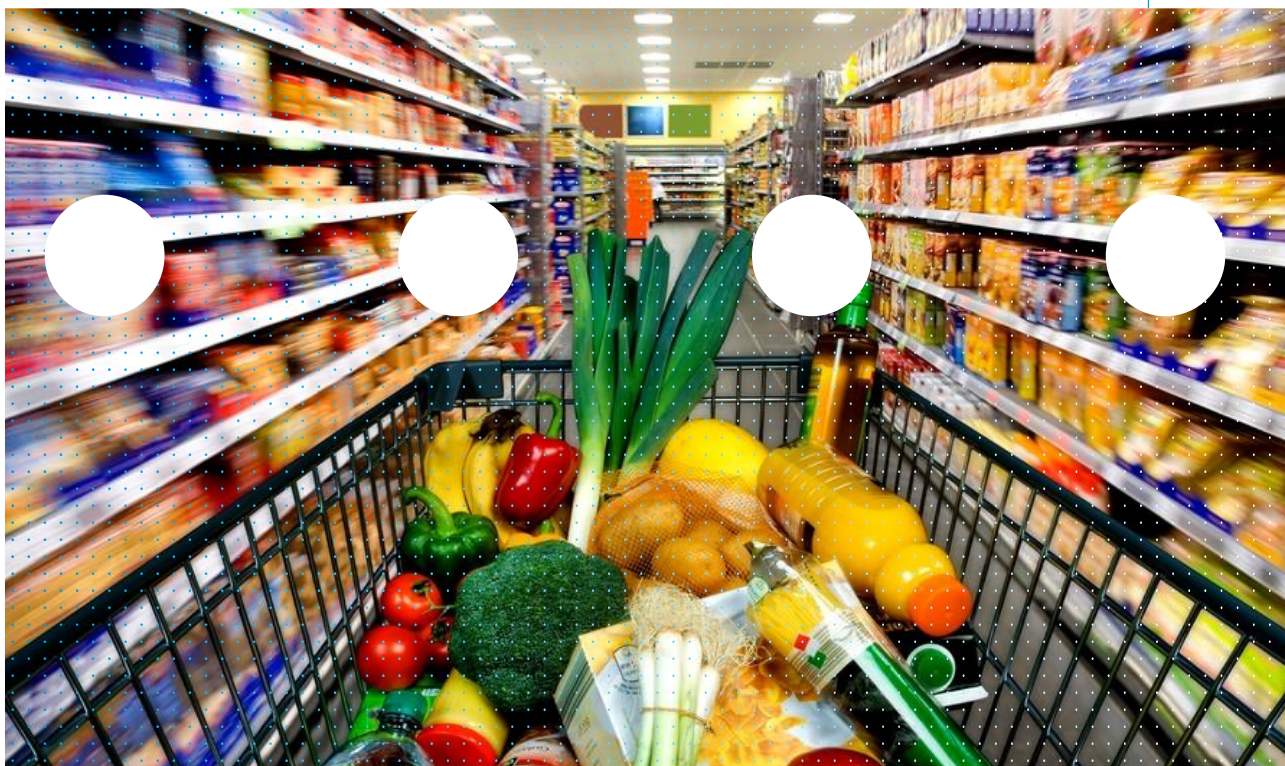


**stec  
groep**



# Markt voor dagelijkse detailhandel in Goes

- Update 2019 -

Stec Groep aan gemeente Goes

Hub Ploem, Maartje Lucassen en Martijn Exterkate  
27 april 2019

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
1.1	Achtergrond.....	3
1.2	Leeswijzer .....	3
<b>2</b>	<b>Koopstromen in perspectief</b>	<b>4</b>
2.1	Dagelijkse winkelstructuur gemeente Goes .....	4
2.2	Uitkomsten koopstromenonderzoek dagelijkse detailhandel .....	7
2.3	DPO toont marktruimte voor dagelijkse detailhandel.....	10
<b>3</b>	<b>Investeringsplannen</b>	<b>12</b>
3.1	Uitbreidings- en investeringsplannen supermarkten in de gemeente Goes en daarbuiten.....	12
3.1.1	Investeringsplannen in Goes .....	12
3.1.2	Investeringsplannen voor realisatie van supermarktmeters buiten Goes .....	12
3.2	Ruimtelijke en economische impact van (potentiële) nieuwe ontwikkelingen in Goes .....	13
<b>4</b>	<b>Advies en strategie</b>	<b>16</b>
4.1	Werk vanuit een afwegingskader bij het toetsen van nieuwe initiatieven .....	16
4.2	Verplaatsing van solitaire dagelijkse winkelmeters alleen als achterblijvende meters (direct) geschrapt worden .....	17
4.3	Verkleining van supermarkt Kolveniershof is wenselijk voor vitale dagelijkse winkelstructuur .....	17

# 1 Inleiding

## 1.1 Achtergrond

De detailhandelsvisie voor Goes is november 2017 vastgesteld door de gemeenteraad. In deze visie worden een aantal ontwikkelingen mogelijk gemaakt, onder andere voor dagelijkse detailhandel. De afgelopen periode bent u echter geconfronteerd met diverse aanvragen van supermarkten voor verplaatsing, uitbreiding of vernieuwing. In het licht van goede ruimtelijke ordening en mogelijke effecten op de bestaande winkel- en supermarktstructuur bent u echter terughoudend in het honoreren van aanvragen buiten de bestaande (en gewenste) supermarktstructuur, mede gelet op het draagvlak (en marktruimte) voor supermarkten in Goes. U wilt zorgvuldig te werk gaan en de vastgelegde winkelstructuur in Goes zoveel mogelijk versterken.

Eind 2017 hebt u koopstromenonderzoek laten uitvoeren door I&O research, naar bestedingen in de dagelijkse sector. De uitkomst is januari 2018 beschikbaar gekomen.

De gemeente Goes heeft Stec Groep het volgende gevraagd:

- Wat is de behoefte (kwantitatief en ruimtelijk-kwalitatief) aan supermarktmeters in de gemeente Goes?
- Welke visie op de supermarktstructuur past bij de gemeente Goes op basis van het koopstromen- en behoefteonderzoek? Waar is versterking gewenst of mogelijk, waar juist niet, mede ook vanuit het licht van de zojuist vastgestelde detailhandelsvisie?

Deze rapportage betreft een update ten opzichte van de versie opgeleverd in maart 2018. De update bevat de meest actuele aanbod- en bestedingscijfers. Ook zijn recente ontwikkelingen en plannen toegevoegd.

## 1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zetten we allereerst de koopstromen in perspectief. We brengen de dagelijkse winkelstructuur en de belangrijkste resultaten uit het recente koopstromenonderzoek in beeld. Op basis daarvan beoordelen we het economisch functioneren van de dagelijkse detailhandel in Goes. In hoofdstuk 3 maken we vervolgens een opsomming van de plannen (uitbreiding, verplaatsing, vernieuwing, etc.) van de diverse supermarkten in Goes. Tot slot leest u in hoofdstuk 4 de strategie over het te voeren beleid voor de dagelijkse winkelstructuur in Goes.

# 2 Koopstromen in perspectief

## 2.1 Dagelijkse winkelstructuur gemeente Goes

### Divers aanbod aan supermarkten in Goes

Gemeente Goes telt momenteel 79 winkels in het dagelijkse segment, samen goed voor circa 16.850 m<sup>2</sup> wvo. Daarvan zijn 10 winkels te labelen als supermarkt, waarvan zeven in de stad Goes en drie daarbuiten. Van de zeven supermarkten in Goes is één supermarkt (Babylon Bazar) gezien de omvang en het aanbod duidelijk van een ander segment dan een 'reguliere' supermarkt. Daarnaast wordt een tweede Lidl gerealiseerd aan de Marconistraat van circa 1.450 m<sup>2</sup> wvo. Het totale supermarktoppervlak (incl. Lidl Marconistraat) bedraagt circa 12.200 m<sup>2</sup> wvo. Dit komt neer op circa 0,32 m<sup>2</sup> wvo per inwoner; dit is hoger dan het landelijke gemiddelde van 0,27 m<sup>2</sup> wvo per inwoner. Gelet op het verzorgingsgebied van Goes (ook vanuit de regio) en het toeristisch-recreatief bezoek (zowel dag- als verblijfstoerisme) is dit te verklaren.

De (reguliere) supermarkten liggen verspreid over de diverse winkelgebieden van de stad Goes. Buiten de stad gaat het om een Bakker Boer in Kloetinge, een MCD in Wolphaartsdijk en een Spar op Camping de Veerhoeve in Wolphaartsdijk.

Figuur 1: Locatie supermarkten gemeente Goes





In onderstaande tabel hebben we de belangrijkste kenmerken van de (reguliere) bestaande supermarkten in Goes op een rij gezet. Hiermee krijgen we een goed beeld van de kwalitatieve verschillen en segmentering.

Tabel 1: Kenmerken supermarkten Goes

Supermarkt		Kenmerken		Opmerking
<b>Agrimarkt</b> 		Ligging	solitair	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruim parkeerterrein (gratis)</li> <li>• Goed bereikbaar met de auto vanaf A256 Combi met mini-tuincentrum</li> <li>• Bepaalde uitbreidingspotentie (300 m<sup>2</sup>)</li> </ul>
		Omvang	2.400 m <sup>2</sup> wvo <sup>1</sup>	
		Inschatting omzet	€ 18-20 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	70%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	30%	
<b>Albert Heijn</b> 		Ligging	rand centrum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tegenover parkeergarage (betaald), aan rondweg</li> <li>• In kernwinkelgebied</li> <li>• Full-service supermarkt</li> </ul>
		Omvang	1.410 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 10 - 13 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	85%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	15%	
<b>ALDI-Markt</b> 		Ligging	solitair, rand woongebied	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruim parkeerterrein (betaald)</li> <li>• Goed bereikbaar vanaf Ringbaan</li> <li>• Recent verbouwd</li> <li>• Discounter</li> </ul>
		Omvang	1.225 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 9-10 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	80%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	20%	
<b>Dirk</b> 		Ligging	wijkwinkelcentrum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderdeel van Beukenhof (circa 10 winkels en aanvullende horeca en diensten), weinig leegstand</li> <li>• Gratis parkeren</li> </ul>
		Omvang	1.420 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 12 - 15 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	70%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	30%	
<b>Jumbo</b> 		Ligging	solitair	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderdeel woonboulevard/PDV (Marconistraat)</li> <li>• Ruim parkeerterrein (betaald)</li> <li>• Goed bereikbaar via Ringbaan</li> </ul>
		Omvang	2.020 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 16-18 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	75%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	25%	
<b>Lidl De Spinne</b> 		Ligging	wijkwinkelcentrum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naast supermarkt nog 3 andere winkels aanwezig (o.a. Kruidvat)</li> <li>• Gratis parkeren</li> </ul>
		Omvang	955 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 10 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	70%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	30%	
<b>MCD</b> 		Ligging	dorpskern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dorpssupermarkt, met grote bakkerij</li> <li>• Gratis parkeren</li> </ul>
		Omvang	500 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 3-4 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	100%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	0%	

<sup>1</sup> Op het terrein van Agrimarkt is naast een full-service supermarkt van circa 2.400 m<sup>2</sup> wvo ook een vakdiscount gevestigd (gericht op tuin, huisdier en plant), circa 400 m<sup>2</sup> wvo. We rekenen alleen met de metrages voor de supermarkt.

		Ligging	Op camping De Veerhoeve	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleinschalige supermarkt op camping De Veerhoeve</li> </ul>
		Omvang	475 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 3-4 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	n.b.	
		Aandeel omzet van buiten Goes	n.b.	
		Ligging	vrijwel direct aan N289	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bakkerswinkel met aanvullend dagelijks assortiment (o.a. groente en fruit en kruidenierswaren)</li> <li>• kleinschalige winkel, goed bereikbaar</li> <li>• circa 7 parkeerplekken voor eigen winkel</li> </ul>
		Omvang	155 m <sup>2</sup> wvo	
		Inschatting omzet	€ 1 mln.	
		Aandeel omzet uit Goes	100%	
		Aandeel omzet van buiten Goes	0%	

Bron: Locatus, juli 2018; I&O, 2018; Bewerking: Stec Groep, 2019.

*(NB: omzetcijfers zijn een inschatting op basis van de omvang van de winkel en de resultaten van het koopstromenonderzoek. Aandelen zijn een inschatting op basis van KSO 2018 (I&O), o.b.v. aankooplocatie.)*

De meeste supermarkten in de stad Goes zijn qua omvang marktconform (circa 1.200 tot 1.500 m<sup>2</sup>), vergeleken met aanbod in vergelijkbare gemeenten. Mede door de omvang kennen de huidige supermarkten een goede toekomstverwachting. In de overige kernen gaat het om kleinschalige supermarkten met een lokaal verzorgingsgebied.

### Trends en ontwikkelingen supermarkten

Supermarkten in Nederland zijn grofweg onder te verdelen in discount/prijssupermarkten en (full-) servicesupermarkten. Daartussen bevindt zich een groot middensegment, zie onderstaand figuur. Van alle bezoekers van supermarkten ziet circa 32% Albert Heijn als primaire supermarkt, gevolgd door Jumbo (17%), Lidl (13%), Aldi (5%) en Plus (5%) (Deloitte, 2017). Albert Heijn, Jumbo en Plus zijn full-servicesupermarkten, Lidl en (vooral) Aldi zijn te positioneren als discounters.

**Figuur 3: Supermarktpositionering**

Formuletype	Omschrijving	Formules
Fullservice	Veel service met een bovengemiddelde prijsstelling	Albert Heijn en Plus
Buurtsuper	Redelijke service, in de buurt, met een hoge prijsstelling	Coop en Spar
Value-for-money	Gemiddelde service met een gemiddelde prijsstelling	Dekamarkt, EMTÉ, Jan Linders, MCD, Poiesz en Vomar
Service discount	Bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Deen, Hoogvliet, Jumbo en Supercoop
Merken discount	Gemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Boni, Dirk en Nettorama
Hard discount	Weinig service met een zeer scherpe prijsstelling	Lidl, Aldi

Bron: EFMI; CBL; GfK Nederland; Bewerking Stec Groep, 2019.

Een aantal belangrijke trends en ontwikkelingen hebben effect op het functioneren van supermarkten en speciaalzaken in de toekomst. Vandaar dat we de belangrijkste hieronder opsommen.

- Er is zowel sprake van schaalvergroting (AH XL, Jumbo Foodmarkt), als van schaalverkleining (AH-to-go, Spar City). Kleinschalige supermarkten komen vooral op in de centra van grote steden, nabij stations en openbare voorzieningen. Grootschalige supermarkten (>1.500 m<sup>2</sup> wvo) zijn veelal aan de rand van steden te vinden, waar sprake is van een goede (auto)bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden. Hiermee wordt ingespeeld op de wens van de consument, die alle

boodschappen in één keer wil doen. Een supermarkt vanaf plusminus 2.500 m<sup>2</sup> wvo heeft een bovenlokale functie. Het middensegment (full-service supermarkt van 800 - 1.000 m<sup>2</sup> wvo) dreigt te verdwijnen als gevolg van deze marktontwikkeling (o.a. door gebrek aan passend assortiment). Voor een aantal supermarkten in Goes is daarom noodzakelijk om niet tussen wal en schip te belanden. Voor deze supermarkten is het noodzakelijk om de randvoorwaarden voor een goede koopbeleving te behouden en versterken.

- Steeds meer supermarkten bieden ook de mogelijkheid aan om online boodschappen te doen. De meest bekende zijn Albert Heijn en Jumbo, die naast thuisbezorging ook pick-up points heeft geïntroduceerd waar boodschappen opgehaald kunnen worden. Ook zien we dat diverse supermarkten aanbieden om online bestelde boodschappen in de winkel op te halen. Hiervoor is extra (winkel- en opslagruimte nodig. Daarnaast zien we de opkomst van maaltijdboxen (Hello Fresh, Marley Spoon) en full internet players (Picnic). Hoewel het marktaandeel nog relatief klein is (vaak <2%) is de verwachting dat het aandeel gaat toenemen op langere termijn.
- Een servicesupermarkt (zoals Albert Heijn en Jumbo) trekt elke week meer dan circa 10.000-15.000 bezoekers. Een discountsupermarkt trekt circa 6.000 tot 8.000 bezoekers per week. Daarmee is de supermarkt in de meeste centra een belangrijke publiekstrekker, afhankelijk van de exacte ligging.
- Food wint aan belang in de winkelstraten (en daarbuiten). Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds groter stempel op winkelgebieden. Nieuwkomers (zoals Marqt en de Landwinkel) richten zich op een specifieke markt en op de consument die zich bewust is van zijn eetgewoonten en/of de identiteit die hiermee gepaard gaat. Op de traditionele supermarktketens heeft deze ontwikkeling ook een effect. Ze gaan zich steeds meer profileren en bieden een steeds grotere variatie aan producten, productlijnen (bv. fair trade) of aanvullende diensten aan (bv. sushi bar, Deli Kitchen, kruidentuin).
- Ook is er blurring in de foodsector. Ondernemers van buiten de dagelijkse sector zien dat food aan populariteit wint. Van de boekhandel die ook koffie en broodjes serveert tot de Hema met een uitgebreide versafdeling.

### Detailhandelsvisie stuurt op kwalitatieve versterking

De detailhandelsvisie voor Goes is eind 2017 vastgesteld. De opgave op hoofdlijnen is het kwalitatief versterken van de bestaande detailhandelsstructuur. We hebben een aantal punten uit de visie op een rij gezet in relatie tot dagelijkse detailhandel, supermarkten in het bijzonder:

- In **wijkwinkelcentra** wordt gestreefd naar behoud van voldoende kritische massa en draagvlak waarbij de kwantitatieve omvang niet groeit. **Kwalitatieve vernieuwing** is hierbij mogelijk wel aan de orde.
- De Spinne, Beukenhof en (in de toekomst) Havengebied Goes zijn wijkverzorgende boodschappencentra met aanbod gericht op de (aanwezige) supermarkt als basis voor enig aanvullend aanbod. Ontwikkelingen die de positie van de wijkcentra in gevaar brengen (bijvoorbeeld de **ontwikkeling van een nieuwe solitaire supermarkt**) zijn **onwenselijk**.
- Nieuwe ontwikkelingen dienen bij te dragen aan de **versterking van de gewenste detailhandelsstructuur**. Op plaatsen buiten deze structuur zijn nieuwe ontwikkelingen op het gebied van detailhandel in beginsel ongewenst.
- Voor **toekomstige initiatieven** die (fysiek of om andere redenen) niet passen binnen de gewenste winkelstructuur dient **gemotiveerd** te worden dat deze ontwikkeling een **positief (ruimtelijk) effect** heeft op de gewenste winkelstructuur.

## 2.2 Uitkomsten koopstromenonderzoek dagelijkse detailhandel

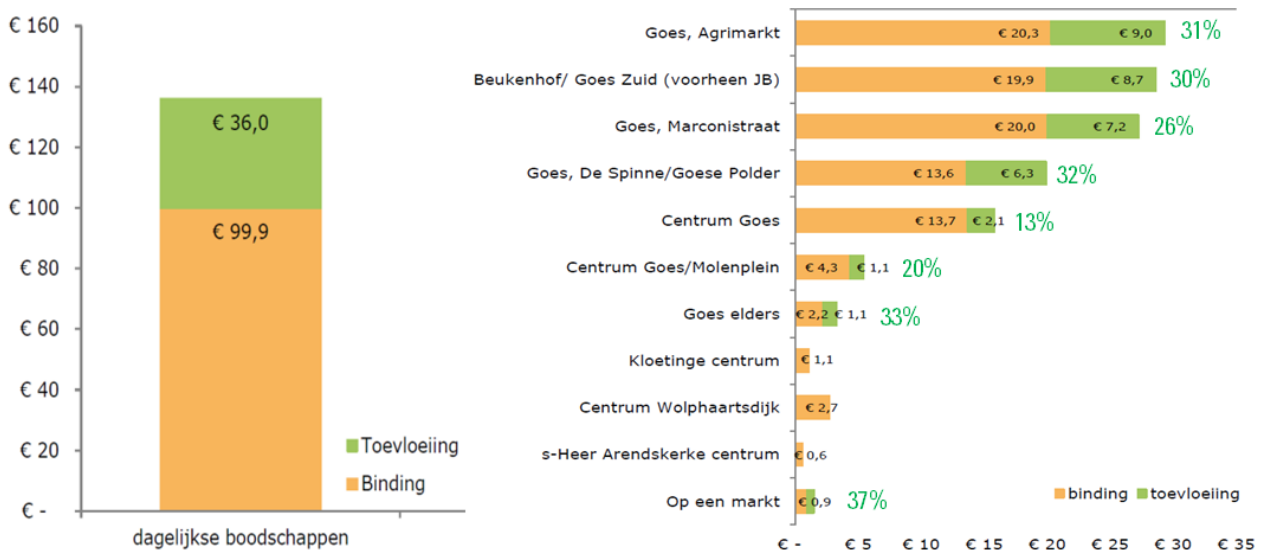
### Bijna € 140 miljoen aan bestedingen in dagelijkse sector

Uit het recente koopstromenonderzoek (I&O, januari 2018) blijkt dat de totale bestedingen in gemeente Goes op € 136 miljoen worden geraamd. In de dagelijkse sector is circa € 100 miljoen van de van de bestedingen afkomstig van inwoners van Goes. De rest van deze bestedingen komen voornamelijk uit gemeente Borsele (18%), Noord-Beveland (5%) en Kapelle (4%).

De aankooplocaties met de hoogste omzet in dagelijkse boodschappen zijn Agrimarkt (22% van totaal), Beukenhof (21%) en Marconistraat (20%). Op deze locaties, en ook op De Spinne/Goese Polder, komt zo'n 25 tot 30% van de bestedingen van buiten Goes. Uit het KSO blijkt dat inwoners uit Borsele zowel naar Beukenhof, Agrimarkt, De Spinne en Marconistraat gaan. Inwoners van Kapelle besteden hun geld voor dagelijkse boodschappen vooral in Marconistraat en Agrimarkt en inwoners uit Noord-Beveland besteden het meest in de Agrimarkt. Van de bestedingen in de dagelijkse sector komt € 6,6 miljoen uit Noord-Beveland (5% van totaal). Uit recent koopstromenonderzoek in Noord-Beveland (BRO, mei 2017) blijkt dat bijna 40% van de koopkracht van inwoners uit Noord-Beveland naar de supermarkten en andere winkels in Goes gaat. In dit onderzoek worden geen uitspraken gedaan over de omvang van bestedingen.

**Figuur 2: Detailhandelsbestedingen in Goes (in mln. euro)**

*links: bestedingen in dagelijkse sector, rechts: dagelijkse bestedingen naar aankooplocatie (% = toevloeiing in geraamde omzet)*



Bron: KSO Gemeente Goes, 2018 (I&O)

I&O raamt daarnaast de toeristische bestedingen in de dagelijkse sector op € 1,4 tot € 1,6 miljoen. Dat lijkt een voorzichtige inschatting. In eerder onderzoek (Detailhandelsstructuurvisie Midden- en Noord-Zeeland, BRO 2005) bleek dat toeristische bestedingen in Goes goed waren voor 0 tot 10% van de totale omzet. De toeristische bestedingen kunnen we ook (grof) inschatten op basis van aantal overnachtingen. Er waren naar schatting 275.000 toeristische overnachtingen in 2016 in gemeente Goes (KCKT, 2017). De inschatting in het koopstromenonderzoek lijkt daarom conservatief. We verwachten dat supermarkten circa € 1,5 tot 3 miljoen aan extra omzet vanuit toeristen aantrekken.

In totaal is de omzet in de dagelijkse sector in Goes – op basis van het koopstromenonderzoek (2018) – geraamd op circa 140 miljoen euro op jaarbasis (inclusief toeristische bestedingen).<sup>2</sup>

### Hoog bindingspercentage voor dagelijkse boodschappen

Inwoners van Goes besteden hun geld voor dagelijkse boodschappen vooral in de eigen gemeente. Inwoners van Goes geven in totaal € 105 miljoen uit aan dagelijkse boodschappen. Daarvan komt € 100 miljoen terecht in Goes zelf. Het bindingspercentage bedraagt daarmee 95 procent. Inwoners van Goes die buiten de gemeente kopen doen die bestedingen vooral in Kapelle (2%) en Borsele (1%). De afvloeiing naar internet is (vooralsnog) beperkt (1%).

<sup>2</sup> Dit bedrag kan afwijken van de daadwerkelijke omzet in de dagelijkse detailhandel in Goes. Het betreft een rekenkundig berekende omzet, die mogelijk statistisch gezien enige foutmarge kent. Overigens moet bij het rekenen met landelijke kengetallen ook rekening worden gehouden met statistische foutmarges.



### Uitkomsten KSO 2018 vergelijkbaar met eerder onderzoek

Het bindingpercentage uit het meest recente koopstromenonderzoek (95%) is vergelijkbaar met eerdere onderzoeken, waarin werd uitgegaan van een bindingspercentage van 96% (BRO, 2011).

Het recente KSO laat een toevloeiing in de dagelijkse sector zien van zo'n 30% van buiten gemeente Goes. Dit ligt iets lager dan in eerder onderzoek werd aangenomen (40%, BRO 2011). Deze cijfers zijn nog exclusief toeristische bestedingen. Diverse supermarkten in Goes hebben gegevens aangeleverd over de herkomst van klanten. Daaruit blijkt dat 25% tot 45% van de omzet van inwoners buiten Goes wordt behaald. Deze cijfers liggen dus hoger dan het recente KSO. Gezien de omvang, ligging en regioverzorgende functies van supermarkten in Goes vinden we een toevloeiing van 30 tot 35% realistisch (inclusief toeristische bestedingen).

### Prijsniveau belangrijkste reden voor bezoek dagelijkse boodschappen

Het prijsniveau van het winkelaanbod blijkt de belangrijkste reden te zijn om Goes te bezoeken voor dagelijkse boodschappen. Bijna de helft van de respondenten geeft dit aan in het recente KSO. Andere belangrijke redenen zijn het 'totaal aan winkelaanbod' (36%), 'dicht bij huis' (35%) en 'bereikbaarheid per auto' (34%). De sfeer/uitstraling van de aankooplocatie speelt een veel minder sterke rol (15%). Consumenten geven de gemeente een gemiddeld rapportcijfer van 7,8 als aankooplocatie voor dagelijkse boodschappen. De bereikbaarheid per fiets en auto blijken met name hoog te scoren. Evenementen en aanbod van horeca scoren juist lager. Tot slot blijkt dat belangrijkste verbeterpunt het verbeteren van de parkeermogelijkheden is voor het doen van boodschappen.

### Conclusie op basis van koopstromenonderzoek: Economisch functioneren dagelijkse detailhandel in Goes is bovengemiddeld

De huidige supermarkten in Goes functioneren redelijk tot goed. Wanneer we uitgaan van € 140 miljoen aan bestedingen (inclusief toeristische bestedingen) en dit afzetten tegen het huidig aanbod, dan is de vloerproductiviteit ruim € 8.700 per m<sup>2</sup> wvo in de dagelijkse sector. Dat is ruim boven het gemiddelde van bijna € 8.000 per m<sup>2</sup> wvo in Nederland. De dagelijkse sector in Goes presteert daarmee bovengemiddeld, zo is de verwachting.

## 2.3 DPO toont marktruimte voor dagelijkse detailhandel

Op basis van diverse kengetallen en bronnen bepalen we de marktruimte in vierkante meters winkelvloeroppervlak. We gaan eerst in op de parameters voor de berekening.

### Aantal inwoners verzorgingsgebied

De gemeente Goes had op 1 maart 2019 ca. 37.800 inwoners. Door bevolkingsgroei (en de realisatie van woningbouwplannen) zal het aantal inwoners in 10 jaar stijgen tot circa 39.000-39.500 inwoners. We hanteren Primos 2018 als uitgangspunt voor deze aannahme. We wijken daarmee af van de Zeeuwse bevolkingsprognose voor Goes. Dit omdat in de Zeeuwse prognose beperkt woningbouwplannen zijn meegenomen bij het bepalen van de aantallen. Voor de berekening hanteren we een inwonertal van 39.200 in Goes voor 2028.

### Bestedingen

Het gemiddelde besteedbaar inkomen in de gemeente Goes ligt op ca. € 21.000 per persoon, dit is vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde van € 20.600 (verschil van ca. 2%, zo blijkt uit cijfers van het CBS). Gemiddeld besteden Nederlanders per jaar € 2.641 in de dagelijkse detailhandel (Panteia, 2018). Gezien de (lichte) afwijking van het gemiddelde inkomensniveau in Goes ten opzichte van het gemiddelde inkomensniveau in Nederland, gaan we Goes uit van licht hogere bestedingen per inwoner: € 2.660 (bron voor correctie en bestedingsniveau: INretail en Panteia, 2018).

### Huidig aanbod

De dagelijkse sector bestaat uit circa 12.200 m<sup>2</sup> wvo supermarkten circa 6.100 m<sup>2</sup> wvo overige dagelijkse winkels (bv. drogist, groenteboer, speciaalzaak). Ten opzichte van de vorige zijn er diverse wijzigingen: een uitbreiding van Aldi Molenplein (+ circa 200 m<sup>2</sup> wvo), een uitbreiding van Jumbo Marconistraat (+ circa 200 m<sup>2</sup> wvo) en de toevoeging van verschillende dagelijkse winkels, zoals Bie de Bolle en nieuwe vestigingen van Bakker Boer. Al met al is het dagelijks aanbod met circa 2.200 m<sup>2</sup> wvo toegenomen.

Tabel 2: Overzicht meegenomen dagelijks aanbod DPO berekening

Branche	Locatie	Omvang (in m <sup>2</sup> wvo)
<b>Supermarkten:</b>		
- Agrimarkt <sup>3</sup>	Goes	2.400
- Jumbo	Goes	2.020
- Dirk	Goes	1.420
- Albert Heijn	Kloetinge	1.410
- ALDI-Markt	Goes	1.225
- Lidl De Spinne	Goes	955
- MCD	Goes	500
- Spar	Wolphaartsdijk	475
- Maal Alshaam Bazar	Goes	180
- Bakker Boer	Kloetinge	155
<i>Totaal supermarkten</i>		<b>10.750</b>
<i>Overig dagelijks aanbod</i>		<b>6.100</b>
<b>Totaal</b>		<b>16.850</b>

Bron: Locatus, juli 2018. Bewerking: Stec Groep, 2019

### Koopkrachtbinding

Goes kent een sterk aanbod en bovendien is het achterland dun bezaaid met dagelijkse detailhandel. Het aanbod is compleet. Op basis van het koopstromenonderzoek (2018) wordt de dagelijkse koopkrachtbinding in Goes op 95% geschat. Zie verder paragraaf 2.2.

### Koopkrachttoevloeiing

<sup>3</sup> Dit is exclusief de 400 m<sup>2</sup> van de vakdiscount (gericht op tuin, huisdier en plant) op het terrein van Agrimarkt.

De ligging en positie van Goes maakt de gemeente het regionale koopcentrum van De Bevelanden. Mensen uit de regio zullen regelmatig (een deel van de) boodschappen in Goes doen. Daarnaast is sprake van een (beperkte) toevloeiing van toeristen (en in mindere mate passanten of werkenden). Op basis van het koopstromenonderzoek (2018) wordt de koopkrachttoevloeiing op circa 30-35% geschat. Zie verder paragraaf 2.2.

#### Vloerproductiviteit

We vergelijken de (rekenkundige) gemiddelde vloerproductiviteit per m<sup>2</sup> wvo met het gemiddelde vloerproductiviteit in Nederland (deze bedraagt voor dagelijkse detailhandel circa € 8.000,- per m<sup>2</sup> wvo).

**Tabel 3: Berekening marktruimte dagelijkse sector<sup>4</sup>**

	2028
Aantal inwoners Goes 2028	39.200
Bestedingen dagelijks per hoofd (in €)	€ 2.660
Bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 104 - € 105 mln.
Koopkrachtbinding vanuit Goes	95%
Totaal gebonden bestedingen vanuit Goes (in mln. €)	€ 99 - € 100 mln.
Koopkrachttoevloeiing van buiten de gemeente (in % totale omzet)	30-35%
Totale omzet bestaand aanbod (dagelijks) Goes (in mln. €)	€ 142 - € 153 mln.
Gemiddelde omzet dagelijks per m <sup>2</sup> wvo in Nederland (in €)	€ 8.000
Haalbaar aanbod in m <sup>2</sup> wvo	19.050
Huidig aanbod in m <sup>2</sup> wvo	16.850
<b>Uitbreidingsruimte dagelijkse sector in Goes (in m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>850-2.200</b>
Omzet per m <sup>2</sup> wvo aanwezig aanbod in Goes (in €, uitgaande van 32,5% toevloeiing)	€ 8.700

Op basis van de aangegeven uitgangspunten (zie ook tabel 3 hieronder) is de distributieve ruimte in de dagelijkse sector berekend voor Goes. Uitgaande van de parameters is de uitbreidingsruimte in de huidige situatie maximaal 750 m<sup>2</sup> wvo. Dit sluit aan bij de conclusie dat de huidige supermarkten in Goes redelijk tot goed presteren en verklaart (deels) de concrete uitbreidings- en vestigingsplannen van diverse supermarktondernemingen in Goes.

Bovenstaande berekening is conservatief te noemen. Waarom?

- Er is uitgegaan van stabiel blijvende bestedingen van consumenten bij supermarkten. Als we echter de bestedingscijfers in perspectief plaatsen dan zien we dat deze afgelopen jaren zijn toegenomen van € 1.790 per persoon in 2009 (HBD, 2014) naar € 2.067 per persoon in 2017 (Panteia, 2018). Dit betekent een stijging in 9 jaar tijd van 15% terwijl het inflatiecijfer de afgelopen jaren nauwelijks steeg (CBS, 2017). We houden de bestedingen echter gelijk om te anticiperen op de groei in online verkoop bij pure-internet spelers (zoals Picnic). Hierdoor ontstaat geen overschatting van de berekende marktruimte.
- Ook het besteedbaar inkomen is de afgelopen jaren toegenomen zo blijkt uit cijfers van het CBS. Juist de uitgaven in de dagelijkse detailhandel stijgen.

Indien we kijken naar de omzetclaim van beide segmenten dan verwachten we een omzetclaim (anno 2018) van supermarkten tussen 85 en 90 miljoen euro, terwijl de overige dagelijkse winkels een claim hebben van 40 tot 45 miljoen euro.

<sup>4</sup> We hanteren bij de berekening zoveel mogelijk een regionale vertaling van landelijke kengetallen. Landelijk is echter afgesproken om met de hierboven genoemde kengetallen te rekenen bij dit type onderzoek.

# 3 Investeringsplannen

## 3.1 Uitbreidings- en investeringsplannen supermarkten in de gemeente Goes en daarbuiten

### 3.1.1 Investeringsplannen in Goes

#### Albert Heijn – Goese Schans

Albert Heijn Goese Schans is momenteel in **aanbouw** en wordt naar verwachting dit jaar (2019) geopend. Dit is onderdeel van een nieuw (kleinschalig) winkelcentrum (deelgebied Westerschans). De omvang van de supermarkt wordt circa **1.600 m<sup>2</sup> wvo**.

Albert Heijn wil daarnaast de bestaande vestiging behouden. De gemeente heeft liever een verkleining om zodoende extra meters te verkrijgen voor de verbetering van andere supermarkten. Albert Heijn zegt gebonden te zijn aan huurcontract en wil het vooralsnog in huidige maat in stand houden.

#### Lidl – tweede vestiging op Marconistraat

Lidl wil graag een **tweede vestiging** in Goes openen en hebben daarbij de voormalige locatie van de Gamma op de Marconistraat op het oog. Het plan is een winkel 2.200 m<sup>2</sup> bvo. In winkelvloeroppervlak is dit **1.450 m<sup>2</sup>**. Het bestemmingsplan moet hiervoor nog in procedure.

#### Jumbo – uitbreiding met foodmarkt op Marconistraat

Jumbo heeft een wens tot **uitbreiding** naar 4.000 m<sup>2</sup> bvo, waaronder 250 m<sup>2</sup> horeca. Het idee is om hier het Foodmarkt concept van Jumbo toe te passen. De uitbreiding moet onder meer plaats vinden in het bestaand pand en op eigen terrein. Jumbo wil daarbij parkeerplaatsen creëren op het terrein aan de overkant van de Marconistraat (waar nu nog een lege bedrijfshal staat). De uitbreiding van de Jumbo op het huidige parkeerterrein valt buiten het bouwvlak en is daarmee in strijd met het bestemmingsplan. Deze uitbreiding kan met een omgevingsvergunning op redelijk eenvoudige wijze alsnog mogelijk worden gemaakt (binnen de reguliere procedure van in beginsel acht weken). De toevoeging van Jumbo bedraagt **780 m<sup>2</sup> wvo**.<sup>5</sup> Omdat het gaat om een relatief nieuw concept verwachten we dat de Jumbo Foodmarkt eerder een kwalitatieve toevoeging is aan de markt, dan dat sprake is van een (volledig) kwantitatieve toevoeging van vierkante meters (met dezelfde omzet als een 'reguliere' supermarkt).

#### Agrimarkt – bestaande onbenutte uitbreidingsruimte

Agrimarkt wil graag uitbreiden op haar huidige locatie. Agrimarkt heeft op de huidige locatie nog enige **onbenutte uitbreidingsruimte**, namelijk **300 m<sup>2</sup> wvo** supermarkt.

#### MCD – Wolphaartsdijk – beperkte uitbreiding

MCD wil **uitbreiden** naar circa 800 m<sup>2</sup> door het naastgelegen pand op te kopen en door middel van sloop-nieuwbouw een nieuwe winkel te maken. Het gaat om een uitbreiding van **300 m<sup>2</sup> wvo**. Voor de uitbreiding van de MCD moet het bestemmingsplan in nog in procedure.

**Indien we alle uitbreidingsplannen bij elkaar op tellen gaat het om een uitbreiding van circa 4.450 m<sup>2</sup> wvo supermarkt ten opzichte van de bestaande oppervlakte.**

### 3.1.2 Investeringsplannen voor realisatie van supermarktmeters buiten Goes

#### Aldi - Kamperland

In Kamperland (gemeente Noord-Beveland) zijn plannen voor een nieuwe Aldi. Op dit moment is nog niet duidelijk wanneer de supermarkt gereed zal zijn. Aldi wil graag een vestiging van 1.250 m<sup>2</sup> wvo, maar gemeente Noord-Beveland heeft aangegeven dat dit alleen mogelijk is wanneer het DPO hier ruimte voor

<sup>5</sup> Berekening: In de huidige omvang is de Jumbo 2.020 m<sup>2</sup> wvo. In de nieuwe situatie is de Jumbo 4.000 m<sup>2</sup> bvo (2.800 m<sup>2</sup> wvo).

biedt. Anders wordt de omvang 1.050 m<sup>2</sup> wvo. De impact van deze uitbreiding op de Goese supermarktstructuur zal klein zijn gelet op de forse afstand tot Goes (>20 kilometer). Uit het koopstromenonderzoek blijkt dat circa 4% van de gerealiseerde omzet in de dagelijkse sector in Goes afkomstig is van Noord-Beveland. Het grootste deel van de bestedingen komt terecht bij Agrimarkt, Jumbo en Lidl. De verwachting is daarom dat de Aldi in Kamperland zorgt voor iets meer binding aan de eigen gemeente, maar dat inwoners van Noord-Beveland nog steeds voor een belangrijk deel boodschappen blijven doen in Goes. Deze conclusies worden bevestigd in koopstromenonderzoek dat in Noord-Beveland is uitgevoerd.

### Lidl - Heinkenszand

In Heinkenszand (gemeente Borsele) zijn plannen voor een nieuwe Lidl van circa 1.300 m<sup>2</sup> wvo. Het pand moet komen naast de huidige, en enige, supermarkt in Heinkenszand (Jumbo). Naar verwachting kan de bouw in 2020 beginnen. De impact op Goes zal groter zijn, gelet op de sterke toestroom vanuit de gemeente Borsele (in het huidige koopstromenonderzoek) en de beperkte afstand tot Goes. We verwachten echter niet dat dit tot grote effecten zal leiden in de koopkracht en bestedingen in Goes, immers het aanbod in Heinkenszand blijft beperkt en de Lidl zal met name effect hebben op bestedingen bij de Lidl in Goes. Ook Lidl zelf verwacht weinig effect als gevolg van deze ontwikkeling.

## 3.2 Ruimtelijke en economische impact van (potentiële) nieuwe ontwikkelingen in Goes

### Omzetclaim nieuwe meters 35-40 miljoen euro

Indien we uitgaan van de investeringsplannen zoals die zijn voorgesteld verwachten we een extra omzetclaim van supermarkten van 35-40 miljoen euro. De totale omzetclaim van alle supermarkten in gemeente Goes komt daarmee uit op circa 120 tot 130 miljoen euro (na realisatie). Voor de overige dagelijkse winkels verwachten we een beperkte groei in de omzetclaim. Op basis van kengetallen zou de omzetclaim van supermarkten hoger liggen. Echter we hebben redenen om aan te nemen dat een deel van de aanvullende omzetclaim verplaatst:

- De tweede vestiging van AH (Goese Schans) zal voor een deel klanten uit de bestaande AH (Kolveniershof) wegtrekken. De omzet verplaatst deels. Wel zal AH haar marktaandeel binnen Goes versterken. We verwachten dat beide winkels straks goed zijn voor een omzet tussen 25 en 27 miljoen euro, een stijging van circa 12-15 miljoen euro.
- Een tweede vestiging van Lidl is – door de centrale ligging – met name aantrekkelijk voor koopkracht van buiten Goes. Nu al zien we dat de Lidl veel van haar omzet in De Spinne van buiten Goes trekt (ca. 30%). De situatie (omvang winkel, parkeren) is suboptimaal. Een tweede vestiging van Lidl in Goes zal met name de omzet van buiten Goes aantrekken (moderne winkel met voldoende parkeren en goede bereikbaarheid). We verwachten daarom dat een deel verplaatsing van omzet zal zijn binnen de beide Lidl filialen. We verwachten dat beide winkels straks goed zijn voor een omzet tussen 17 en 20 miljoen euro, een stijging van 7 tot 10 miljoen euro.
- Jumbo vergroot haar winkel in Goes als gevolg van de nieuwbouwplannen. Jumbo lanceert hierin echter een nieuw concept; de Jumbo Foodmarkt. Binnen deze foodmarkt is ruimte voor een slager, een kaasspecialist, maar worden ook gerechten bereid in kookstudio's. Ook zal er een horecagelegenheid zijn. De opzet van de winkel is ruimer en speelt meer in op beleving en service. We verwachten dan ook dat de nieuwe meters hoofdzakelijk kwalitatieve meters zullen zijn. De verwachting is dat sprake zal zijn van een stijging in omzet van circa 5 miljoen euro, naar 20 miljoen euro als gevolg van de uitbreiding.
- Agrimarkt heeft nog een beperkte uitbreidingsmogelijkheid. De planologisch beschikbare meters zullen de omzetclaim verhogen tot circa 20 miljoen euro, zo is de verwachting.
- De uitbreidingsplannen van MCD in Wolphaartsdijk hebben een beperkt omzeteffect voor deze winkel, die bovendien hoofdzakelijk door de inwoners van Wolphaartsdijk en de bezoekers van de campings in de omgeving bezocht zal worden. We verwachten een kleine omzetgroei van 4 naar 6 miljoen euro als gevolg van de uitbreiding.
- De overige supermarkten in Goes en de kerkdorpen blijft naar verwachting nagenoeg gelijk (en/of zal licht stijgen). Dirk, Aldi, Spar en Bakker Boer (en de kleinere minisupers) hebben een omzetclaim van circa 25 tot 30 miljoen euro.

Indien we uitgaan van een omzetclaim bij supermarkten van 120 tot 130 miljoen euro (incl. alle investeringsplannen) en bij overige dagelijkse winkels van 40 tot 45 miljoen euro, dan is de claim van het aanbod na realisatie van de plannen circa 160 tot 175 miljoen euro (in 2028). We constateerden dat het draagvlak in 2028 circa 140 tot 150 miljoen euro bedraagt. Er ontstaat een 'overschot' van 7 à 16% indien alle plannen worden gerealiseerd.

### Ruimtelijke effecten van overschot beperkt; juist versterking van kwetsbare gebied Marconistraat

De verplaatsings- en uitbreidingsplannen hebben kwalitatief gezien een positief effect op de consumentenverzorging en winkelstructuur van Goes. Hoewel het aantal vierkante meters relatief fors toeneemt blijkt uit voorgaande argumentatie dat de (ruimtelijke) impact van de extra vierkante meters (en omzet) voor een deel zal landen bij de bestaande aanbieders Lidl en AH. Immers, zij willen de winkelbeleving, service en consumentverzorging optimaliseren. Een groot deel van de omzet op de 'tweede' vestiging zal dan ook worden gerealiseerd door verplaatsing van 'eigen' consumenten.

Het is niet volledig uit te sluiten dat er, als gevolg van de verplaatsings- en uitbreidingsplannen effecten zullen zijn op het bestaand aanbod. Het is echter niet te verwachten dat er een supermarkt zal verdwijnen als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding. We hebben hiervoor een aantal argumenten:

- Ten eerste is er distributieve uitbreidingsruimte. Er zit dus nog enige 'rek' in wat het verzorgingsgebied aan kan. Het maximale overschot ligt tussen 7 en 16%.
- Daarnaast zal geen van de supermarkten in de nieuwe situatie dusdanig groeien en/of uit verhouding zijn qua omvang ten opzichte van andere (full service) supermarkten in Goes. Hierdoor veranderen de concurrentieverhoudingen niet dusdanig.
- Er treedt geen nieuwe formule toe in Goes. Consumenten zijn relatief trouw aan de winkel waar ze naartoe gaan.
- Uitbreiding vindt plaats binnen de gewenste winkelstructuur die Goes in haar beleid nastreeft.
- Voor Jumbo geldt dat het foodmarktconcept een kwalitatieve toevoeging is voor het supermarktaanbod. Hoewel puur kwantitatief er onvoldoende marktruimte is voor het toevoegen van de foodmarkt tezamen met de andere supermarktinitiatieven, onderscheidt Jumbo zich met deze formule van bestaande aanbieders. Bovendien geldt dat de winkelmeters in de foodmarkt extensiever gebruikt worden dan reguliere supermarktmeters door ruimere opstelling, bredere paden, verse bereiding en horeca-elementen.

Vertalen we bovenstaande naar de situatie in Goes dan zal in beginsel de marktsituatie niet wijzigen. Per winkelformule lopen we hierna de mogelijke effecten langs.

- Agrimarkt: Agrimarkt is een bijzondere formule en heeft een sterke aantrekkingskracht van zowel binnen als buiten Goes. Gelet op de ligging, verwachten we een stabiel effect. Een en ander uiteraard afhankelijk van de service en het gemak dat deze winkel de consument kan bieden.
- Dirk: de Dirk in winkelcentrum Beukenhof kent een toekomstbestendige omvang. De ligging ten opzichte van de nieuwbouwplannen verandert niet dusdanig. Binnen de huidige marktsituatie presteert de Dirk goed (bovengemiddeld). Gelet op de groei in omzet verwachten we een zeer minimaal effect.
- Aldi heeft recent haar winkel aan het Molenplein geüpgraded. Effecten op deze formule zullen beperkt zijn. Aldi is een discounter en wordt door consumenten anders bezocht dan full service supermarkten<sup>6</sup>. Daarnaast ligt Aldi gunstig, met een goede bereikbaarheid en parkeersituatie. We verwachten daarom niet dat Aldi veel hinder zal ondervinden van de nieuwe ontwikkelingen. Een Aldi kan over het algemeen prima functioneren in een marktgebied met 15.000-20.000 inwoners.
- Jumbo, AH en Lidl hebben een stad- en wijkverzorgende functie. Deels hebben de winkels ook een bovenlokale functie. In de nieuwe situatie verwachten we dat sprake zal zijn van een herschikking van consumenten. Er zal hoofdzakelijk sprake zijn van een betere spreiding van consumenten over de vestigingen.

<sup>6</sup> Een full service supermarkt wordt gemiddeld 2x per week bezocht, terwijl een discount supermarkt circa 1x per twee weken bezocht wordt. Ook wordt een discounter veel meer gezien als 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> supermarkt en niet als 1<sup>e</sup>. Dit blijkt uit consumentenonderzoek van Deloitte (2015)

Aanvullend wordt met de nieuwe ontwikkelingen een impuls gegeven aan de versterking van Marconistraat als winkelgebied. Dit winkelgebied (met name voor wonen en perifere detailhandel) presteert nu benedengemiddeld. In de afgelopen jaren is de leegstand toegenomen en ook het vertrek van de Gamma komt de locatie niet ten goede. De investeringsplannen van Jumbo en de komst van Lidl kunnen het gebied een impuls geven. Overige winkels in het gebied kunnen hiervan profiteren.

# 4 Advies en strategie

## 4.1 Werk vanuit een afwegingskader bij het toetsen van nieuwe initiatieven

Van belang is dat nieuwe initiatieven de markt voor dagelijkse detailhandel (en supermarkten) kunnen versterken. Immers, we constateren marktruimte voor nieuwe winkelmeters op korte en middellange termijn. Een en ander wordt veroorzaakt door een grote toestroom van buiten Goes. Toch is zorgvuldigheid geboden. Toevoeging van winkelmeters is alleen wenselijk indien dit op lange termijn de winkelstructuur versterkt en geen negatief effect heeft op de bestaande winkelstructuur. We stellen daarom voor om te werken met een afwegingskader om nieuwe initiatieven te toetsen, namelijk:

### 1. Initiatieven die aansluiten bij de gewenste (dagelijkse) winkelstructuur

Bij de afweging van nieuwe initiatieven is het allereerst van belang dat deze aansluiten bij de gewenste winkelstructuur, onder andere vastgelegd in de detailhandelsvisie van de gemeente Goes (vastgesteld november 2017). In de detailhandelsvisie worden de binnenstad, de wijkcentra en Marconistraat aangeduid als belangrijkste winkelgebieden voor Goes.<sup>7</sup>

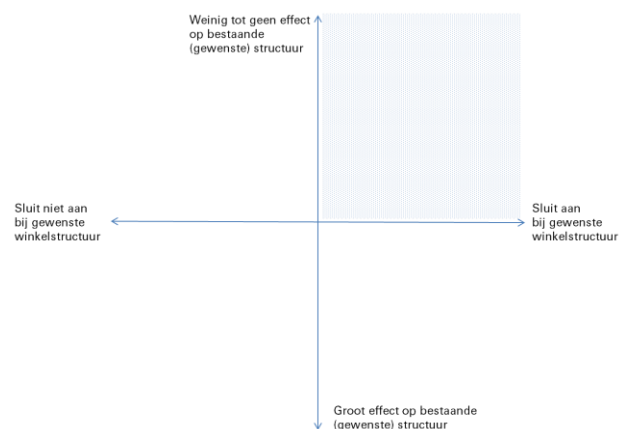
Van belang is dat nieuwe dagelijkse winkels (of supermarkten) zich concentreren in een van deze gebieden en dat de hiërarchie tussen de gebieden niet verstoord wordt. Dit betekent dat solitaire ontwikkelingen van nieuwe winkels ongewenst zijn (en niet bijdragen aan de op lange termijn gewenste winkelstructuur). Van versterking van de winkelstructuur is alleen sprake wanneer de ruimtelijk-functionele relatie van de supermarkt met de andere winkels is gewaarborgd.

### 2. Initiatieven die geen (ruimtelijke) effecten hebben op de bestaande (en gewenste) winkelstructuur

Een tweede aspect dat bij de afweging van nieuwe initiatieven van belang is, zijn de eventuele (ruimtelijke) effecten die een ontwikkeling hebben op de bestaande (gewenste) winkelstructuur. Nieuwe initiatieven zouden dus geen (ruimtelijk) effect moeten veroorzaken in de – in de detailhandelsvisie vastgelegde – winkelstructuur. Ruimtelijke effecten treden op indien er sprake is van onaantvaardbare leegstand die ontstaat als gevolg van een ontwikkeling. Denk bijvoorbeeld aan het sluiten van een supermarkt en als gevolg daarvan verminderde uitgangssituatie voor zittende ondernemers in het gebied.

Beide toetsingscriteria zijn in een matrix samen te vatten. Bij de beoordeling van initiatieven kan deze matrix als leidraad gelden. We adviseren daarbij alleen mee te werken met initiatieven die passen in het kwadrant rechts bovenin. Zie de afbeelding hiernaast.

Een extra criterium bij de afweging van initiatieven kan zijn of het gaat om een bestaande formule versus een nieuwe toetreder. Immers, bij een nieuwe toetreder zal het mogelijke effect groter zijn. Een uitzondering vormen eventuele nieuwe niche spelers (zoals bv Ekoplaza), echter deze dienen minimaal in de bestaande winkelstructuur (bij voorkeur de binnenstad) gevestigd te worden.



Sanering aan de onderkant van de hiërarchie is overigens een autonoom proces. Deze trend is onomkeerbaar, maar wordt wel versneld als supermarkten zich elders versterken. Dit veroorzaakt echter

<sup>7</sup> Vanwege het toeristisch-recreatieve karakter van Wolphaartsdijk zijn initiatieven op het gebied van detailhandel die dit karakter ondersteunen welkom. Eventuele initiatieven voor verplaatsing, uitbreiding of nieuwvestiging van detailhandel in Wolphaartsdijk zullen worden getoetst op de ruimtelijke effecten op de beschreven winkelstructuur.



geen duurzame ontwrichting. Daarbij laat uitval aan de onderkant weer ruimte voor groei aan de bovenkant van de hiërarchie.

#### 4.2 Verplaatsing van solitaire dagelijkse winkelmeters alleen als achterblijvende meters (direct) geschrapt worden

De uitgangspunten die voor de afweging van nieuwe initiatieven gelden – zie 4.1 en in lijn met de detailhandelsvisie<sup>8</sup> – betekenen dat uitbreiding/verplaatsing van solitaire winkelmeters niet mogelijk zijn. Immers, deze dragen niet bij aan versterking van de gewenste winkelstructuur. Nieuwe toetreders zijn sowieso onwenselijk buiten de gewenste winkelstructuur.

Voor winkels (supermarkten) die nu al buiten de gewenste winkelstructuur gevestigd zijn, geldt dat zij via de algemene afwijkingsregel 10% uit kunnen breiden ten opzichte van hun huidige maat.

In de praktijk kan het voorkomen dat een solitair gevestigde supermarkt aanklopt voor verplaatsing. Hierbij stellen we voor dat de beoordeling hiervan op twee aspecten gedaan wordt: (1) de winkel breidt niet uit (cq. de omvang blijft gelijk aan het bestaande winkelvloeroppervlak) en (2) bij verplaatsing dienen de achter te laten meters wegbestemd te worden voor een supermarkt. Hiervoor zal wel voorzienbaarheid moeten worden gecreëerd indien de supermarkt de ruimte huurt.

#### Detailhandelsvisie stuurt op kwalitatieve versterking

De detailhandelsvisie voor Goes is eind 2017 vastgesteld. De opgave op hoofdlijnen is het kwalitatief versterken van de bestaande detailhandelsstructuur. We hebben een aantal punten uit de visie op een rij gezet in relatie tot dagelijkse detailhandel, supermarkten in het bijzonder:

- In **wijkwinkelcentra** wordt gestreefd naar behoud van voldoende kritische massa en draagvlak waarbij de kwantitatieve omvang niet groeit. **Kwalitatieve vernieuwing** is hierbij mogelijk wel aan de orde.
- De Spinne, Beukenhof en (in de toekomst) Havengebied Goes zijn wijkverzorgende boodschappencentra met aanbod gericht op de (aanwezige) supermarkt als basis voor enig aanvullend aanbod. Ontwikkelingen die de positie van de wijkcentra in gevaar brengen (bijvoorbeeld de **ontwikkeling van een nieuwe solitaire supermarkt**) zijn **onwenselijk**.
- Nieuwe ontwikkelingen dienen bij te dragen aan **de versterking van de gewenste detailhandelsstructuur**. Op plaatsen buiten deze structuur zijn nieuwe ontwikkelingen op het gebied van detailhandel in beginsel ongewenst.
- Voor **toekomstige initiatieven** die (fysiek of om andere redenen) niet passen binnen de gewenste winkelstructuur dient **gemotiveerd** te worden dat deze ontwikkeling een **positief (ruimtelijk) effect** heeft op de gewenste winkelstructuur.

#### 4.3 Verkleining van supermarkt Kolveniershof is wenselijk voor vitale dagelijkse winkelstructuur

Albert Heijn opent in Goes een tweede vestiging. Het bestemmingsplan voor Goese Schans (Westerschans) is onherroepelijk. Gelet op een doorlopend huurcontract is het niet mogelijk voor AH om de bestaande winkel aan het Kolveniershof te verkleinen. Momenteel voldoet deze locatie niet als volwaardige supermarktlocatie. De bereikbaarheid en vooral het parkeren zijn suboptimaal. De nieuwe vestiging leidt tot een hoogwaardige full-service supermarkt elders. Op lange termijn kan dit tot gevolg hebben dat de AH aan de Kolveniershof een andere functie krijgt (bv. kleinere supermarkt).

Gelet op de beschikbare marktruimte, de spreiding van supermarkten in Goes en de (nieuwbouw)initiatieven is het wenselijk dat u op langere termijn streeft naar verkleining van de

<sup>8</sup> In de detailhandelsvisie is hierover opgenomen: "De solitaire supermarkten (Aldi-Molenplein, Jumbo-Marconistraat en Agrimarkt-Van Doornestraat) worden niet substantieel versterkt zodat deze de positie van de wijkcentra niet kunnen ondermijnen. Eventuele initiatieven voor verplaatsing of uitbreiding worden getoetst op de ruimtelijke effecten op de wijkwinkelstructuur. Een nieuwe solitaire supermarkt is niet wenselijk, een eventuele verplaatsing van een bestaande solitaire supermarkt uit Goes is mogelijk, mits dit plaatsvindt binnen de bestaande winkelstructuur en het niet gaat om een substantiële uitbreiding."

supermarkt aan het Kolveniershof. We adviseren daarom in gesprek te gaan en blijven met zowel huurder als eigenaar van het pand over realisatie hiervan (en eventueel alternatieve invulling).