soest en of het initiatief in het kader van een goede ruimtelijke ordening daadwerkelijk kan worden onderbouwd.



Locatie



Planbeschrijving

Planbeschrijving

In de kern Soesterberg geldt op het perceel hoek van de Rademakerstraat-Van der Griendtlaan (huisadres Rademakerstraat 18-20) een planologische supermarktbestemming. Tot medio 2014 was Plus op deze locatie gevestigd met een supermarkt van 775 m² wvo (winkelvloeroppervlak) of wel circa 950 m² bvo. Na gereedkomen van de nieuwbouw aan de Rademakerstraat 6 verhuisde Plus naar deze nieuwe locatie met een wvo van 1.148 m² wvo (bron: Locatus, 2022). Om te voorkomen dat zich een concurrent op de 'oude' locatie zou vestigen, besloot Plus om deze locatie onder het motto "beter een dubbele huur dan halvering van de omzet" aan te houden, mede ook vanuit een contractueel vastgelegde exploitatieplicht.

Eind 2018 heeft Plus de huurovereenkomst beëindigd en werd door de familie Putman (pandeigenaar) een verkenning opgestart naar nieuwvestiging op de hoek Rademakerstraat-Van der Griendtlaan van een tweede supermarkt in Soesterberg. Inmiddels is sprake van een concreet plan voor herontwikkeling van deze locatie en is in samenspraak met de gemeente Soest besloten om de planologische procedure op te starten.

Het plan voorziet in het realiseren van een supermarkt van circa 1.850 m² bvo (inclusief circa 118 m² bvo op de eerste verdieping), wat neer komt op een wvo van circa 1.354 m² wvo voor de supermarkt. Circa 50 m² wvo is beoogd voor een speciaalzaak in groenten en fruit. Verder maakt de realisatie van 40 appartementen onderdeel uit van het plan, net als de toevoeging van circa 60 parkeerplaatsen op eigen terrein. Rekening houdend met 56 reeds aanwezige openbare parkeerplaatsen komt de beoogde totale parkeercapaciteit daarmee op 116 plekken.

Plangebied en artist impression





Factsheet gemeente Soest (CBS, 2021)

46.906
20.752

9% Westerse allochtonen
10% Nederland

Gemiddelde
huishoudgrootte



Autobezit per
huishouden



inwoners
huishoudens

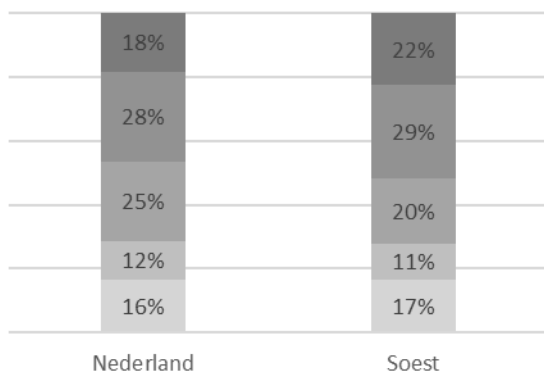
13% Niet-westerse allochtonen
14% Nederland

Inkomen per inwoner,
per jaar



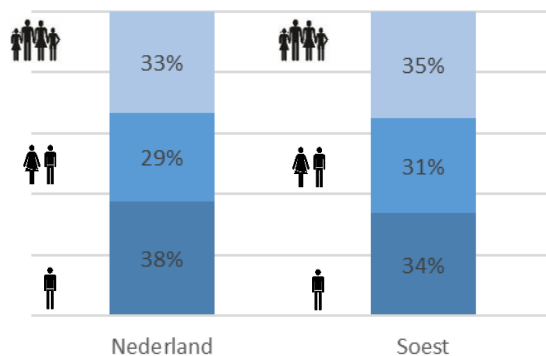
LICHT BOVENGEMIDDELD AANDEEL GEZINNEN
BOVENGEMIDDELD INKOMENSNIVEAU
RELATIEF OUDERE LEEFTIJDOPBOUW
BOVENGEMIDDELTE HUISHOUDENGROOTTE
BOVENGEMIDDELD AUTOBEZIT
LICHTE BEVOLKINGSGROEI TOT 2035
GEMIDDELTE VERGRIJZING TOT 2035

Leeftijdsverdeling



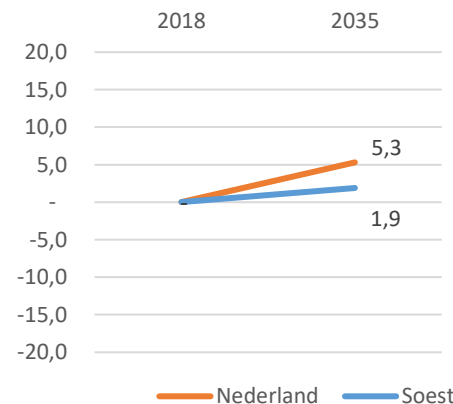
■ 0-14 ■ 15-24 ■ 25-44 ■ 45-64 ■ 65+

Huishoudsamenstelling



■ Eenpersoonshuishoudens
■ Huishoudens zonder kinderen
■ Huishoudens met kinderen

Bevolkingsprognose in % (2018 = 0)



Vergrijzing 2035*

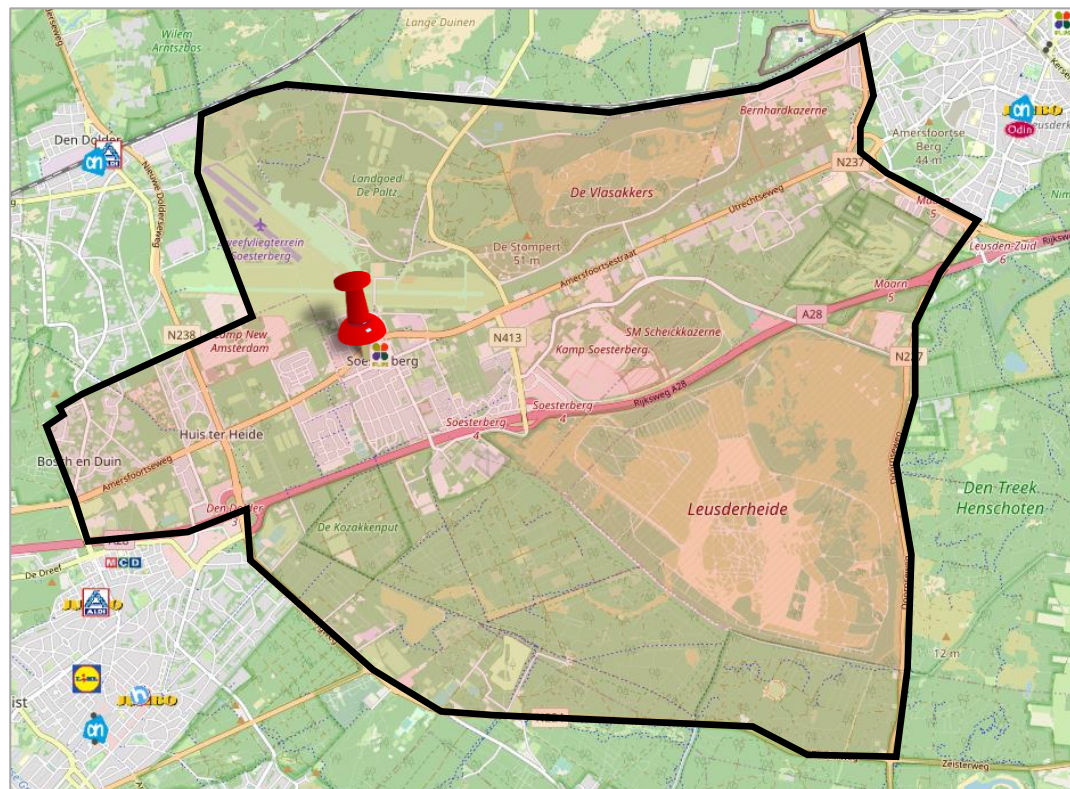
27%
Nederland (26%)
*Percentage 65-plussers

Verantwoording afbakening Onderzoeksgebied

Om de behoefte en effecten van eventuele uitbreiding van supermarktaanbod in Soesterberg zo zorgvuldig mogelijk te onderzoeken, is het van belang om de ruimtelijke context waar binnen het bestaande relevante supermarktaanbod functioneert goed in kaart te brengen. Uit jurisprudentie van de Raad van State blijkt dat het risico moet worden vermeden om een te klein onderzoeksgebied als vertrekpunt van het onderzoek te kiezen. Daarom is een Onderzoeksgebied afgebakend op basis van relevante onderzoeksdata, waaronder het Koopstromenonderzoek Randstad (2021), aanbodgegevens van Locatus (2022) en bij ons beschikbare data over de primaire oriëntatie in Soesterberg op hier gevestigde supermarkten (4Orange, 2019). Deze data is gecombineerd met een geografische analyse en locatiebezoek. Hierbij is gekeken naar geografische aspecten die van invloed zijn op maximale reistijd die consumenten bereid zijn af te leggen voor hun dagelijkse boodschappen (bijvoorbeeld fysieke barrières zoals spoorwegen, waterwegen, etc. die de reikwijdte van supermarktlocaties beïnvloeden). Daarnaast is gekeken naar de locatiekwaliteit van het bestaande supermarktaanbod.

Bovenstaande aanpak heeft geleid tot een begrenzing van het Onderzoeksgebied zoals rechts weergegeven. Dit Onderzoeksgebied telt volgens het CBS (2021, meest recente cijfers) 13.550 inwoners verdeeld bijna 5.600 huishoudens. Het Onderzoeksgebied strekt zich aan de noordkant uit tot de spoorlijn, aan de oostkant tot aan Amersfoort, aan de zuidkant tot aan de N224 en aan de westkant tot en met de wijk Bosch en Duin (gemeente Zeist). Draagvlak woonachtig in dit Onderzoeksgebied zal in belangrijke mate georiënteerd zijn op (toekomstig) supermarktaanbod in Soesterberg.

Afbakening van het Onderzoeksgebied





Factsheet Onderzoeksgebied (CBS, 2021)

13.550
5.575

10% Westerse allochtonen
10% Nederland

Gemiddelde
huishoudgrootte



Autobezit per
huishouden



inwoners
huishoudens

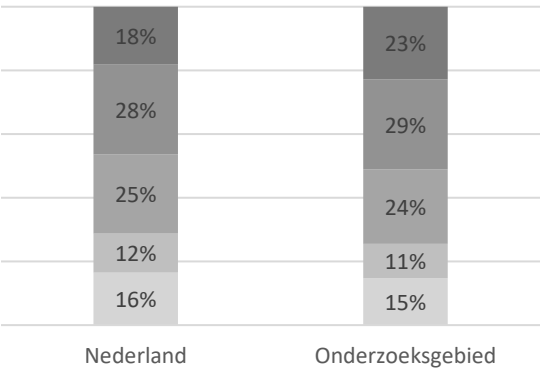
9% Niet-westerse allochtonen
14% Nederland

Inkomen per inwoner,
per jaar

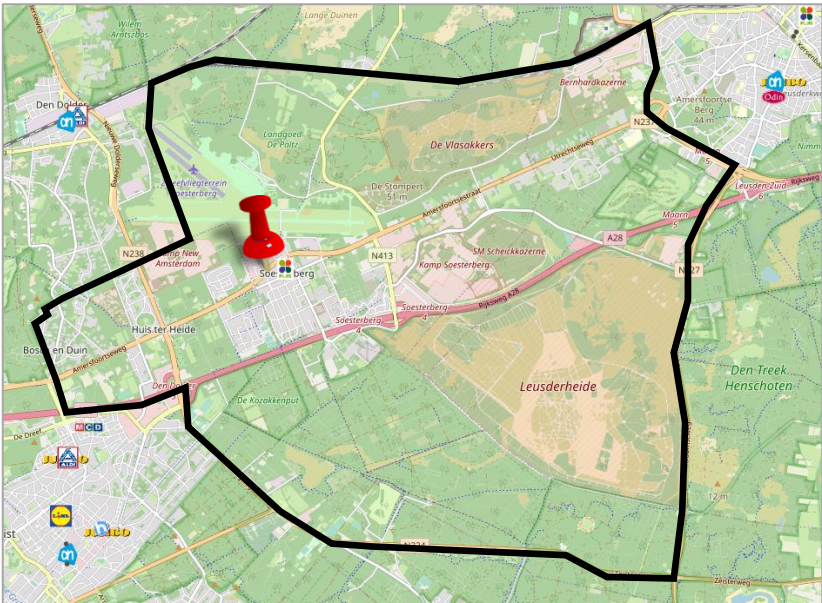
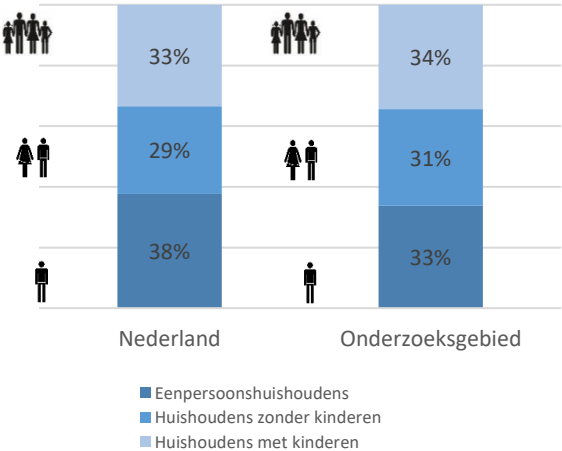


LICHT BOVENGEMIDDELD AANDEEL GEZINNEN
VER BOVENGEMIDDELD INKOMENSNIVEAU
RELATIEF OUDERE LEEFTIJDOPBOUW
BOVENGEMIDDELTE HUISHOUDENGROOTTE
BOVENGEMIDDELD AUTOBEZIT
BOVENGEMIDDELTE VERGRIJZING RICHTING 2035

Leeftijdsverdeling



Huishoudsamenstelling



Aanbodanalyse

In dit hoofdstuk worden de relevante in het marktgebied en de directe omgeving gevestigde supermarkten op basis van locatiebezoek aan een aanbodanalyse onderworpen en beoordeeld op hun onderlinge concurrentiekracht.

Plus, Rademakerstraat (Soesterberg)

Sinds 2014 beschikt Plus in Soesterberg over een moderne supermarkt van 1.148 m² vwo (7 kassa's). De Plus is goed zichtbaar en ligt centraal in de kern Soesterberg. De supermarkt wordt geëxploiteerd door ondernemer Van Soest en ligt op slechts 120 meter van de projectlocatie. In parkeren is rondom de supermarkt ruim voorzien op maaiveld op eigen terrein (circa 85 plekken, blauwe zone). Aan de overzijde is Kruidvat gevestigd alsmede een zelfstandig winkelbedrijf met huishoudelijke artikelen, speelgoed en doe-het-zelf aanbod. Direct naast de supermarkt is sprake van daghoreca en een kapsalon. De kwaliteit van de winkeloperatie is hoog en Plus werkt hier met een actueel formuleconcept.

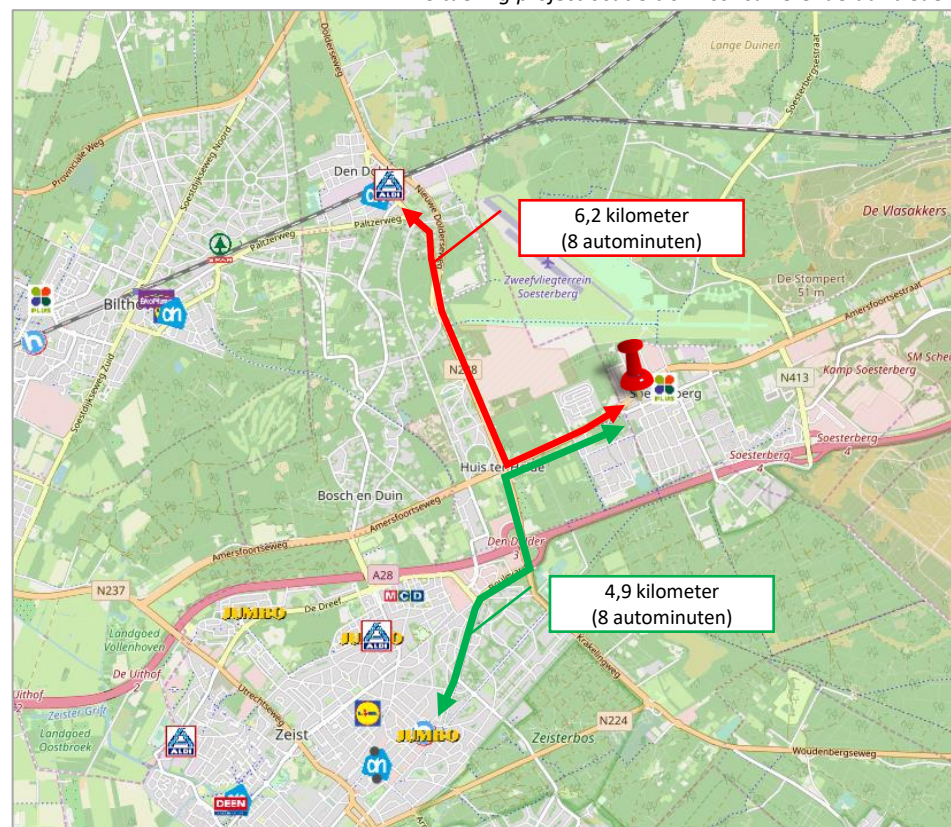
Concurrentiekracht: +

Albert Heijn, Paduaweg (Den Dolder)

Er is sprake van substantiële afvloeiing vanuit Soesterberg naar Den Dolder. Hier beschikt Albert Heijn over een bovengemiddeld sterk vestigingspunt van 2.288 m² vwo (16 kassa's, inclusief zelfscanners). Deze supermarkt is begin 2019 gemoderniseerd en werkt met diverse XL-elementen waaronder Sushi Daily. Parkeren is mogelijk zowel op maaiveld (blauwe zone) als in de parkeergarage welke richting supermarkt wordt ontsloten door een tapis roulant. De kwaliteit van de winkeloperatie is zeer hoog. De Albert Heijn ligt op 6,2 kilometer (8 autominuten) vanaf de projectlocatie. **Concurrentiekracht: +**

In Den Dolder is verder nog een Aldi gevestigd van 620 m² vwo (2 kassa's). Verder zal er nog enige afvloeiing plaatsvinden naar supermarkten in Zeist, met name in het centrum (Albert Heijn, Jumbo, Hoogvliet en Lidl). Dit supermarktaanbod ligt op circa 6 kilometer. De Albert Heijn in Den Dolder is echter makkelijker aan te rijden en biedt een hogere parkeerqualiteit.

Situering projectlocatie t.o.v. concurrerende aanbieders





Aanbodanalyse

Bureau van der Weerd heeft het supermarktaanbod in het marktgebied na een uitgebreid locatiebezoek in kaart gebracht en een beoordeling gegeven van de locatiekwaliteit op basis van een relatieve vijfpuntschaal (5=zeer goed). De resultaten van deze analyse zijn weergegeven in onderstaande tabel.



Supermarkt	Adres	m² WVO	Kassa's	Parkeerplekken	Zondagopenstelling	Afstand tot projectlocatie	Parkeerregime		Zichtbaarheid	Kwaliteit WVO	Kwaliteit parkeerplekken	Ligging marktgebied	Kwaliteit winkelomgeving	Actualiteit formule	Kwaliteit winkeloperatie	Over 15 jaar nog gevestigd?	
PLUS	Rademakerstraat 6B	1.148	7	85	12-18	120 m.	Blauwe zone	3	5	4	4	5	3	4	4	5	Ja
ALBERT HEIJN	Paduaweg 3 (Den Dolder)	2.288	16	>120	12-18	6,2 km	Blauwe zone/parkeergarage	3	4	5	4	4	4	5	5	5	Ja

Plus, Rademakerstraat, Soesterberg



Albert Heijn, Paduaweg, Den Dolder



Bestemmingsplan

Ter plaatse geldt het bestemmingsplan 'Soesterberg' onherroepelijk sinds 4 juli 2013. Op grond van dit bestemmingsplan geldt ter plaatse van de projectlocatie de bestemming Detailhandel (artikel 9). Binnen deze bestemming zijn de volgende functies planologisch toegestaan:

- detailhandel;
- wonen en kantoren op de verdieping;

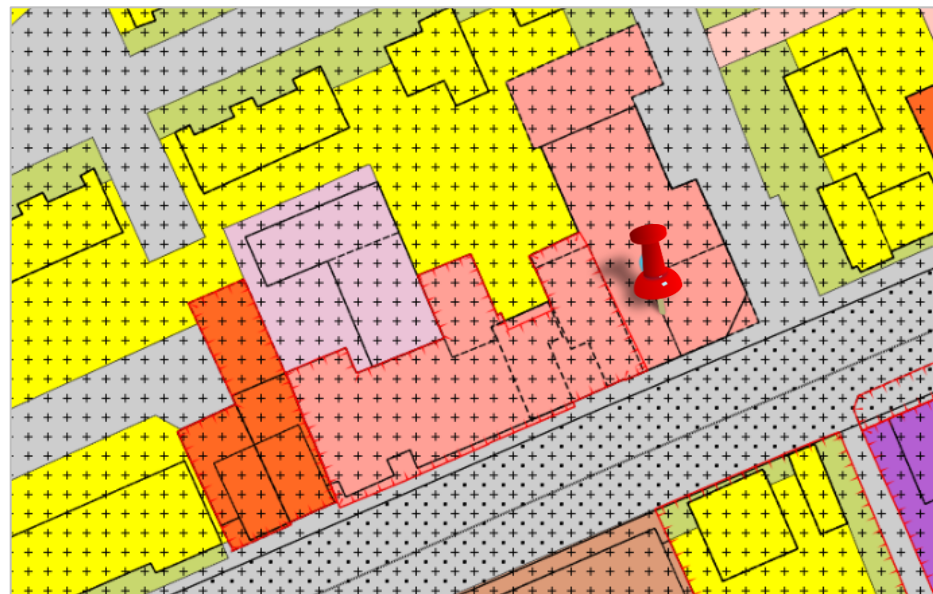
met de daarbij behorende:

- parkeervoorzieningen met bijbehorende ontsluitingsverhardingen;
- tuinen, erven en bedrijfsterreinen;
- overige voorzieningen, zoals groenvoorzieningen, water en verkeer;
- alsmede voor:
- ter plaatse van de functieaanduiding 'supermarkt', een supermarkt;
- ter plaatse van de functieaanduiding 'sport', een sportvereniging;
- ter plaatse van de functieaanduiding 'horeca van categorie 1', horeca in categorie 1 van de Staat van horeca-activiteiten in bijlage 3;
- ter plaatse van de functieaanduiding 'horeca van categorie 2', horeca in categorie 1 en 2 van de Staat van horeca-activiteiten in bijlage 3.

Verder geldt het volgende:

- Op 28 september 2017 heeft de gemeente een paraplu bestemmingsplan "Retail en nota parkeernormen auto en fiets" vastgesteld die van toepassing is op de projectlocatie. Hier geldt de 'Nota parkeernormen auto en fiets (3de herziening) d.d. 28 september 2017' waarbij conform hoofdstuk 3 uit deze nota voldaan moet worden aan de parkeernormen zoals opgenomen in bijlage 2 van de nota (opgenomen als bijlage 1 van de planregels)
- Er is sprake van een dubbelbestemming 'Waarde-Archeologie lage verwachting'.

Uitsnede [bestemmingsplan Soesterberg](#), onherroepelijk juli 2013)



Op grond van het bestemmingsplan is detailhandel op een groot deel van de projectlocatie reeds zonder meer toegestaan. Datzelfde geldt voor een supermarkt, nu de functieaanduiding 'supermarkt' op een aanzienlijk deel van de projectlocatie rust. De projectlocatie valt deels ook binnen de bestemmingen 'Kantoor', 'Wonen', 'Verkeer' en 'Tuin'. Hoewel een groot deel van deze functies ook in het beoogde project terugkomen, is de situering net wat anders dan die in het bestemmingsplan. Dit betekent dat voor realisatie van het beoogde project in zijn totaliteit een afwijking van het bestemmingsplan benodigd is, ofwel via een omgevingsvergunning voor afwijkend gebruik ofwel via een bestemmingsplanwijziging. In beide gevallen is medewerking van de gemeente benodigd.

Beleid

Gemeentelijk beleid

De detailhandelsvisie “Concentratie, Vernieuwing en Versterking” (2016-2026) is eind 2016 vastgesteld door de gemeenteraad. Dit beleidsdocument geeft een visie op de toekomstige detailhandelsstructuur in de gemeente Soest. De detailhandelsvisie heeft de volgende uitgangspunten:

- Het aantal winkelmeters wordt niet uitgebreid. Hier is geen marktruimte voor.
- De gemeente zet in op versterking van de bestaande winkelgebieden.
- De gemeente werkt mee aan het verminderen van het aantal winkels buiten de winkelgebieden door de mogelijkheid van functiewijzigingen (reactief).
- Soest en Soesterberg hebben beiden één hoofdwinkelgebied: Winkelpromenade Soestdijk voor Soest en de Rademakerstraat voor Soesterberg. We voeren geen tweepolig winkelbeleid.
- De gemeente de mengformule mogelijk binnen de winkelgebieden Winkelpromenade Soestdijk, Soest Zuid en de Rademakerstraat.
- Detaillisten en dienstverleners in deze winkelgebieden mogen (onder voorwaarden) 30 % van het bruto vloeroppervlak tot 25 m² vergunningsvrij inrichten als ondergeschikte, alcoholvrije ondersteunende horeca.
- Om winkelgebieden te versterken geeft de gemeente ruimte voor het organiseren van activiteiten (zoals kleinschalige evenementen ter ondersteuning van het winkelgebied), het realiseren van ondernemersfondsen (zoals de Bedrijven Investeringszone (BIZ) en hebben we aandacht voor schoon, heel en veilig.
- De gemeente zet in op het verbeteren van het parkeren in de winkelgebieden. In Winkelpromenade Soestdijk is de parkeerdruk hoog, daar zoeken we naar mogelijkheden om meer parkeercapaciteit te realiseren. Ook onderzoeken wij of we de parkeernorm kunnen aanpassen in de winkelgebieden.

- De gemeente hanteert ontwikkelscenario's voor supermarkten. De gemeente staat positief tegenover plannen als verplaatsing van de solitaire supermarkten Boni en Hoogvliet naar de gebieden Winkelpromenade Soestdijk en Soest Zuid. We zijn positief over een mogelijke samenvoeging van Smitshof en Overhees tot één winkelcentrum. **De gemeente ziet ruimte voor het toevoegen van een tweede volwaardige (discount) supermarkt in winkelgebied Rademakerstraat in Soesterberg.**
- De gemeente pick-up points mogelijk binnen en buiten winkelgebieden. Pick-up points zien we bij voorkeur in winkelgebieden. Een internetwinkel of groothandel op een bedrijventerrein kan een pick-up point realiseren maar mag daarbij geen goederen presenteren en klanten mogen niet ter plekke afrekenen.
- De gemeente zet in op afname van verspreide bewinkeling (proactief) door verplaatsing van winkels naar winkelgebieden en functiewijziging buiten winkelgebieden naar bijvoorbeeld wonen te stimuleren.



*Detailhandelsbeleid
gemeente Soest
(2016-2026)*



Beleid

Ten aanzien van een tweede supermarkt in Soesterberg wordt op pagina 23 en 24 specifiek benoemd:

*“In de berekening van de distributieve marktruimte in Soesterberg is ook de oude locatie van de Plus meegewogen. Deze heeft immers een supermarktbestemming. Er is in de dagelijkse sector winkelgebied in Soesterberg sprake van enig overaanbod. Bij de verwachte toename van de bevolking stijgt de vloerproductiviteit maar is er nog geen ruimte om nieuw winkelaanbod toe te voegen. **Er is wel ruimte voor het realiseren van een tweede, definitieve, supermarkt.** Een tweede, complementaire, supermarkt in het winkelgebied van Soesterberg (discountformule) geeft naar verwachting een koopkrachtbinding van 80%. Er is dan weliswaar sprake van enig overaanbod, maar dit overaanbod is groter wanneer de Plus de enige supermarkt is. Dat komt doordat de koopkrachtbinding met een winkelgebied met slechts één supermarkt vele malen lager ligt. **Toevoeging van een extra supermarkt leidt altijd tot verbetering van de bestaande situatie, mits de supermarkt complementair is aan het formuleconcept van Plus**”. In bijlage 3 is een aanvullende analyse opgenomen inzake complementariteit toegespitst op de situatie in Soesterberg.*

Als concreet beleidsuitgangspunt in het detailhandelsbeleid van de gemeente Soest wordt t.a.v. de Rademakerstraat in Soesterberg genoemd (pagina 29):

*“De groei van de bevolking van Soesterberg vergroot het draagvlak voor het winkelgebied. Omdat de consument behoefte heeft aan gemak, efficiëntie en voorzieningen graag binnen bereik heeft werken we mee aan beperkte uitbreiding van het niet dagelijks aanbod binnen het winkelgebied Rademakerstraat. Voor zover dit toevoegt aan het huidige aanbod. **Ook staan wij positief tegenover het realiseren van een tweede volwaardige (discount) supermarkt in het winkelgebied in de Rademakerstraat, complementair aan de Plus**”.*

Provinciaal beleid

Het provinciaal beleid is gericht op de bestaande winkelgebieden, daarbuiten zijn geen detailhandelsontwikkelingen toegestaan. Dit is bij de herijking van de Provinciaal Ruimtelijke Verordening 2016 (PRV) verankerd. Door de ‘druk’ (ruimtelijke schaarste) zoveel mogelijk te richten op bestaande winkelgebieden, wordt de markt gefaciliteerd: investeringen op (complexe) centrumlocaties worden daarmee eerder haalbaar.

De provincie faciliteert nieuwe ontwikkelingen vooral in de bestaande centra. Hierbij is het ook belangrijk nieuwe winkelvoorzieningen buiten de bestaande winkelgebieden af te remmen. Concentratie van winkels betekent ook een concentratie van koopstromen, wat het functioneren van het centrum bevordert.

Bij de herijking van de Provinciaal Ruimtelijke Verordening 2016 (PRV) zijn - in overleg met gemeenten - 171 winkelcentra in de provincie opgenomen. **Binnen deze centra zijn de gemeenten verantwoordelijk voor de aanpak van de knelpunten in de detailhandel en het benutten van de kansen voor vernieuwing van deze centra.** Hiermee wordt recht gedaan aan het lokale maatwerk en regionale afspraken die noodzakelijk zijn bij de aanpak van knelpunten in de detailhandel.

De Rademakerstraat en omgeving in Soesterberg behoort tot de hierboven genoemde 171 winkelcentra. Gemeentelijk beleid is derhalve leidend bij het benutten van de kansen voor vernieuwing voor dit centrumgebied.



Beleid

Geen uitbreiding van de bestaande winkelvoorraad

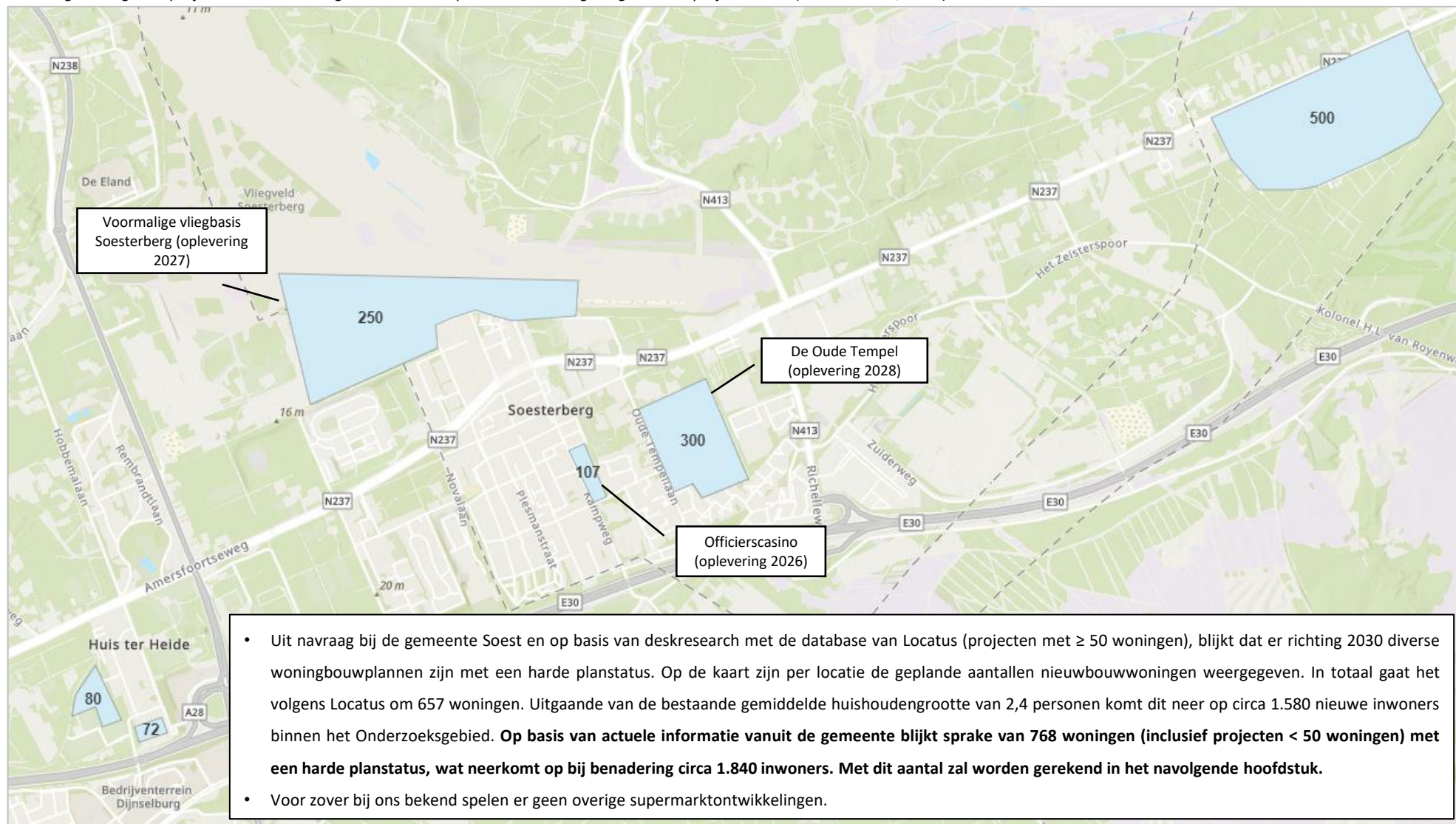
Zowel in het gemeentelijk als provinciaal detailhandelsbeleid wordt het uitbreiden van het bestaand metrage winkelvloeroppervlak als onwenselijk gezien. Uit een nadere analyse met een vergelijking van de winkelruimte die in het vigerende bestemmingsplan ter plaatse van het perceel Rademakerstraat 18-20 planologisch reeds mogelijk is én het metrage winkelruimte zoals beoogde het plan, blijkt dat de winkelruimte per saldo *afneemt*. Op dit moment is 1.904 m² bvo aan detailhandelsruimte reeds toegestaan, na realisatie van het plan zal sprake zijn van circa 1.800 m². *Planologisch gezien wordt de winkelvoorraad in het centrumgebied van Soesterberg daarmee verkleind en is er feitelijk geen sprake van een uitbreiding van het aantal winkelmeters*. Ook op het belangrijke beleidsuitgangspunt van zowel de gemeente als de provincie “geen uitbreiding van winkelruimte” is derhalve geen sprake van strijdigheid.

Conclusie

- Een supermarkt is ter plaatse van de projectlocatie reeds zonder meer toegestaan op grond van het vigerende bestemmingsplan. Binnen het beoogde project zou de supermarkt evenwel net anders worden gesitueerd en iets worden vergroot, vandaar dat toch een afwijking van het bestemmingsplan benodigd is.
- Het toevoegen van een supermarkt op de projectlocatie past eveneens in het gemeentelijk detailhandelsbeleid. In dat beleid wordt toevoeging van een extra supermarkt ter plaatse expliciet benoemd als beleidsuitgangspunt. De gemeente ziet dit als een verbetering van de bestaande situatie. De koopkrachtbinding aan het lokale winkelapparaat neemt toe en mogelijk zal sprake zijn van een grote mate van toevloeiing waar het gehele winkelaanbod in Soesterberg van kan profiteren.
- Bij voorkeur is wel sprake is van een complementaire formule. Plus opereert met een hoge servicegraad en relatief hoger prijsniveau aan de bovenkant van de markt. Een tweede, complementaire supermarkt kan zijn een formule uit het lagere segment of een formule die in staat is om een prijsfocus te combineren met service uit het midden- of hogere segment. Zie ook bijlage 3.
- De Provinciale Verordening van de provincie Utrecht (herijking 2016) geeft aan dat gemeentelijk beleid voor de lokale aanbodstructuur en het benutten van de kansen voor vernieuwing van deze centra leidend is.
- Een nadere analyse maakt duidelijk dat het plan juist voorziet in een verkleining van de bestaande winkelvoorraad en dat er expliciet geen sprake is van een uitbreiding van het aantal winkelmeters in de kern Soesterberg.
- Kortom; geconcludeerd moet worden dat het beoogde project past binnen de diverse geldende beleidskaders.

Ontwikkelingen

Situering woningbouwprojecten in Soesterberg met een harde planstatus en omgeving t.o.v. de projectlocatie (bron: Locatus, 2022)





Distributieve analyse (toelichting)

Inzicht in de (toekomstige) distributieve marktsituatie voor supermarkten is een belangrijke indicator om een goede inschatting te kunnen geven voor de mogelijkheden voor supermarktentwikkelingen. Daartoe wordt een distributieve benadering opgesteld op basis van bestaande onderzoeksdata, ruimtelijke kengetallen en ervaringscijfers.

Op basis van deze input wordt een inschatting gemaakt van de toekomstig haalbare marktruimte voor supermarktaanbod. Een distributieve benadering confronteert de vraagkant van de markt met de aanbodkant en geeft een goede indicatie van de aanwezige marktruimte in termen van onderaanbod, balans of overaanbod.

De vraagkant van de markt wordt bepaald door de besteding per hoofd, de omvang van het marktgebied (aantal inwoners, CBS), koopkrachtbinding (bestedingen van inwoners uit het marktgebied) en koopkrachttoevloeiing (bestedingen afkomstig van buiten het marktgebied). De aanbodzijde wordt bepaald door de omvang van het supermarktaanbod in m² wvo en de benodigde vloerproductiviteit (omzet per m² wvo).

Het relevante Onderzoeksgebied telt op dit moment 13.550 inwoners. Op basis van de meest actuele woningbouwprognoses van de gemeente Soest kan worden becijferd dat het aantal inwoners richting 2028 zal toenemen met circa 1.840 tot ongeveer 15.400. Met dit aantal zal worden gerekend om ook een beeld te geven van de distributieve mogelijkheden voor supermarkten na realisatie van de woningbouwplannen met een harde planstatus zoals nu bekend.

Het omzetpotentieel uit het Onderzoeksgebied wordt aangevuld met extra omzetpotentieel dankzij toevloeiing uit met name het secundaire marktgebied.

In distributieve berekeningen wordt uitgegaan van de landelijke gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking per jaar. Hiertoe is gebruik gemaakt van de [publicatie Omzetkengetallen 2021](#). In Nederland is de gemiddelde besteding per inwoner € 2.135 (excl. BTW). Het gemiddeld besteedbaar inkomen ligt in Onderzoeksgebied circa 21% boven het landelijk gemiddelde. Het is gebruikelijk om de afwijking van het besteedbaar inkomen voor de dagelijkse sector te corrigeren met 0,4 en in de niet-dagelijkse sector met 0,7, zie ook de [Memo Inkomenselasticiteiten](#) (2018). Daarmee komt de gemiddelde supermarktbesteding per inwoner van het Onderzoeksgebied op jaarlijks € 2.314,- (excl. BTW). Alle genoemde bedragen zijn op basis van prijspeil 2021. De actuele hoge inflatie is hier niet in meegenomen.

De binding is bepaald aan de hand van referentiecijfers zoals bij ons beschikbaar, de meest recent beschikbare koopstromendata (Koopstromenonderzoek 2021, zie ook: [KSO2021-factsheet Soest Centrum Soesterberg.pdf](#)) alsmede op basis van bij ons bekende 'harde' omzetcijfers van bestaand supermarktaanbod. Verder is rekening gehouden met de impact van 'online' (zie ook hoofdstuk Aanbodanalyse). De toevloeiing is gebaseerd op dezelfde bronnen en becijferd op 10% (terughoudend ingeschat), dit betreft onder meer forensenverkeer en toevloeiing vanuit Zeist.

De normatieve vloerproductiviteit voor supermarktaanbod is bepaald op basis van een vijfjarig landelijk gemiddelde zoals genoemd in de publicatie Omzetkengetallen 2021.

Op de volgende pagina wordt de distributieve situatie voor supermarktaanbod in het Onderzoeksgebied geanalyseerd, daarbij rekening houdend met de verwachte groei van het draagvlak.



Distributieve analyse: confrontatie tussen vraag en aanbod

- Het Onderzoeksgebied telt in de bestaande situatie in totaal 13.550 inwoners. Op basis van de bestedingen en een haalbare koopkrachtbinding van tenminste 75% voor supermarktaanbod (bron: KSO 2016/2018/2021, gemeente Soest en referentiecijfers Bureau van der Weerd) beschikt het supermarktaanbod in dit marktgebied op dit moment over een totaal omzetspotentieel van circa € 26 miljoen. Supermarktbestedingen vloeien vooral af naar Den Dolder (Albert Heijn), supermarktaanbod in Zeist en 'online'. De haalbare toevloeiing schatten wij op basis van dezelfde bronnen in op tenminste 10%.
- Wanneer het haalbare omzetspotentieel (rekening houdend met toevloeiing) van supermarktaanbod in het Onderzoeksgebied vertaald wordt naar omzet per m², wordt de haalbare vloerproductiviteit geschat op ongeveer € 9.500,- ofwel gemiddeld € 183,- per m² winkelvloeroppervlak (wvo) per week. Hiermee is t.o.v. het landelijke beeld (€ 180,- per m²) sprake van een gemiddelde vloerproductiviteit. Een confrontatie van vraag en aanbod maakt duidelijk dat er ruim voldoende distributieve marktruimte is om nieuwvestiging van een tweede supermarkt in Soesterberg te onderbouwen alsmede de voorziene uitbreiding van Plus (uitgaande van 250 m² wvo). **Rekening houdend met de planologisch beschikbare supermarktmeters op de te herontwikkelen projectlocatie en de plannen van Plus blijft er nu al evengoed sprake van circa 370 m² wvo aan uitbreidingsruimte.**
- De supermarktdichtheid in het Onderzoeksgebied bedraagt inclusief deze plannen 0,20 m² wvo per inwoner. Landelijk is dit 0,27 m² wvo. Een relatief lage supermarktdichtheid duidt doorgaans op een behoefte aan uitbreidingsruimte voor supermarktaanbod.
- Volgens de meest actuele cijfers (Bureau van der Weerd/Locatus, 2022) vloeit in Soesterberg gemiddeld 6,3% af naar 'online' (landelijk circa 5,6%). Een onderscheidende formule met een sterke trekkracht kan samen met Plus zorgen voor een toename in binding. Verder achten wij toevloeiing vanuit de kern Den Dolder zeker aannemelijk bij nieuwvestiging van een supermarkt die zich kan meten met de daar gevestigde Albert Heijn.

	Distributieve benadering
	ONDERZOEKSGBIED
INWONERS	13.550
BINDING	75%
BESTEDING	€ 2.314
OMZETPOTENTIE	€ 23,5 miljoen
TOEVLOEIING	10%
OMZETPOTENTIE TOTAAL	€ 26,1 miljoen
AANBOD IN M2 WVO	ca. 2.752
GEREALISEERDE OMZET/M2	€ 9.495
NORMATIEVE OMZET/M2	€ 8.381
INDICATIE MARKTRUIMTE IN M2 WVO	366
SUPERMARKTDICHTHEID	0,20

Bronnen: CBS (2021), IN Retail (2021), Locatus (2022), bewerking Bureau van der Weerd

- In 2028 telt het Onderzoeksgebied naar verwachting (zie pagina 15) circa 15.400 inwoners. Normaal gesproken realiseert supermarktaanbod (doorgaans twee supermarkten) in een marktgebied met ruim 15.000 inwoners een relatief hoge binding, in sommige gevallen oplopend tot 80% (in geval van zeer complementaire formules en concurrentie gelegen op meer dan 5 autominuten, wordt ook wel 85% gehaald).
- Richting 2028 neemt het draagvlak in het Onderzoeksgebied dus toe tot 15.400 en daarmee de uitbreidingsruimte voor nieuw supermarktaanbod. *Medio 2025 zal bij benadering sprake zijn van additionele marktruimte van circa 730 m² wvo, waarbij dus al rekening is gehouden met nieuwvestiging van een tweede supermarkt en Soesterberg én de voorziene plannen van Plus.*
- Uitgaande van een totaal aanbod van bijna 3.000 m² wvo (de bestaande Plus inclusief voorziene uitbreiding met 250 m² wvo én circa 1.354 m² wvo voor een tweede supermarkt in Soesterberg) is sprake van een distributieve situatie waar vraag en aanbod goed in balans zijn. Richting 2028 neemt de marktruimte zelfs verder toe.**



Ruimtelijke onderbouwing

In dit hoofdstuk staat de vraag centraal of de plannen aan de Rademakerstraat 18-30 in Soesterberg kunnen worden onderbouwd conform wettelijke vereisten met als doel te komen tot een goede ruimtelijke ordening. Met name waar het gaat om optimale benutting van de ruimte in stedelijk gebied. Daarnaast dient een ruimtelijke onderbouwing om te komen tot een zorgvuldige belangenafweging en transparante besluitvorming bij ruimtelijke projecten.

Hoewel een supermarkt ter plaatse reeds is toegestaan op grond van de geldende planologische kaders, is hiervoor geconstateerd dat er toch een afwijking van het bestemmingsplan nodig is voor de realisatie van het project in zijn totaliteit. Dit komt met name doordat in het project de supermarkt net anders wordt gesitueerd dan in het bestemmingsplan is opgenomen en iets wordt vergroot. Relevant is dat bestaande winkel- en kantoorruimte aan de markt wordt onttrokken.

Een afwijking van het bestemmingsplan kan ofwel via een omgevingsvergunning voor afwijkend gebruik ofwel via een bestemmingsplanwijziging worden gerealiseerd. In beide gevallen is een ruimtelijke onderbouwing benodigd. De ruimtelijke onderbouwing heeft in beginsel slechts de verschillen ten opzichte van hetgeen reeds is toegestaan te bevatten. In het navolgende worden voor de volledigheid evenwel de effecten van het toevoegen van een compleet nieuwe supermarkt onderbouwd.

De plannen kunnen mogelijk worden gekwalificeerd als nieuwe stedelijke ontwikkeling, afhankelijk van de daadwerkelijke vergroting in m² bvo, met name als rekening wordt gehouden met het toevoegen van 40 woningen. Het gaat namelijk om het realiseren van deels nieuwe bebouwing en het gaat deels om gronden die thans niet mogen worden gebruikt voor detailhandel.

Er zal in het kader van een goede ruimtelijke onderbouwing moeten worden beoordeeld of sprake is van behoefte aan deze nieuwe ontwikkeling.

Om t.b.v. een goede ruimtelijke ordening te komen tot een ruimtelijke onderbouwing dient de Ladder voor Duurzame Verstedelijking als toetsingskader. Tot 1 juli 2017 kende de Ladder kort samengevat het navolgende afwegingskader:

Trede 1: is er sprake van een actuele regionale behoefte aan de nieuwe ontwikkeling? De actuele regionale behoefte moest worden aangetoond. Indien dat niet lukte, dan kon niet worden voldaan aan de Ladder. In andere gevallen volgt trede 2;

Trede 2: is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio door transformatie of herstructurering? Indien ja, dan wordt het initiatief hier in beginsel gerealiseerd. Indien de mogelijkheden daartoe onvoldoende zijn, dan volgt trede 3;

Trede 3: indien nieuwbouw noodzakelijk is, dient een locatie buiten bestaand stedelijk gebied gezocht te worden die multimodaal ontsloten is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.

Na 1 juli 2017 is de nieuwe Ladder van toepassing waarbij trede 1 en trede 2 zijn beperkt tot één bepaling en trede 3 is komen te vervallen. Daarnaast is de actuele regionale behoefte uit trede 1 vervangen door 'behoefte'. In het navolgende wordt het plan van initiatiefnemer getoetst aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.



Ruimtelijke onderbouwing

Trede 1: Behoeftes en transformatie/herstructurering in bestaand stedelijk gebied

Behoeftes

Zoals toegelicht in het hoofdstuk Distributieve analyse, luidt de conclusie dat er richting 2028 in kwantitatieve zin een grote behoefte bestaat aan uitbreiding c.q. versterking van het supermarktaanbod in dit marktgebied. De twee belangrijkste factoren die de behoefte aan (uitbreiding van) een tweede supermarktfunctie in Soesterberg verklaren zijn: 1) de verwachte groei in het primaire draagvlak richting 2028 en 2) de wijzigingen in koopstromen die een tweede supermarkt kan veroorzaken; een aanzienlijk lagere afvloeiing van bestedingen naar elders en een substantiële toename van de toevloeiing. Voorwaarde daarvoor is wel dat sprake zal zijn van een formule met veel trekkracht.

Ook in kwalitatieve zin bestaat er een behoefte aan uitbreiding van het supermarktaanbod. In 2028 wonen er naar verwachting ruim 15.000 inwoners in het Onderzoeksgebied. Dit draagvlak zal primair georiënteerd zijn op het supermarktaanbod in Soesterberg.

Eén supermarkt op een draagvlak van ruim 15.000 inwoners leidt tot een onbeheersbare vloerdruk en ondermijnt het functioneren van de betreffende supermarkt; door een te hoge vloerdruk verslechtert het winkelbeeld alsmede de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden. Consumenten wijken vervolgens uit naar een alternatieve aankoopplaats waardoor de afvloeiing fors toeneemt. Dit gaat direct ten koste van de omzetmogelijkheden van omliggende winkelbedrijven, horeca en overige voorzieningen en leidt daarmee tot een verslechtering van het lokale ondernemers- en vestigingsklimaat.

Landelijk gezien bedraagt de supermarktdichtheid (aantal m² wvo per inwoner) volgens Locatus (2022) 0,27. Realisatie van een tweede supermarkt in Soesterberg van circa 1.354 m² wvo zal medio 2028 bij ruim 15.000 inwoners in het Onderzoeksgebied leiden tot een supermarktdichtheid van 0,20 m² wvo. Daarmee blijft de supermarktdichtheid ruim onder het landelijk gemiddelde. Supermarktaanbod bestaande uit twee supermarkten met in totaal circa 2.752 m² wvo sluit qua omvang goed aan bij een marktgebied met een draagvlak van ruim 15.000 inwoners in 2025.

Transformatie/herstructurering bestaand stedelijk gebied

De aangetoonde behoefte aan uitbreiding van het supermarktaanbod in dit marktgebied kan worden opgevangen door transformatie binnen bestaand stedelijk gebied. *Sterker nog, een supermarkt ter plaatse van de projectlocatie is reeds toegestaan. In die zin is een transformatie niet eens nodig.*

Effecten

In het kader van een goede ruimtelijke ordening is tevens de vraag beantwoord wat de effecten van de plannen zullen zijn op de bestaande winkelstructuur en op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Soesterberg, en dan meer specifiek voor het centrumgebied van deze kern.

Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen tijdelijke effecten, structurele effecten en uitstralingseffecten. Ook wordt gekeken naar verdringingseffecten en effecten op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat.



Ruimtelijke onderbouwing

➤ *Tijdelijke effecten*

De realisatie van de plannen zal inclusief de mogelijke herinrichting van de openbare ruimte en eventuele verkeersaanpassingen leiden tot tijdelijke werkgelegenheidseffecten in de bouwnijverheid.

➤ *Structurele effecten*

Met de komst van een tweede supermarkt wordt de boodschappenfunctie van het centrumgebied in Soesterberg versterkt. Als gevolg daarvan zal de toevloeiing toenemen, ofwel meer klanten waarvan ook de omliggende winkelbedrijven en aanvullende voorzieningen van kunnen profiteren. Verder kunnen inwoners van het marktgebied beschikken over een compleet, actueel, volwaardig en toekomstbestendig supermarktaanbod.

➤ *Uitstralingseffecten*

• *Structuurversterkend*

De plannen versterken de boodschappenfunctie van het centrumgebied van Soesterberg en dragen bij aan de regionale functie van dit centrumgebied. Door toevoeging van een tweede supermarkt en door toevoeging van parkeervoorzieningen wordt de ruimtelijke structuur versterkt. Dit leidt tot een verhoogde binding van de consument aan het dagelijks aanbod in de kern en daarnaast tot meer toevloeiing van het secundaire marktgebied.

• *Versterking vestigingsklimaat in de kern*

Een aantrekkelijk (dagelijks), complementair (zie ook bijlage 3) voorzieningenaanbod draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven en daarmee aan het concurrentieprofiel van woonplaats en gemeente. Deze bijdrage is extra van belang, nu Soesterberg aan de vooravond staat van een relatief forse groei van het inwonertal.

• *Impuls voor andere ondernemers*

Toevoeging van een tweede supermarkt zorgt voor nieuwe klantenstromen dankzij een hogere binding en meer toevloeiing. De lokale middenstand (denk aan winkeliers, brandstofverkooppunten en horecavoorzieningen) profiteert van de extra binding die de nieuwe ontwikkeling genereert.

• *Katalysator voor nieuwe investeringen*

Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de omgeving.

• *Minder autobewegingen*

Op dit moment is er sprake van relatief veel afvloeiing naar onder meer Den Dolder en Zeist. Bij toevoeging van een tweede supermarkt zal het aantal autobewegingen (ondanks een hogere toevloeiing) per saldo afnemen.

• *Sociale functie voor het dorp*

Dagelijkse winkelvoorzieningen en met name de supermarkten zijn bij uitstek plaatsen waar dorpsbewoners elkaar spontaan ontmoeten. Versterking van het supermarktaanbod leidt in dit geval dus ook tot versterking van de sociale functie in de kern Soesterberg.

➤ *Omzeteffecten*

De uiteindelijke invulling van een nieuwe ontwikkeling (supermarktformule, branchering overig dagelijks aanbod, al dan niet relocatie of sluiten van bestaand aanbod) is bepalend voor de mate van omzeteffecten. Hoe meer overlap met bestaand aanbod (in functie, branche, metrage, formule, prijsstelling en doelgroep), des te groter het verdringingseffect.



Ruimtelijke onderbouwing

Het omzetpotentieel zal richting 2028 fors groeien (zie ook hoofdstuk Distributieve analyse). Ook het reeds aanwezige supermarktaanbod (Plus) zal hiervan profiteren. Bij toevoeging van een tweede supermarkt ontstaat vanzelfsprekend concurrentie. Het omzetpotentieel is medio 2028 echter dermate groot dat van verdringseffecten geen sprake zal zijn. Bovendien zullen optredende omzeteffecten worden 'uitgesmeerd' over diverse aanbieders, waaronder ook supermarktaanbod in de regio die nu juist profiteren van de relatief hoge mate van afvloeiing vanuit de kern Soesterberg.

Effecten op leegstand, woon, leef- en ondernemersklimaat

Bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening hoort ook dat een plan niet leidt tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Zoals in het voorgaande een aantal keren betoogd, is er sprake van een aantoonbare behoefte (zowel kwantitatief als kwalitatief) aan uitbreiding van het supermarktaanbod in Soesterberg. De plannen dragen bij aan het bestrijden van bestaande leegstand, zowel van de bestaande winkelruimte als de bovenliggende kantoorfuncties.

Daarnaast levert het plan dankzij toevoeging van parkeerplaatsen een belangrijke positieve bijdrage aan de bestaande parkeersituatie in het centrumgebied van Soesterberg. Meer parkeervoorzieningen zorgen voor een aantrekkelijker centrumgebied, meer klanten en daarmee voor een versterking van de voorzieningenstructuur.



Resumerend

Initiatiefnemers hebben het voornemen om op de voormalige Plus-locatie aan de Rademakerstraat 18-30 een nieuwe ontwikkeling te realiseren die voorziet in uitbreiding van een tweede supermarktfunctie met circa 1.354 m² wvo, aanvullend winkelaanbod in de dagelijkse sector (circa 50 m² wvo), 40 woningen en circa 60 parkeerplaatsen op eigen terrein.

Op dit moment is er in het centrumgebied van Soesterberg één supermarkt (Plus) van 1.148 m² wvo (met een plan voor een uitbreiding van 250 m² wvo) gevestigd aan de Rademakerstraat. Soesterberg staan aan de vooravond van een forse groei in het inwonertal. Dankzij diverse nieuwbouwplannen neemt het aantal inwoners in het Onderzoeksgebied richting 2028 toe tot ruim 15.000. Het primaire draagvlak voor supermarktaanbod in Soesterberg neemt daardoor fors toe.

Dankzij uitbreiding van een tweede supermarktfunctie zal de koopkrachtbinding van supermarktbestedingen fors toenemen dankzij versterking van de boodschappenfunctie van het centrumgebied in Soesterberg. Daarnaast zal sprake zijn van een forse groei in de toevloeiing. Deze verwachte wijziging in koopstromen en de verwachte groei in het primaire draagvlak zorgen, ervoor dat uitbreiding van een tweede supermarktfunctie in Soesterberg distributief goed te verantwoorden is.

Het plan draagt op diverse aspecten bij aan versterking van het lokale ondernemers- en vestigingsklimaat. In de eerste plaats omdat bestaande winkelleegstand wordt teruggedrongen. De bestaande winkelstructuur wordt versterkt dankzij meer klanten, waarvan de omliggende midden- en kleinbedrijf (winkels, horeca en overige voorzieningen) fors van mee zullen profiteren. Het plan biedt een belangrijke positieve bijdrage aan de bestaande parkeersituatie en draagt ook op deze manier bij aan versterking van het centrumgebied.

Het plan past binnen het vigerende beleidskader van de gemeente Soest. Het gemeentelijk detailhandelsbeleid benoemt specifiek de mogelijkheid voor een tweede supermarkt in het centrumgebied van Soesterberg en ziet dit als belangrijke bouwsteen om de boodschappenfunctie en daarmee de marktpositie van het centrumgebied in Soesterberg te verbeteren. Het plan voorziet ter plaatse zelfs in een verkleining van de bestaande (planologisch toegestane) winkelruimte.

Rekening houdend met alle nu te voorziene vraag- en aanbodontwikkelingen, kan de behoefte aan nieuwvestiging van een tweede supermarkt in Soesterberg ruimschoots worden aangetoond en distributief worden verantwoord, zowel in kwantitatieve als in kwalitatieve zin. Effecten die mogelijk zullen optreden zijn overwegend positief en zeker niet structuur verstorend, mede dankzij de aantoonbare marktruimte voor het plan.

Slotsom: een supermarkt op de projectlocatie is reeds zonder meer toegestaan op grond van het geldende bestemmingsplan. Een andere situering past binnen het gemeentelijk detailhandelsbeleid. De toets aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking, voor zover deze al benodigd is, wordt glansrijk doorstaan. Het toevoegen van een supermarkt op deze locatie heeft in feite slechts positieve effecten op de omgeving.



Disclaimer

Dit rapport is uitsluitend bestemd om te worden gebruikt door opdrachtgever en uitsluitend voor het doel waarvoor het is opgesteld door Bureau van der Weerd. De betrokken deskundige(n) en de samensteller(s) van dit rapport aanvaarden bij gebruik door derden, zonder de uitdrukkelijke schriftelijke toestemming van de deskundige(n), geen enkele aansprakelijkheid. Daarnaast zal slechts aansprakelijkheid aanvaard worden jegens opdrachtgever en ten aanzien van de door deskundige(n) vervaardigde originele exemplaren, afgedrukt op origineel papier en voorzien van een originele paraaf van de deskundige(n).

Dit rapport is onder meer gebaseerd op de aan deskundige(n) ter beschikking gestelde informatie van opdrachtgever(s) en van derden. De deskundige(n) gaan er vanuit dat de verstrekte informatie actueel en correct is. Er wordt geen aansprakelijkheid aanvaard voor het onjuist of onvolledig zijn van deze informatie.

Er heeft ten behoeve van dit Advies geen uitgebreid planologisch onderzoek plaatsgevonden. De in dit rapport opgenomen informatie mag niet zondermeer als volledig beschouwd worden. De volledige publiekrechtelijke vereisten bij vestiging c.q. (ver)bouw zijn niet onderzocht. Met betrekking tot de vereiste vergunningen in het kader van de bouwverordening, milieuwetgeving en dergelijke is geen onderzoek verricht.

Niets uit dit Advies mag worden gepubliceerd, vermenigvuldigd of opgeslagen in een (digitaal) bestand zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de deskundige(n). Het eigendom inzake de informatie en kennis vevat in dit rapport berust bij Bureau van der Weerd. Het is dan ook niet toegestaan deze informatie en kennis aan derden ter beschikking te stellen of op een ander wijze toe te passen dan waaraan in de formele opdrachtbevestiging c.q. overeenkomst toestemming verleend is.

Op alle aan Bureau van der Weerd verstrekte opdrachten zijn de door de Bureau van der Weerd gehanteerde algemene voorwaarden van toepassing. Op aanvraag zal Bureau van der Weerd een exemplaar van deze algemene voorwaarden verstrekken.

Contact

Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen.

Drs. Jeroen R.J. van der Weerd

M: +31 (0) 6 4234 8512

E: info@bureauvanderweerd.nl





Bijlage 1: Ontwikkelingen in de supermarktsector

De winkelmarkt staat synoniem voor dynamiek. De afgelopen jaren is het winkellandschap flink veranderd door diverse ontwikkelingen aan zowel de vraag- als aan de aanbodzijde. In het navolgende worden de belangrijkste ontwikkelingen geschetst die een grote ruimtelijke weerslag hebben op de detailhandelsstructuur.

Sinds 2008 zijn de detailhandelsbestedingen in fysieke winkels door consumenten afgenomen. Dankzij de opmars van het Internet als aankoopkanaal, maar ook door socio-demografische ontwikkelingen (vergrijzing, ontgroening, gezinsverdunding) staat het functioneren van veel winkels onder druk. De afgelopen jaren resulteerde dit in veel faillissementen bij landelijke ketens. Sprekende voorbeelden daarvan zijn V&D, Free Record Shop en meer recent de problemen bij Blokker en Intertoys.

Internet leidt tot een structureel ander ruimtelijk koopgedrag. Met name het winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector staat onder druk. Juist voor deze winkels is het Internet een grote concurrent gebleken. Volgens cijfers van onderzoeksbureau Strabo (2018) bedraagt het online aandeel van de 'pure' detailhandel nu circa 9%. In de dagelijkse sector wint het Internet ook aan terrein, maar is sprake van een aanzienlijk kleiner online aandeel. Volgens cijfers van het kennisplatform Supermarkt & Ruimte (najaar, 2020) bedraagt het online aandeel supermarktomzet circa 5%.

Fysiek winkelaanbod houdt met name meerwaarde waar het gaat om het doen van de dagelijkse, meer frequente aankopen (boodschappen) in de directe woon- en leefomgeving. Verder blijft 'funshoppen' een belangrijke vrijetijdsbesteding en hebben winkels een belangrijke sociale ontmoetingsfunctie.

Supermarkten

Supermarkten zijn met name voor onder andere wijkvoorzieningen van groot belang voor de economische vitaliteit. Met circa 80% marktaandeel in de dagelijkse sector zijn supermarkten de basis bij het boodschappen doen en daarmee bepalend voor de consument in de keuze van het winkelgebied. De trends waar supermarkten mee te maken hebben zijn:

Supermarkten zijn beperkt conjunctuurgevoelig: De supermarktbranche verbeterde voortdurend de omzet, ook in de crisisjaren. In 2016 behaalden supermarkten ruim 30% meer omzet dan in 2005. De foodspeciaalzaken zetten daar in diezelfde periode een omzetverlies van circa 15% tegenover. Ruim 85% van de bestedingen in food wordt inmiddels gedaan in supermarkten. Bij elkaar was de supermarktbranche in 2019 goed voor een omzet van ruim € 40,5 miljard. In 2021 liep dit verder op naar € 44,6 miljard. Dit komt neer op ruim een derde van de totale omzet in de detailhandel. Door de forse concurrentie op prijs in de supermarktbranche staan de marges sterk onder druk.

Toenemend belang van vers en gemak: steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen en versbeleving; vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de vers speciaalzaken al jarenlang onder druk staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten. Alleen met een onderscheidend assortiment en onderscheidend serviceniveau, en op locaties dicht bij succesvolle supermarkten hebben (vers)speciaalzaken nog toekomst. Verder neemt het aantal gemakswinkels toe, met name in hoogstedelijke marktgebieden.



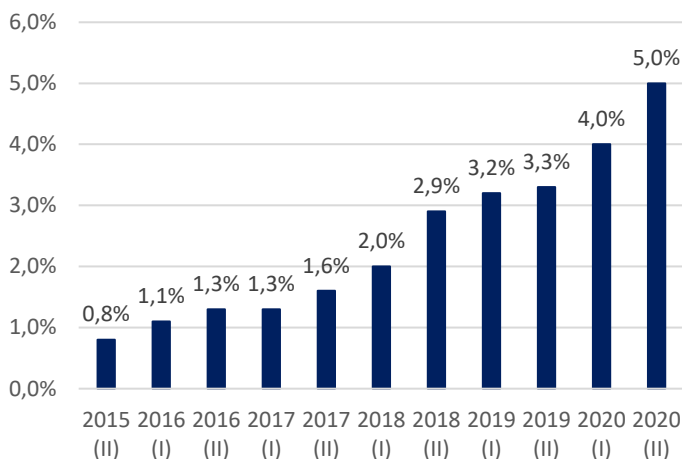
Bijlage 1: Ontwikkelingen in de supermarktsector

Schaalvergroting: De gemiddelde winkelvloeroppervlakte van supermarkten in Nederland is de laatste jaren flink toegenomen, evenals de totale winkelvloeroppervlakte. De meeste full service supermarktformules hanteren nu een ondergrens van 1.200 tot 1.300 m² wvo en beschouwen 1.500 tot 1.600 m² wvo als een ideale maat. Ook onder de harddiscounters is schaalvergroting de norm. Een winkelvloeroppervlak van 1.000 m² wordt door hen als ondergrens gezien.

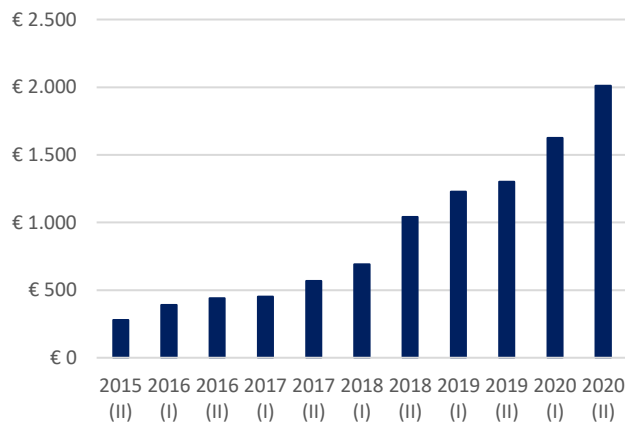
Een combinatie van een full service supermarkt en een hard discount supermarkt is een veelbeproeft en door consumenten sterk gewaardeerde mix. In dat geval is er sprake van een grote mate van synergie tussen de aanwezige formules wat leidt tot veel combinatiebezoek en hogere supermarktbestedingen.

Online boodschappen doen groeit gestaag: Anders dan in de non-food speelt e-commerce nog een betrekkelijk geringe rol in de distributie van levensmiddelen. Naast bezorgservice ah.nl experimenteren een aantal supermarktketens (waaronder Albert Heijn en Jumbo) ook met pick-up points, stand-alone of als onderdeel van een reguliere supermarkt. Het omzetteel in de foodsector (consumenten) dat voor rekening komt van e-commerce is volgens onderzoek van Supermarkt & Ruimte momenteel circa 5,4%. De algemene verwachting is dat dit percentage de komende jaren door zal groeien. De doelgroep bestaat vooral uit jonge gezinnen met drukke agenda's en een bovengemiddeld inkomen. Ook is er enige groei bij andere doelgroepen zichtbaar. De penetratiegraad is mede afhankelijk van de aanwezigheid van online aanbieders.

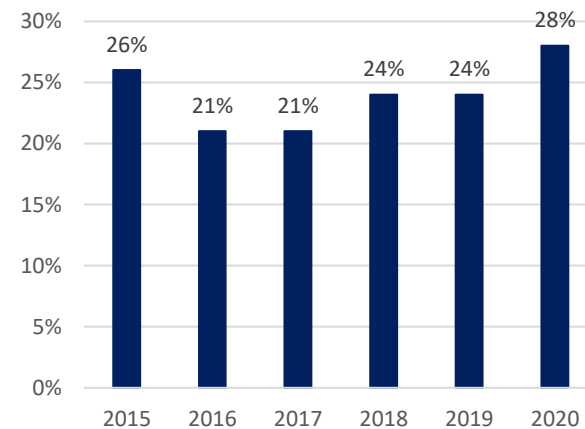
Online supermarktomzet in aandeel (consumenten)



Online supermarktomzet (€ mln.)



Online boodschappen doen in de toekomst



Bron: Supermarkt & Ruimte, Online supermarktomzet op waarde geschat (halfjaarlijkse monitor)

Bijlage 2: achtergrondinformatie Bureau van der Weerd en FORT Advocaten

Over Bureau van der Weerd

Bureau van der Weerd is een toonaangevend onderzoeks- en adviesbureau wat volledig is gespecialiseerd in ruimtelijk marktonderzoek voor supermarktlocaties. Het bedrijf is in 2010 opgericht door drs. Jeroen van der Weerd en verricht jaarlijks in opdracht van met name supermarktformules, vastgoedpartijen, gemeenten tientallen dpo-studies, vestigingsplaatsonderzoeken en diverse overige uiteenlopende marktanalyses over supermarkten, locaties en vastgoed. Bureau van der Weerd is tevens initiatiefnemer van het kennisplatform Supermarkt en Ruimte. Vanuit dit platform worden uiteenlopende kennisbijeenkomsten georganiseerd over thema's op het kruispunt van supermarktlocaties, vastgoed en ruimtelijke ontwikkelingen alsmede het jaarlijkse Supermarkt vastgoedcongres.



Drs. Jeroen van der Weerd

Over FORT Advocaten

Fort Advocaten (gevestigd aan de Koningslaan in Amsterdam) adviseert en procedeert vanuit de sectie Bestuursrecht over alle facetten van het bestuursrecht, zoals advies over bestemmingsplannen of omgevingsvergunningen voor bouw, sloop en projectontwikkeling.

FORT Advocaten heeft een ruime ervaring met het optreden voor commerciële partijen, zoals beleggers en projectontwikkelaars. Daarnaast staan zij overheden bij, zoals gemeenten, provincies en ministeries. Ook is het team gespecialiseerd in het contracteren met de overheid. Naast de bestuursrecht is FORT Advocaten gespecialiseerd in vastgoedrecht, arbeidsrecht, franchiserecht en ondernemingsrecht.



Mr. Sascha Stavenuiter



Bijlage 3: Aanvullende memo inzake complementariteit (d.d. 26 februari 2020)

MEMO

26 februari 2020

Betreft: Aanvulling distributieve marktanalyse, tweede supermarkt in Soesterberg

Aan: Michiel Polman, Samen Thuis Vastgoedontwikkeling

Van: Jeroen van der Weerd, Bureau van der Weerd

In het gemeentelijk detailhandelsbeleid (2016) wordt een tweede supermarkt in Soesterberg als mogelijkheid benoemd om de lokale boodschappenstructuur te versterken, rekening houdend ook met de verwachte groei in het draagvlak dankzij nieuwbouw. De voorkeur gaat daarbij naar een invulling die 'complementair' is aan het bestaande supermarktaanbod (met de formule Plus).

In de opgestelde Distributieve Marktanalyse (onverbindend concept, december 2019) is het planinitiatief getoetst aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Hieruit is gebleken dat er een aantoonbare behoefte is aan een tweede supermarkt en dat deze ontwikkeling planologisch goed haalbaar is, gelet op te verwachten ruimtelijke effecten. Uit de daaropvolgende gesprekken met de gemeente Soest over de mogelijkheden voor een tweede supermarkt in de kern Soesterberg, is naar voren gekomen dat er bij de gemeente behoefte bestaat aan een nadere duiding van het begrip 'complementariteit'. In onderhavige aanvulling op dit rapport wordt nader ingegaan op het begrip 'complementariteit' in relatie tot supermarktaanbod.

Veranderend supermarktlandschap

Het Nederlandse supermarktlandschap is de laatste jaren volop in beweging. De concurrentie is enorm en voor elke kansrijke locatie wordt fel gestreden. De trend van online boodschappen doen zet door en is één van de aanjagers die zorgt voor vernieuwing in formuleconcepten en veranderingen in de positionering van formules.

Waar formules 5 tot 10 jaar geleden nog duidelijk in te delen in een laag (discount), midden (service) en hoog segment (full service), is deze driedeling in 2020 minder zichtbaar. Zo beweegt de formule Lidl zich steeds meer naar het middensegment dankzij toevoeging van service-elementen (bake off, hogere kwaliteit in groente en fruit). Aldi kan nog steeds worden gezien als echte discounter, maar ook deze formule voegt met het Aniko-concept steeds meer service toe aan het formule format.

De formule Vomar (voorheen middensegment) positioneert zichzelf nu nadrukkelijk aan de onderkant van het middensegment met het Rood-concept en concurreert daarmee sterker dan voorheen op prijs. Jumbo slaagt erin om steeds meer service aan het format toe te voegen en kopieert nu succesvolle elementen uit het Foodmarkt-concept naar de reguliere supermarkten. De focus ligt daarbij op vers, gezond, gemak in een gunstige prijs/kwaliteitverhouding. Albert Heijn timmert flink aan de weg met het 'Echt Vers'-concept.

Formules overlappen elkaar in toenemende mate in formats en segmentering; de concurrentie wordt daardoor scherper, zowel in service als op prijs. Waar tot voor kort Albert Heijn en Lidl als 'complementair' in segmentering werden gezien, is er nu juist sprake van een toenemende mate van onderlinge concurrentie.

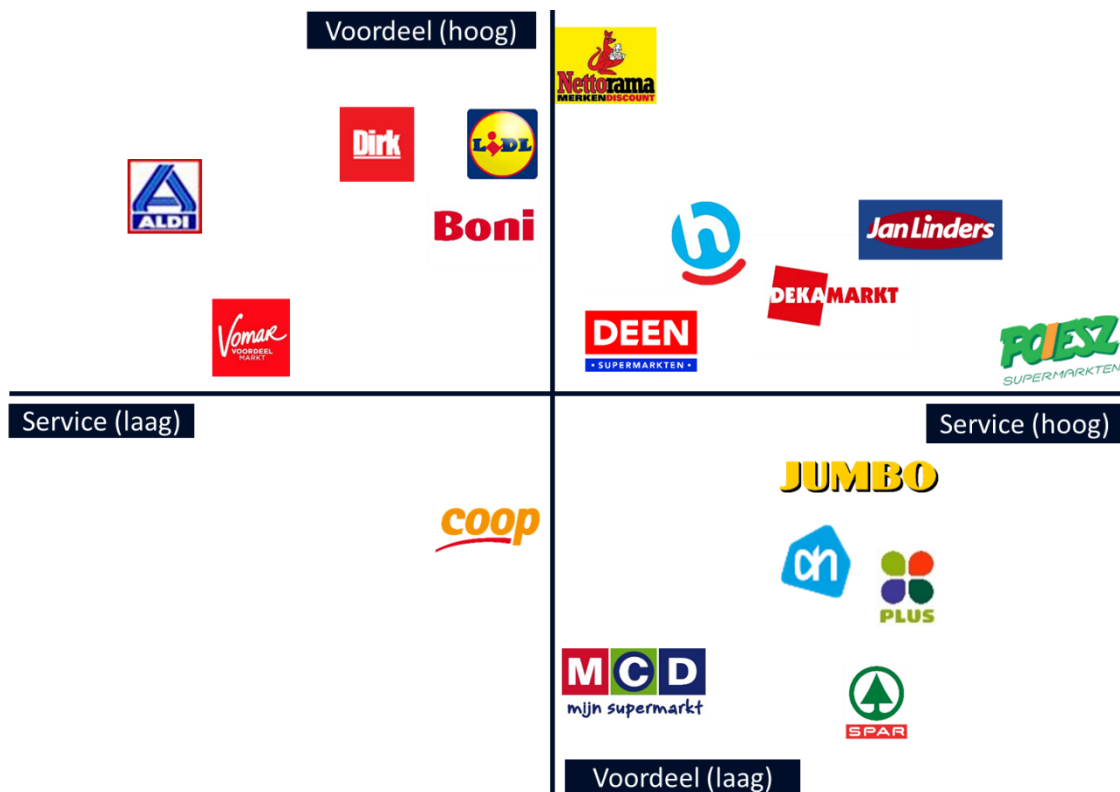
Complementariteit: drie invalshoeken

Complementariteit in supermarktaanbod kan worden gezien vanuit 3 invalshoeken:

1. In termen van segmentering en marktpositionering;
2. In termen van versterking van de bestaande winkelstructuur;
3. In termen van een zo optimaal mogelijke 'match' met het lokale draagvlakprofiel.

Ad 1. In termen van segmentering en marktpositionering

Hierbij gaat het om te verwachten complementariteit tussen formules op basis van prijsniveau en servicegraad. In onderstaande matrix (bron GfK, bewerking Bureau van der Weerd) zijn alle formules actief in Nederland 'geplot' op basis van deze twee aspecten. Hoe dichter de formules bij elkaar staan, des te beperkter de mate van onderlinge complementariteit. In theorie biedt een combinatie van een formule uit het kwadrant linksboven met het kwadrant rechtsonder de grootste mate van complementariteit. Er zal sprake zijn van relatief veel combinatiebezoek wanneer beide formules op korte afstand van elkaar gevestigd zijn of een parkeerterrein delen. Tussen formules binnen hetzelfde kwadrant zal in theorie sprake zijn van een relatief beperkte mate van complementariteit.



Zoals eerder toegelicht, ontwikkelen formules zich voortdurend in hun zoektocht naar een zo groot mogelijk onderscheidend vermogen t.o.v. de concurrentie. Met name in het kwadrant rechtsonder is de ontwikkeling in formats ongekend. Jumbo is daarbij 'kampioen' vernieuwingen, mede dankzij de succesvolle integratie van La Place en meer recentelijk ook Hema-assortiment in de reguliere supermarkten. Daarmee neemt het onderscheidend vermogen van het format toe en daarmee ook de mate van complementariteit t.o.v. een formule als Plus of Albert Heijn.

Ad 2. In termen van versterking van de bestaande winkelstructuur

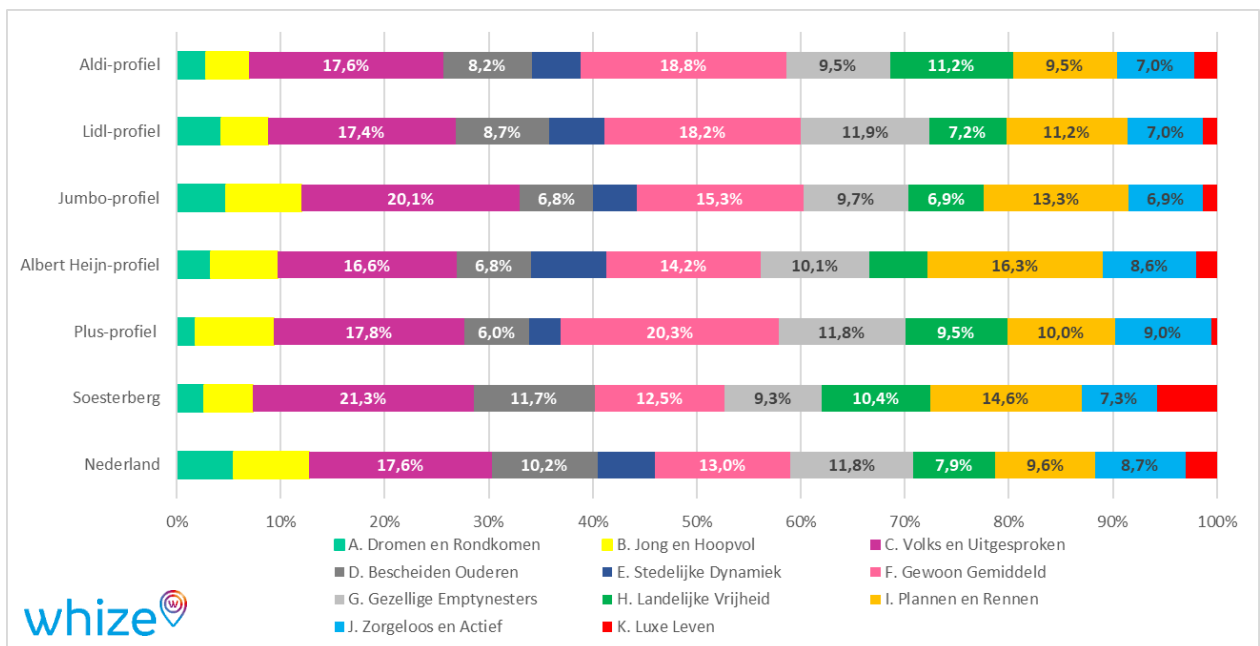
Twee formules die in format voldoende van elkaar verschillen, dragen bij aan versterking van de bestaande winkelstructuur. Dit kunnen dankzij de ontwikkelingen van de afgelopen jaren, ook twee formules zijn die volgens de matrix op de vorige pagina hetzelfde marktsegment bedienen (hetzelfde kwadrant). De formule van Albert Heijn, maar vooral die van Jumbo verschillen inmiddels in hun format ruim voldoende van Plus om ook in dat kader te kunnen spreken van 'complementariteit'.

Jumbo onderscheidt zich met La Place en Hema-producten en veel versbeleving in sterke mate van Plus. In wat mindere mate geldt dit ook voor het meest actuele format van Albert Heijn. Met twee formules die onderling voldoende van elkaar verschillen in format, neemt de kwaliteit van de lokale boodschappenstructuur toe. Consumenten kunnen kiezen en combineren. Dit leidt ertoe dat de koopkrachtbinding aan het voorzieningenaanbod in de eigen woonplaats toeneemt; er is minder reden om elders boodschappen te doen. Deze grotere klantenstroom levert nieuwe omzetkansen op voor het omliggende MKB-aanbod en versterkt dus in die zin de volledige bestaande winkelstructuur. Daarnaast wordt de attractiviteit van het aanbod vergroot, waardoor ook klanten van buiten de woonplaats worden aangetrokken, ofwel de toevloeiing van bestedingen neemt toe.

Ad 3. In termen van een zo optimaal mogelijke 'match' met het lokale draagvlakprofiel

Een optimale invulling van het lokale supermarktaanbod is een invulling die zo goed mogelijk aansluit bij de klantbehoefte in het verzorgingsgebied. In dat kader gaat het vooral over complementariteit tussen het supermarktaanbod en het lokale draagvlakprofiel. Binnen gemeentelijk detailhandelsbeleid is dit misschien wel het belangrijkste uitgangspunt: *hoe te zorgen dat inwoners zo optimaal bediend worden in hun klantbehoefte met een zo groot mogelijke keuzevrijheid in aankoopplaatsen.*

Om te kunnen beoordelen welke formule(s) het best passen bij het lokale draagvlakprofiel in Soesterberg, hebben wij een doelgroepenanalyse verricht. Onderstaande afbeelding toont het doelgroepprofiel van Soesterberg in vergelijking met het klantprofiel van de formules Plus, Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi. De verschillen zijn over het algemeen klein, maar toch blijkt dat de 'match' van vooral Jumbo (maar ook Albert Heijn) met het draagvlak in Soesterberg groot is. Met andere woorden, behalve Plus zou ook een Jumbo of een Albert Heijn prima passen in Soesterberg gelet op formulevoorkeuren van doelgroepen in Soesterberg.



Voor een nadere toelichting over de achtergrondkenmerken van de doelgroepsegmentaties:

<https://www.bureauvanderweerd.nl/whize-2019/>

Conclusie

In het gemeentelijk detailhandelsbeleid (2016) van de gemeente Soest is verwoord dat een tweede supermarkt in Soesterberg bij voorkeur 'complementair' van aard is. Voorheen duidelijke grenzen tussen het lage, midden en hoge segment zijn de afgelopen jaren vervaagd. Gezien de vraag- en aanbodkenmerken in Soesterberg is het mede daarom van belang om complementariteit breder te bezien. Belangrijke vragen in dat kader zijn *“Met welke formulebeeld worden inwoners van Soesterberg zo optimaal mogelijk bediend in hun klantbehoefte?”* en *“Met welk formulebeeld is sprake van een zo groot mogelijke versterking van de lokale winkelstructuur?”*.

Om deze vragen te beantwoorden moet 'complementariteit' vanuit diverse invalshoeken worden bezien. Des te meer omdat het supermarktlandschap de afgelopen jaren behoorlijk is veranderd, in het bijzonder waar het gaat om formuleconcepten en marktsegmentering van de diverse formules. Deze vragen overstijgen de traditionele benadering van 'complementariteit' op basis van service en prijs, en vragen om een maatwerk-benadering met specifieke aandacht voor de lokale marktsituatie en lokale klantbehoefte.