

Goes

Herziening Marconistraat 11

Nota zienswijzen

identificatie

projectnummer:

0664.201811.02

projectleider:

ing. J.A. van Broekhoven

auteur(s):

ing. J.A. van Broekhoven
mw. L. ten Braak, MSc.

planstatus

datum:

07-10-2019

opdrachtgever:

Gemeente Goes

M.G.M.C. Geerts, MSc.

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Zienswijzen	4
2.1. Beleid gemeente en provincie	4
2.2. Ladder voor duurzame verstedelijking	7
2.3. Parkeren	8
2.4. Ecologie	8

Bijlagen

1. Markt voor dagelijkse detailhandel in Goes - Update 2019 –
2. Onderbouwing ladder voor duurzame verstedelijking

Het ontwerp van het bestemmingsplan 'Herziening Marconistraat 11' heeft vanaf 6 juni 2019 6 weken ter inzage gelegen in het kader van de vaststellingsprocedure ex artikel 3.8 Wet ruimtelijke ordening. Binnen deze termijn kon een ieder zijn of haar zienswijze indienen. Bij de gemeente zijn gedurende deze periode 3 zienswijzen ingediend. In hoofdstuk 2 zijn de zienswijzen samengevat en beantwoord. Ook alle aspecten die wel in de reacties zijn vermeld, maar niet in de samenvatting zijn weergegeven, zijn in de beoordeling en overwegingen betrokken.

Zienswijzen zijn ingediend door:

- M. Tunnissen van Nysingh advocaten-notarissen namens Aldi Roosendaal B.V. en Aldi Vastgoed B.V.
- O.H. Minjon van Klaver van der Hooft Posch Advocaten namens Detailconsult Supermarkten B.V.
- Agrimarkt

2. Zienswijzen

4

2.1. Beleid gemeente en provincie

Gemeentelijk beleid

Samenvatting

Indieners wijzen erop dat in de Detailhandelsvisie de volgende uitgangspunten worden gehanteerd voor het Marconigebied.

- het Marconigebied is aangewezen als locatie voor Perifere detailhandel. Er is met uitzondering van plant & dier geen ruimte voor verdere brancheverruiming tenzij daarmee een probleem elders in de gemeente wordt opgelost;
- in het Marconigebied is slechts nieuwvestiging van perifere detailhandel toegestaan, een nieuwe solitaire supermarkt is niet wenselijk;
- het wordt nodig geacht om voor het Marconigebied een (integrale) ontwikkelingsvisie op te stellen;
- bestaande solitaire supermarkten als Jumbo op het Marconiterrein mogen niet (substantieel) versterkt worden teneinde de positie van de wijkcentra niet te ondermijnen;
- aan de rand van de binnenstad mogen geen nieuwe winkels worden gevestigd;
- uitbreiding en versterking van het winkelaanbod dient binnen de bestaande kernwinkelstructuur plaats te vinden. Indieners geven daarbij aan dat het Marconigebied niet als kernwinkelgebied is omschreven.

Indieners stellen dat het oprichten van een nieuwe solitaire supermarkt buiten het bestaande kernwinkelgebied en in het Marconigebied in strijd is met de uitgangspunten zoals verwoord in de Detailhandelsvisie Goes 2017.

Beantwoording

Uit de Detailhandelsvisie (2017) van de gemeente Goes volgt dat Goes kiest voor het behoud van en het kwalitatief versterken van de detailhandelsstructuur. Het brandpunt van ontwikkelingen en initiatieven, zoals nieuwbouw, herstructurering, kwalitatieve versterking en uitbreiding ligt in de binnenstad en Marconistraat. Het bestemmingsplan Marconistraat 11 geeft invulling aan de kwalitatieve versterking van de Marconistraat. Zoals volgt uit de Visie detailhandel vindt clustering van PDV en GDV, zoals een grootschalige supermarkt, juist plaats in het Marconigebied (p. 21). Verder is geen sprake van een nieuwe solitaire supermarkt, omdat de nieuwe Lidl niet solitair is gelegen maar tegenover de Jumbo tussen allerhande PDV en GDV.

In de Detailhandelsvisie is verder beschreven dat de ontwikkelingen en kwaliteitsverbetering geconcentreerd worden in de binnenstad en aan de Marconistraat, omdat deze de meeste bezoekers trekken en/of het beste toekomstperspectief hebben. Dit perspectief hangt samen met de aanwezigheid van enkele sterke trekkers en het maximaal verleiden van de consument door middel van een uitstekende (auto)bereikbaarheid, voldoende plek om te parkeren, een aantrekkelijke branchemix en de aanwezigheid van culturele en horecavoorzieningen. Juist door in deze winkelgebieden zo flexibel mogelijk om te gaan met het planologisch juridisch instrumentarium ontstaat ruimte voor nieuwe initiatieven. De vestiging van een supermarkt aan Marconistraat 11 is een dergelijk initiatief.

De visie stelt: “nieuwe ontwikkelingen dienen bij te dragen aan de versterking van de gewenste detailhandelsstructuur”. Deze ontwikkeling doet dat door een leegstaande locatie op een prominente plek in het Marconigebied in te vullen. De locatie zelf wordt daardoor opgewaardeerd en de bezoekersstroom heeft een positief effect voor de omringende detailhandel in andere branches.

Het uitgangspunt dat behalve plant & dier een verdere brancheverruiming in het Marconigebied niet is toegestaan tenzij hiermee een probleem elders in de gemeente kan worden opgelost, beoogt het functioneren van de binnenstad te beschermen. In dit verband is in de eerste plaats van belang dat geen sprake is van brancheverruiming. De supermarktbranche is in de vorm van Jumbo al aanwezig in het Marconigebied. Verder blijkt uit de toelichting van het bestemmingsplan en uit het rapport Markt voor dagelijkse detailhandel in Goes – update 2019 – (Stec Groep) en de Onderbouwing ladder voor duurzame verstedelijking (Rho Adviseurs, geactualiseerde versie 30-09-2019), dat de vestiging van Lidl aan de Marconistraat geen bedreiging vormt voor het functioneren van de binnenstad. Bovendien draagt het plan bij aan het oplossen van een probleem elders in de gemeente. De bestaande Lidl vestiging in wijkwinkelcentrum De Spinne is ontworpen om te functioneren op wijkniveau. Dat geldt ook voor de omliggende openbare ruimte. In de praktijk trekt de winkel bezoekers uit de hele stad Goes en daarbuiten. Dat heeft niet alleen negatieve gevolgen voor het functioneren van de winkel zelf (drukke in de winkel, bevoorrading, hoge werkdruk voor de medewerkers), maar zeker ook voor de omgeving. Het aantal bezoekers is groter dan het aantal beschikbare parkeerplaatsen. Dat leidt tot parkeeroverlast voor omwonenden. Een te hoge bezettingsgraad van de parkeerplaatsen leidt tot zoekverkeer en dat levert verkeersonveilige situaties op. Daarnaast zijn de omvang en inrichting van de toegangswegen afgestemd op het functioneren van De Spinne als wijkwinkelcentrum en de daarbij behorende omvang van het parkeerterrein. De verhoogde verkeersaantrekkende werking heeft een negatief effect op de verkeersveiligheid. Gezien de aanwezigheid van de school, het wijkcentrum en een groot aantal woningen vindt de gemeente dat zeer onwenselijk. Naar aanleiding van klachten over deze situatie door bewoners worden door de gemeente tellingen uitgevoerd.

Bij de uitvoering van de visie is aangegeven dat voor deelgebieden visies worden opgesteld. Het gaat om een integrale visie op de binnenstad en een ontwikkelingsvisie op de Marconistraat. De ontwikkelingsvisie voor de Marconistraat is in voorbereiding. Er worden voorstellen gedaan voor de opwaardering van de openbare ruimte, de infrastructuur en de toekomstige functionele invulling wordt verkend.

Provinciaal beleid

Samenvatting

Indieners stellen dat het ontwerpbestemmingsplan in strijd is met het Omgevingsplan Zeeland 2012-2018 en met de omgevingsverordening. Hierin staat dat supermarkten niet thuis horen op de PDV-locatie.

Detailconsult Supermarkten B.V. geeft daarbij aan dat de vestiging van de Lidl op deze locatie in strijd is met Artikel 2.2 lid 8 van de Verordening omdat:

- De locatie geen onderdeel is van het kernwinkelgebied;
- Het bestemmingsplan geen bijdrage levert aan het beleidsdoel van bundeling en concentratie in bestaande kernwinkelgebieden.

Beantwoording

Omgevingsplan Zeeland 2018

Het actuele provinciale ruimtelijke beleid is vervat in het Omgevingsplan Zeeland 2018. Daarin is over detailhandel het volgende opgenomen:

“Vestiging van detailhandel bedoeld voor laagfrequente, doelgerichte inkopen (zoals woon- en autobranche, doe-het-zelf, bruin- en witgoed, tuincentra) en nieuwe grootschalige detailhandelsvoorzieningen dient plaats te vinden in het kernwinkelgebied of op de aan de (binnen)stadsrand gelegen, specifiek daarvoor aangewezen en ingerichte perifere detailhandel vestigingslocaties (PDV-locaties). Verdere concentratie in PDV-locaties wordt alleen nagestreefd op een beperkt aantal locaties (Zierikzee Boerenweg/Haringvlietplein, Poortvliet-Noord, Goes Marconigebied, Middelburg Mortiere, Terneuzen Kennedylaan en Hulst Morres). Branches in de dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen horen niet op PDV-locaties thuis.

Vanwege de bijzondere combinatie van frequent bezoek en groot winkelvloeroppervlak kunnen supermarkten in of (indien noodzakelijk vanwege de omvang) aansluitend aan het kernwinkelgebied worden gevestigd.”

In het kader van de laddertoets is onderzocht of het mogelijk is de nieuwe supermarkt te vestigen in het kernwinkelgebied. Uit een analyse van leegstaand winkelvastgoed is gebleken dat in het kernwinkelgebied geen locaties beschikbaar zijn met voldoende winkelvloeroppervlak en voldoende parkeerruimte.

Verordening ruimte 2018

Indiener Detailconsult Supermarkten B.V. verwijst naar artikel 2.2 lid 8 van de verordening ruimte. Dit is de plaats in de verordening ruimte 2012 waar de bepalingen over detailhandel opgenomen zijn. In de geldende verordening ruimte 2018 zijn de bepalingen over detailhandel opgenomen in artikel 2.6, in samenhang met bijlage B.

De Omgevingsverordening bevat geen verbod op detailhandel buiten bestaande kernwinkelgebieden, maar slechts een verplichting in de plantoelichting inzicht te geven in de wijze waarop het plan bijdraagt aan het beleidsdoel van bundeling en concentratie in bestaande kernwinkelgebieden. Met het onderzoek Markt voor dagelijkse detailhandel in Goes – update 2019 – (Stec Groep) en de Onderbouwing ladder voor duurzame verstedelijking (Rho Adviseurs, geactualiseerde versie 30-09-2019) is daar invulling aan gegeven. Mede naar aanleiding van de zienswijzen zijn deze onderzoeken geactualiseerd en opnieuw opgenomen in het bestemmingsplan.

Bovendien is in Bijlage B (behorend bij art 2.6) het Marconigebied in Goes expliciet genoemd als locatie voor grootschalige detailhandelsvoorzieningen waarvoor de hoofdregel van bundeling en concentratie in bestaande kernwinkelgebieden niet geldt. Onder grootschalige detailhandelsvoorzieningen wordt volgens art. 2.1 onder aa. van de Verordening ruimte verstaan: detailhandelsvoorzieningen met een bruto vloeroppervlak van 1.500 m² of meer. Het voornemen voor de vestiging van een supermarkt aan de Marconistraat 11 past in deze bepaling. Het bruto vloeroppervlak bedraagt 2.200 m², dit is ruimschoots meer dan de genoemde ondergrens van 1.500 m². Verder is in Bijlage B bepaald dat indien er geen ruimte is in de aangewezen gebieden, de vestiging van de bedoelde detailhandelsvoorzieningen elders geconcentreerd worden toegelaten op een locatie die passend, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, is ontsloten of als zodanig wordt ontwikkeld. Aangezien er voldoende ruimte beschikbaar is in het in de verordening als vestigingslocatie aangewezen Marconigebied, hoeft geen beroep te worden gedaan op deze laatste bepaling.

Daarmee past de vestiging van een supermarkt met een bruto vloeroppervlak van 2.200 m² in de regels van de Verordening ruimte van de provincie Zeeland.

Provincie Zeeland heeft daarnaast aangegeven akkoord te zijn met de ontwikkeling.

2.2. Ladder voor duurzame verstedelijking

Samenvatting

Indieners geven aan dat er een nieuwe versie van de STEC rapportage bestaat waarin slechts ruimte is voor 850-2.200 m² uitbreiding voor de dagelijkse sector. In de notitie van Rho wordt gesteld dat kan worden aangesloten bij de conclusie van de STEC groep die stelt dat er behoefte is aan de nieuwe supermarkt ontwikkeling. Er wordt volgens Agrimarkt onvoldoende rekening gehouden met de plannen van AH en Agrimarkt. Aldi, Agrimarkt en Dirk (Detailconsult Supermarkten B.V.) geven dan ook aan dat er niet is aangetoond dat er behoefte is aan de nieuwe Lidl supermarkt. Dirk heeft aan de zienswijze een second opinion op de laddertoets gevoegd, uitgevoerd door adviesbureau Kardol.

Aandachtspunt is de marktruimte ten opzichte van de bestaande situatie met de plannen van AH, Agrimarkt, Jumbo en Lidl in de dagelijkse bestedingen. Benadrukt wordt dat dagelijkse bestedingen niet hetzelfde zijn als supermarktbestedingen.

Agrimarkt geeft aan dat er ook in Heinkensand een plan voor vestiging van een Lidl is en dat dit de marktruimte voor nieuwe vierkante meters in Goes beïnvloedt. Agrimarkt geeft aan dat op basis van de rapportage van Goudappel Coffeng voor de Lidl in Heinkensand en de brief die medio juni aan het College en de raad is gestuurd gesteld kan worden dat er - als de Lidl in Heinkensand er straks is - nog maar 2 miljoen aan omzet wegvloeit naar Goes en Kapelle ten opzichte van de 7 miljoen nu.

Door detailconsult wordt de gehanteerde netto/bruto verhouding voor de Lidl supermarkt ter discussie gesteld. Gewoonlijk wordt een verhouding 80/100 gebruikt, dat zo leiden tot een wvo van 1.750 m².

Beantwoording

Het onderzoek naar dagelijkse detailhandel (Stec Groep 2019) bevat een nieuwe, beter gefundeerde berekening dan het eerdere onderzoek waar indiener naar verwijst (Goese Schans 2016). Ten opzichte van de berekening in 2016 heeft de gemeente in 2018 Koopstromenonderzoek gepresenteerd (I&O research). In dit onderzoek is gebleken dat de koopkrachtbinding en de -toevloeiing hoger liggen dan verondersteld in 2016. Gevolg voor de berekening is een hogere uitkomst en gewijzigde conclusies. Bovendien zijn diverse parameters die ingaan op de bestedingen en vloerproductiviteit gewijzigd. Tevens is het zo dat de berekening voor Goese Schans specifiek ingaat op supermarkten en het onderzoek uit 2019 breder kijkt (naar de gehele dagelijkse sector). De rapporten zijn hierdoor niet vergelijkbaar.

De uitbreidingsplannen van Agrimarkt zijn bekend. Er wordt echter alleen rekening gehouden met harde plancapaciteit (of plannen in vergevorderd stadium). De plannen van Agrimarkt staat bovendien in een ander daglicht nu Jumbo de vestiging zal overnemen.

In de laddertoets is ervan uitgegaan dat het wvo van de beoogde supermarkt 65% van het bvo bedraagt. Dit is een kleiner aandeel wvo dan bij een reguliere supermarkt. Dit volgt uit de specifieke eigenschappen van een supermarktformule als Lidl. Bij de inrichting van Lidl supermarkten zijn efficiëntie en hoge kwantiteit / grote volumes van belang. De winkels zijn zo ontworpen dat er in de magazijnen voldoende voorraad kan staan en dat er met een pompwagen met pallets optimaal door de winkel gemanoeuvreed kan worden. Dit betekent dat er ten opzichte van een full service supermarkt in het hogere prijssegment grotere magazijnen aanwezig zullen zijn. Het gebruik van pompwagens met pallets vergt een grotere ruimte tussen de winkelschappen om te kunnen manoeuvreren. Het filiaal aan de Marconistraat beschikt bovendien over een uitgebreide versafdeling inclusief drie koel-/diepvriescellen. Aangezien deze ook gebruikt worden voor het opslaan van voorraad en verplaatsen van pallets door pompwagens zijn ook deze groter dan die van een full service-supermarkt in het hogere prijssegment. Tot slot is in het ontwerp voor de Lidl aan de Marconistraat sprake van een interne laad- en losstraat waardoor de bvo relatief groot is in verhouding tot de wvo. Voorgaande aspecten zorgen er voor dat het wvo van de beoogde supermarkt ongeveer 65% is van het bvo.

De invloed van de vestiging van een Lidl in Heinkensand op de marktruimte in Goes is verder toegelicht in de notitie van Stec en Goudappel d.d. 9 juli 2019, deze is als bijlage opgenomen.

2.3. Parkeren

Samenvatting

Aldi geeft in de zienswijze aan dat er niet gerekend is met de parkeernormen zoals deze zijn opgenomen in het Parkeerbeleidsplan 2009-2020. Voor zover er terecht is van afgeweken van het Parkeerbeleidsplan 2009-2020 is ten onrechte gerekend met een norm voor een full-service supermarkt, er had gerekend moeten worden met de norm voor een discount supermarkt.

Beantwoording

Zoals beschreven in de toelichting van het bestemmingsplan is er bewust voor gekozen niet de parkeernormen uit het Parkeerbeleidsplan te hanteren. De aanleiding voor deze keuze is dat het parkeerbeleid gebaseerd is op kengetallen voor parkeren die inmiddels 10 jaar oud zijn. Mede op basis van praktijkervaringen zijn de kengetallen van CROW inmiddels meermalen geactualiseerd. Voor een parkeernorm die aansluit bij de actuele praktijk is daarom gebruik gemaakt van CROW publicatie 381 (2018).

In de nieuwe CROW-publicatie wordt geen onderscheid meer gemaakt tussen een discount supermarkt en een full-service supermarkt. Er worden drie typen supermarkten onderscheiden:

- Buurtsupermarkt
- Fullservice supermarkt
- Grote supermarkt (XL)

De vestiging van Lidl aan Marconistraat 11 behoort in deze nieuwe indeling tot het type fullservice supermarkt. Paragraaf 4.1 van de toelichting wordt aangevuld met deze informatie.

2.4. Ecologie

Samenvatting

Indiener Aldi geeft aan dat er onvoldoende is beschreven wat het effect van de ontwikkeling op nabij gelegen NNN c.q. NNZ en Natura-2000 gebieden. Indiener mist een cijfermatige onderbouwing in de quickscan waaruit blijkt dat rekening is gehouden met alle effecten van de beoogde ontwikkeling die het ontwerpplan mogelijk maakt.

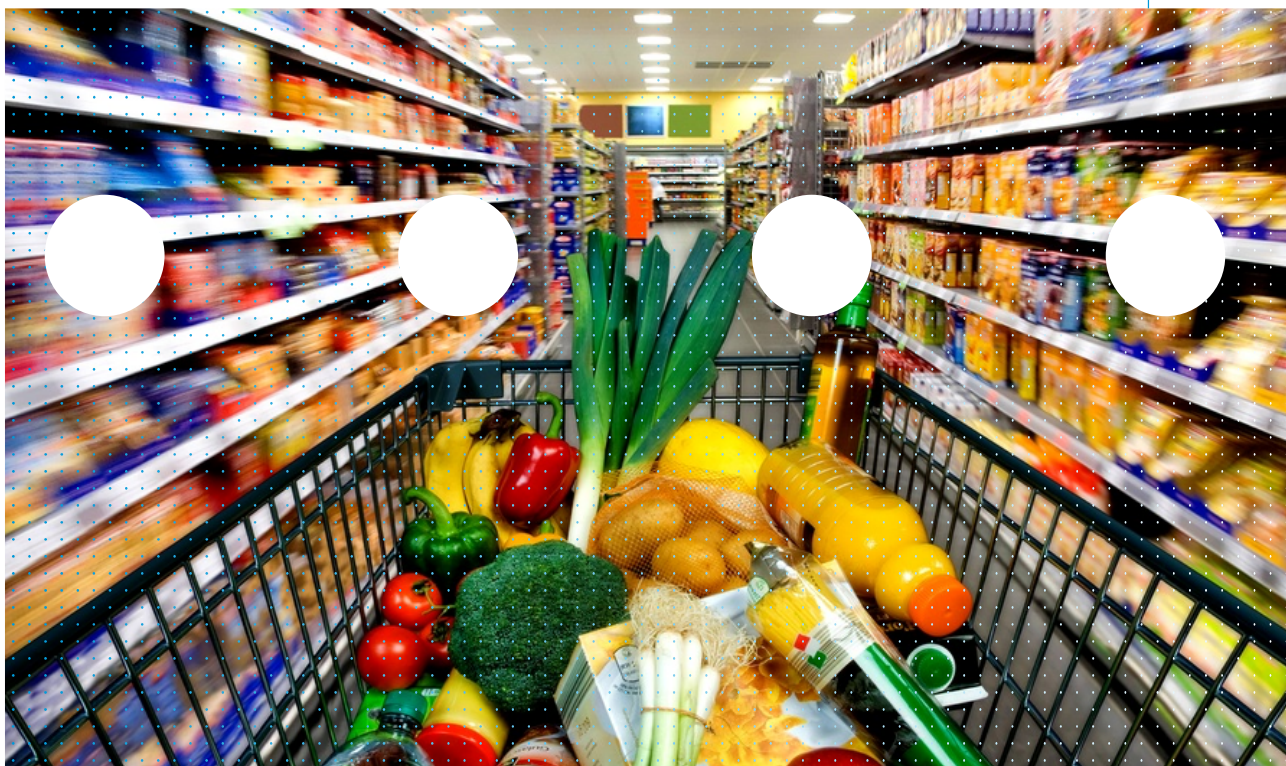
Verder geeft indiener aan dat inzichtelijk dient te worden gemaakt of de beoogde ontwikkeling voor extra stikstofuitstoot zorgt en in overeenstemming is met de WNb

Beantwoording

In de quickscan en in de toelichting van het bestemmingsplan zijn de mogelijke effecten op NNZ en Natura 2000 gebied kwalitatief beschouwd. Gezien de aard van het plan en de ligging ten opzichte van NNZ en Natura 2000 gebied is er geen aanleiding voor een andere benadering en een andere conclusie. Uitzondering daarop is de stikstofdepositie op Natura 2000 gebied.

Gezien de uitspraak van de Raad van State op 29 mei 2019 moet bepaald worden of de ontwikkeling leidt tot een toename van de stikstofuitstoot en zo ja of dit een grotere depositie op Natura 2000 tot gevolg heeft. Om dit te bepalen is een Aerius berekening uitgevoerd. Daaruit blijkt dat er voor de gebruiksfase geen rekenresultaten zijn hoger dan 0,00 mol/ha per jaar.

Bijlagen



Markt voor dagelijkse detailhandel in Goes

- Update 2019 -

Stec Groep aan gemeente Goes

Hub Ploem en Martijn Exterkate
25 september 2019

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Achtergrond.....	3
1.2	Leeswijzer	3
2	Koopstromen in perspectief	4
2.1	Dagelijkse winkelstructuur gemeente Goes	4
2.2	Uitkomsten koopstromenonderzoek dagelijkse detailhandel	8
2.3	DPO toont marktruimte voor dagelijkse detailhandel.....	9
3	Investeringsplannen	12
3.1	Uitbreidings- en investeringsplannen dagelijks in de gemeente Goes	12
3.1.1	Investeringsplannen in Goes in dagelijkse segment	12
3.1.2	Investeringsplannen voor realisatie van supermarktmeters buiten Goes	13
3.2	Ruimtelijke en economische impact van (potentiële) nieuwe ontwikkelingen in Goes	13
4	Advies en strategie	16
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	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 76 winkels in het dagelijkse segment, samen goed voor circa 16.618 m² vvo.¹ 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. Er zijn diverse initiatieven binnen de supermarktbranche. Zo gaat Jumbo Agrimarkt overnemen wat gevolgen heeft voor de invulling en profilering van de beide winkels in Goes. Ook bouwt Albert Heijn op dit moment aan een nieuwe supermarkt in Goese Schans. Lidl heeft het voornemen om een tweede vestiging in Goes te openen aan de Marconistraat. 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



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

¹ We houden rekening met 300 m² bij Agrimarkt niet in gebruik als supermarkt/dagelijkse detailhandel. Zie ook voetnoot 2.

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
Agrimarkt 		Ligging	solitair	- Ruim parkeerterrein (gratis) - Goed bereikbaar met de auto vanaf A256 Combi met mini-tuincentrum - Beperkte uitbreidingspotentie (300 m²)
		Omvang	2.500 m² wvo ²	
		Inschatting omzet	€ 18-20 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	70%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	30%	
Albert Heijn 		Ligging	rand centrum	- Tegenover parkeergarage (betaald), aan rondweg - In kernwinkelgebied - Full-service supermarkt
		Omvang	1.413 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 10 - 13 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	85%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	15%	
ALDI-Markt 		Ligging	solitair, rand woongebied	- Ruim parkeerterrein (betaald) - Goed bereikbaar vanaf Ringbaan - Recent verbouwd - Discounter
		Omvang	1.226 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 9-10 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	80%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	20%	
Dirk 		Ligging	wijkwinkel-centrum	- Onderdeel van Beukenhof (circa 10 winkels en aanvullende horeca en diensten), weinig leegstand - Gratis parkeren
		Omvang	1.420 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 12 - 15 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	70%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	30%	
Jumbo 		Ligging	solitair	- Onderdeel woonboulevard/PDV (Marconistraat) - Ruim parkeerterrein (betaald) - Goed bereikbaar via Ringbaan
		Omvang	2.021 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 16-18 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	75%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	25%	
Lidl De Spinne 		Ligging	wijkwinkel-centrum	- Naast supermarkt nog 3 andere winkels aanwezig (o.a. Kruidvat) - Gratis parkeren
		Omvang	955 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 10 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	70%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	30%	
MCD 		Ligging	dorpskern	- Dorpsupermarkt, met grote bakkerij - Gratis parkeren
		Omvang	500 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 3-4 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	100%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	0%	

² In het pand van Agrimarkt is naast een full-service supermarkt van circa 2.500 m² wvo ook een vakdiscount (gericht op tuin, huisdier en plant), circa 300 m² wvo. Dit is ook in het bestemmingsplan vastgoegeld. We rekenen alleen met de metrages voor de supermarkt.

Spar 		Ligging	Op camping De Veerhoeve	Kleinschalige supermarkt op camping De Veerhoeve
		Omvang	475 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 3-4 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	n.b.	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	n.b.	
Bakker Boer 		Ligging	vrijwel direct aan N289	- Bakkerswinkel met aanvullend dagelijks assortiment (o.a. groente en fruit en kruidenierswaren) - kleinschalige winkel, goed bereikbaar - circa 7 parkeerplekken voor eigen winkel
		Omvang	155 m² wvo	
		Inschatting omzet	€ 1 mln.	
		Aandeel omzet uit gemeente Goes	100%	
		Aandeel omzet van buiten gemeente	0%	

Bron: Locatus, juni 2019; 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 m²), 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 m² 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 m² wvo heeft een bovenlokale functie. Het middensegment (full-service supermarkt van 800 - 1.000 m² 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 opslag)ruimte 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.

Overig dagelijks aanbod in Goes

Naast de supermarkten kent Goes een overig dagelijks aanbod van circa 5.775 m² wvo. Het gaat om de bakker, slager, groentewinkel, maar ook om een drogist of parfumerie. Het grootste deel van de winkelmeters (ruim 4.000 m² wvo / 70%) is gelegen in het centrum van Goes. In de overige winkelcentra in de gemeente Goes is ook enig aanvullend aanbod gevestigd. Circa 10% van het dagelijks aanbod is verspreid gelegen (in de woonwijk of op andere locaties).

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

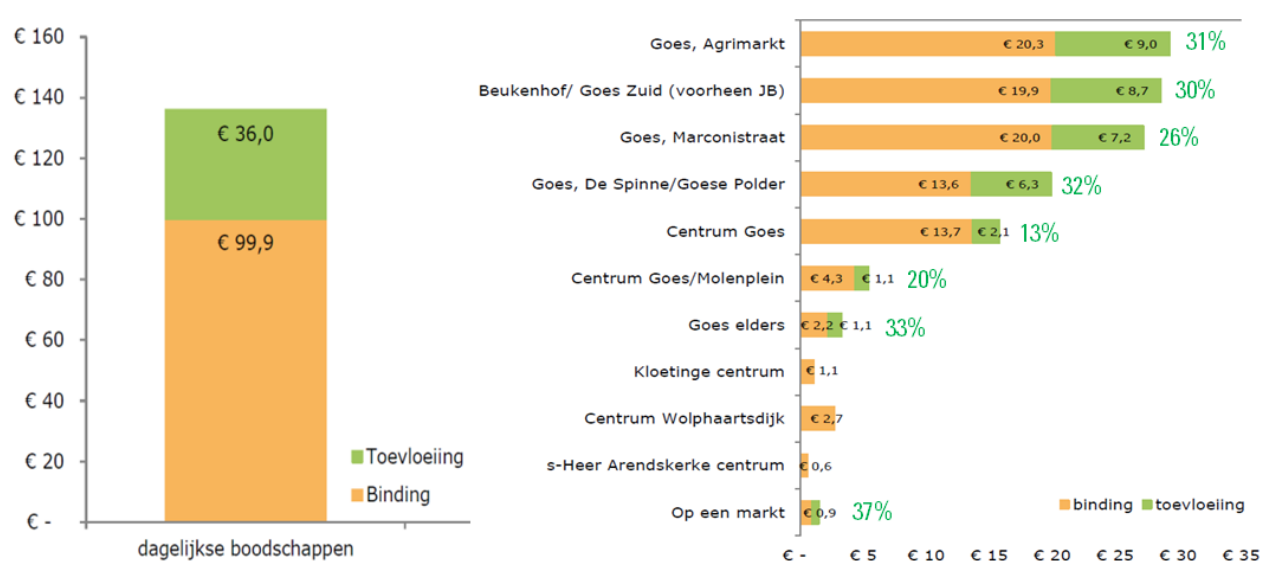
Bijna € 140 miljoen aan bestedingen in dagelijkse sector

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).³

³ 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.

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%).

Uitkomsten KSO 2018 vergelijkbaar met eerder onderzoek

Het bindingspercentage 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 tot 35% 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

Wanneer we uitgaan van € 140 miljoen aan bestedingen (inclusief toeristische bestedingen) en dit afzetten tegen het huidige aanbod, dan is de vloerproductiviteit ruim € 8.425 per m² wvo in de dagelijkse sector. Dat is ruim boven het gemiddelde van bijna € 8.000 per m² 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 en het economisch functioneren binnen de dagelijkse detailhandel. Hierbij hanteren we de huidige situatie als uitgangspunt. Immers, dit geeft de best mogelijke inschatting van de huidige marktruimte in relatie tot het huidige economisch functioneren. In hoofdstuk 3 gaan we in op de investeringsplannen en bestaande uitbreidingsplannen en relateren dit aan de marktruimteberekening.

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 aanname. 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 € 2.751 in de dagelijkse detailhandel (Panteia, 2019). 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: € 2.770 (bron voor correctie en bestedingsniveau: INretail en Panteia, 2019).

Huidig aanbod

De dagelijkse sector bestaat uit circa 10.850 m² wvo supermarkten circa 5.775 m² wvo overige dagelijkse winkels (bv. drogist, groenteboer, speciaalzaak).

Tabel 2: Overzicht meegenomen dagelijks aanbod DPO berekening

Branche	Locatie	Omvang (in m ² wvo)
Supermarkten:		
- Agrimarkt ⁴	Goes	2.500
- Jumbo	Goes	2.020
- Dirk	Goes	1.420
- Albert Heijn	Goes	1.413
- ALDI-Markt	Goes	1.226
- Lidl De Spinne	Goes	955
- MCD	Goes	500
- Spar	Wolphaartsdijk	475
- Maal Alshaam Bazar	Goes	182
- Bakker Boer	Kloetinge	155
<i>Totaal supermarkten</i>		<i>10.846</i>
<i>Overig dagelijks aanbod</i>		<i>5.772</i>
Totaal		16.618

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

Dit aanbod is exclusief de bestaande plannen (in bestemmingsplannen vastgelegd en initiatieven). Zie hierna.

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

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 m² wvo met het gemiddelde vloerproductiviteit in Nederland (deze bedraagt voor dagelijkse detailhandel circa € 7.975,- per m² wvo). We hanteren hier het onder advies- en onderzoeksbureaus afgesproken gemiddelde over de afgelopen 5 jaar (INRetail, 2019, Omzetkengetallen 2018). Met het 5-jaarsgemiddelde worden de effecten van bijvoorbeeld (grote) faillissementen op de vloerproductiviteit over een langere periode meegenomen. Tussen advies- en onderzoeksbureaus is afgesproken het nieuwe 5- jaargemiddelde als uitgangspunt te gebruiken als landelijk gemiddelde vloerproductiviteit in de distributieve berekeningen. Dit wil echter niet

⁴ Dit is exclusief de 300 m² van de vakdiscount (gericht op tuin, huisdier en plant) op het terrein van Agrimarkt.

zeggen dat dit gemiddelde per definitie de norm is voor goed functioneren. Er zijn regionale verschillen. Gelet op de uitkomsten van het koopstromenonderzoek, de aanbodsituatie, mate van stedelijkheid en het huurprijsniveau, verwachten we dat deze 5-jaars norm voor Goes een goed uitgangspunt is.

Tabel 3: Berekening marktruimte dagelijkse sector⁵

	2028
Aantal inwoners Goes 2028	39.200
Bestedingen dagelijks per hoofd (in €)	€ 2.770
Bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 108 - € 109 mln.
Koopkrachtbinding vanuit Goes	95%
Totaal gebonden bestedingen vanuit Goes (in mln. €)	€ 103 - € 104 mln.
Koopkrachttoevloeiing van buiten de gemeente (in % totale omzet)	30-35%
Totale omzet bestaand aanbod (dagelijks) Goes (in mln. €)	€ 147 - € 159 mln.
Gemiddelde omzet dagelijks per m ² wvo in Nederland (in €)	€ 7.975
Haalbaar aanbod in m ² wvo	18.450-19.900
Huidig aanbod in m ² wvo	16.620
Uitbreidingsruimte dagelijkse sector in Goes (in m² wvo)	1.950-3.280
Omzet per m ² wvo aanwezig aanbod in Goes (in €, uitgaande van 32,5% toevloeiing)	+/- € 9.000

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 3.300 m² wvo (afgerond). Dit sluit aan bij de conclusie dat de huidige aanbieders (waaronder 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 € 2.149 per persoon in 2018 (Panteia, 2019). Dit betekent een stijging in 10 jaar tijd van meer dan 15% terwijl het inflatiecijfer de afgelopen jaren nauwelijks steeg (CBS, 2018). We houden de bestedingen echter gelijk om te anticiperen op de groei in online verkoop bij pure-internet spelers. Hierdoor ontstaat geen overschatting van de berekende marktruimte. Overigens blijkt uit het koopstromenonderzoek dat het aandeel online in Goes minimaal is (1%). Bovendien komt het merendeel van de online bestedingen terecht bij de lokale supermarkten (Albert Heijn/Jumbo) en verliezen supermarkten alleen aandeel als het om aanbieders buiten de supermarktsector gaan zoals Picnic. Op plekken waar online spelers als Picnic actief zijn, neemt het marktaandeel van supermarkten licht af (gaat om circa 3% in de dagelijkse detailhandel). De vraag is hoe deze groei richting de toekomst plaatsvindt en of het verdienmodel voldoende toekomstperspectief heeft. Bovendien kiest bijvoorbeeld Picnic zijn marktgebied zeer selectief en ligt het voorlopig niet voor de hand dat ook Goes tot het marktgebied gaan behoren.
- 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 95 en 100 miljoen euro, terwijl de overige dagelijkse winkels een claim hebben van 40 tot 45 miljoen euro.

⁵ 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 dagelijks in de gemeente Goes

3.1.1 Investeringsplannen in Goes in dagelijkse segment

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 **1.575 m² wvo** (circa 2.000 m² bvo).

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.

Aanvullend is op Goese Schans ook ruimte voor 400 m² wvo dagelijkse winkels en 300 m² wvo aan niet-dagelijkse winkels.

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 m² bvo. In winkelvloeroppervlak is dit **1.450 m²**. Het bestemmingsplan is in de ontwerpfase. De verhouding tussen bvo en wvo is voor Lidl anders dan de gebruikelijke NEN-norm hiervoor. Dit komt omdat Lidl meer ruimte reserveert voor opslag van producten. In de bouwtekeningen is dit onderscheid zichtbaar.

Jumbo – uitbreiding met foodmarkt op Marconistraat

Jumbo heeft een wens tot **uitbreiding** naar 4.000 m² bvo, waaronder 250 m² 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. De toevoeging van Jumbo bedraagt **780 m² wvo**.⁶ 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 heeft op de huidige locatie nog **onbenutte uitbreidingsruimte**, namelijk **300 m² wvo** supermarkt.

OVERNAME AGRIMARKT DOOR JUMBO

Recent is bekend geworden dat Jumbo de zes Agrimarkt-vestigingen overneemt. Ook in Goes zal Agrimarkt daarom op termijn verdwijnen. De vestigingen van Jumbo en Agrimarkt in Goes liggen op zeer korte afstand van elkaar. Op dit moment worden plannen gemaakt voor beide vestigingen. Een foodmarkt op de locatie van Agrimarkt behoort hierbij ook tot de serieus onderzochte opties.

MCD – Wolphaartsdijk – beperkte uitbreiding

MCD wil **uitbreiden** naar circa 800 m² 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 m² wvo**. Voor de uitbreiding van de MCD is het bestemmingsplan in voorontwerp.

⁶ Berekening: In de huidige omvang is de Jumbo 2.020 m² wvo. In de nieuwe situatie is de Jumbo 4.000 m² bvo (2.800 m² wvo).

Indien we alle uitbreidingsplannen bij elkaar op tellen gaat het om een uitbreiding van circa 4.500 m² wvo aan dagelijkse goederen 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 m² wvo, maar gemeente Noord-Beveland heeft aangegeven dat dit alleen mogelijk is wanneer het DPO hier ruimte voor biedt. Anders wordt de omvang 1.050 m² 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 m² 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. Ook Lidl zelf verwacht weinig effect als gevolg van deze ontwikkeling. Een groot deel van de toestroom naar Goes zal ongewijzigd blijven als gevolg van de ontwikkeling in Heinkenszand.

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 125 tot 135 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 125 tot 135 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 165 tot 180 miljoen euro (in 2028). We constateerden dat het draagvlak in 2028 circa 147 tot 160 miljoen euro bedraagt. Er ontstaat een 'overschot' van 10 à 14% 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 10 en 14%.
- 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.

- 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 supermarkten⁷. 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.
- Agrimarkt gaat transformeren naar een Jumbo (al dan niet in een foodmarkt-concept). De effecten op deze winkel zijn beperkt. Agrimarkt bedient in de huidige situatie een specifiek publiek en ook een groot deel van de klanten komt van buiten Goes. In de nieuwe situatie kunnen Jumbo klanten kiezen voor een standaard supermarkt vs. een foodmarkt.

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.

⁷ 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^e of 3^e supermarkt en niet als 1^e. Dit blijkt uit consumentenonderzoek van Deloitte (2015)

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.⁸

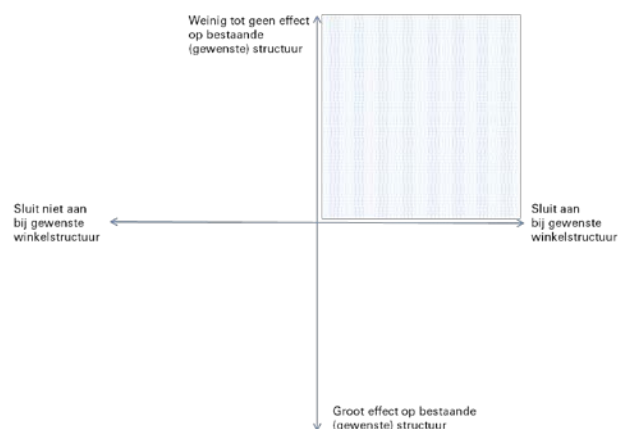
Van belang is dat nieuwe dagelijkse winkels (of supermarkten) zich concentreren in een van deze gebieden en dat de hiërarchie tussen de gebieden niet verstoord wordt. Dit betekent dat solitaire ontwikkelingen van nieuwe winkels ongewenst zijn (en niet bijdragen aan de op lange termijn gewenste winkelstructuur). 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 onaanvaardbare 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

⁸ 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 detailhandelsvisie⁹ – 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

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 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).

⁹ 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."

Ruimtelijk-economisch advies

Van : M.G.M.C. Geerts MSc
Project : Herontwikkeling Marconistraat Goes
Opdrachtgever : Gemeente Goes

Datum : 7 oktober 2019
Aan : Gemeente Goes

Betreft : Onderbouwing ladder voor duurzame verstedelijking



Aanleiding en vraagstelling

De gemeente Goes maakt met de ondernemers in het winkelgebied Marconistraat in Goes plannen om het gebied te revitaliseren. Naast het opwaarderen van de openbare ruimte is de toekomstige invulling van het gebied een aandachtspunt. Ter plaatste van de voormalige Gamma bouwmarkt is de discountsupermarkt Lidl beoogd met een brutovloeroppervlak (bvo) van 2.200 m². Dit komt overeen met 1.450 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Op basis van het vigerende bestemmingsplan 'Marconistraat (2012)' is de ontwikkeling van een discountsupermarkt niet mogelijk op de voormalige Gamma-locatie. De ontwikkeling wordt dan ook aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.

Ladder voor duurzame verstedelijking

De ladder schrijft voor dat de toelichting bij een bestemmingsplan, dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, een beschrijving bevat van de behoefte aan die ontwikkeling. Mocht de ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied zijn voorzien dan moet ook gemotiveerd worden waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Met de beoogde ontwikkeling is geen sprake van nieuw ruimtebeslag, doordat bestaande stedelijke gronden worden getransformeerd naar een nieuwe functie. De onderzoeksvraag is of er behoefte is aan de beoogde ontwikkeling van een discountsupermarkt aan de Marconistraat in Goes.

Behoefte

Om de behoefte aan een nieuwe discountsupermarkt van 1.450 m² wvo te onderbouwen heeft Stec Groep onderzoek gedaan naar de Markt voor dagelijkse detailhandel in Goes (september, 2019). Voor de dagelijkse goederensector van Goes is de marktruimte voor de komende planperiode berekend op 1.950 m² wvo tot 3.280 m² wvo. Er is sprake van een kwantitatieve behoefte aan ontwikkeling.

Tabel 1 Berekening marktruimte dagelijkse goederensector Goes (bron: Stec Groep, 2019)

	2028
Aantal inwoners Goes 2028	39.200
Bestedingen dagelijks per hoofd (in €)	€ 2.770
Bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 108 - € 109 mln.
Koopkrachtbinding vanuit Goes	95%
Totaal gebonden bestedingen vanuit Goes (in mln. €)	€ 103 - € 104 mln.
Koopkrachttoevoeling van buiten de gemeente (in % totale omzet)	30-35%
Totale omzet bestaand aanbod (dagelijks) Goes (in mln. €)	€ 147 - € 159 mln.
Gemiddelde omzet dagelijks per m² wvo in Nederland (in €)	€ 7.975
Haalbaar aanbod in m² wvo	18.450-19.900
Huidig aanbod in m² wvo	16.620
Uitbreidingsruimte dagelijkse sector in Goes (in m² wvo)	1.950-3.280
Omzet per m² wvo aanwezig aanbod in Goes (in €, uitgaande van 32,5% toevoeiing)	+/- € 9.000

In het onderzoek van Stec Groep (september, 2019) is ook rekening gehouden met alle uitbreidingsplannen van supermarkten in Goes, waaronder de ontwikkeling van Lidl aan de Marconistraat. Als rekening wordt gehouden met alle investerings- en uitbreidingsplannen bedraagt de extra omzetclaim € 35 tot € 40 miljoen. Deze omzetclaim is groter dan de berekende marktruimte. De investerings- en uitbreidingsplannen hebben kwalitatief gezien een positief effect op de consumentverzorging en winkelstructuur in Goes. Er worden geen onaantoonbare effecten verwacht op het ondernemersklimaat in Goes om de volgende redenen:

- Momenteel is er sprake van uitbreidingsruimte in de dagelijkse goederensector.
- De concurrentieverhoudingen wijzigen beperkt, er treden geen nieuwe formules toe.
- De beoogde investerings- en uitbreidingsplannen vinden plaats binnen de gewenste winkelstructuur van de gemeente Goes, conform het detailhandelsbeleid.

Een tweede vestiging van Lidl is, door de centrale ligging van het Marconigebied, aantrekkelijk voor de consument van buiten Goes. De huidige Lidl in De Spinne haalt relatief veel omzet van buiten Goes. Deze situatie is vanwege de ligging in een woonwijk niet optimaal (winkel is relatief klein en het aantal parkeerplaatsen is beperkt). Lidl heeft behoefte aan een tweede vestiging. Daarnaast wordt met de ontwikkeling de Marconistraat versterkt als winkelgebied. In de afgelopen jaren is de leegstand toegenomen in dit gebied. Na het vertrek van Gamma wordt de locatie niet meer onderhouden en is sprake van verloedering. Met de komst van Lidl krijgt het gebied een impuls. Overige winkels in het gebied kunnen hiervan profiteren. Op basis van het onderzoek wordt geconcludeerd dat er behoefte is aan de herontwikkeling van de voormalige Gamma-locatie met discountsupermarkt Lidl.

Locatieafweging

Naast de onderbouwing van de behoefte moet rekening worden gehouden met de effecten op de winkelleegstand in het kader van een zorgvuldige ruimtelijke afweging. Zowel de leegstand in meters als in verkooppunten is momenteel 7% in Goes en is gemiddeld te noemen in vergelijking tot het landelijke gemiddelde in kernen met 20.000 tot 30.000 inwoners. Ten opzichte van het provinciale gemiddelde is de leegstand in Goes benedengemiddeld.

Tabel 2 Leegstandsanalyse (bron: Locatus, september 2019)

	meters (m² wvo)			verkooppunten (aantal)		
	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)
provincie Zeeland	1.354.698	130.521	10%	6552	516	8%
Goes	166.959	12.130	7%	708	52	7%
te verwachten omvang op basis van het landelijke gemiddelde in kernen met 20.000 - 30.000 inwoners	82.400	6.000	7%	347	26	7%

Als wordt gekeken naar de leegstand per winkelgebied in Goes valt op dat het leegstandspercentage in het Marconigebied het hoogst is met 14% (tabel 3). Bijna 40% van de totale leegstand (in meters) in Goes ligt momenteel in het Marconigebied.

Tabel 2 Leegstandsanalyse naar winkelgebied Goes (bron: Locatus, september 2019)

	meters (m ² wvo)			verkooppunten (aantal)		
	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)
binnenstad	60.556	7.004	12%	440	47	11%
wijk- en buurtcentra	10.215	440	4%	40	2	5%
Marconigebied	32.851	4.686	14%	22	3	14%
verspreide bewinkeling	63.337	0	0%	206	0	0%
totaal Goes (kern)	166.959	12.130	7%	708	52	7%

Naast de leegstand in het Marconigebied wordt de leegstand in de rest van Goes gekenmerkt als kleinschalig en gefragmenteerd. Momenteel worden 31 winkelpanden te koop of te huur aangeboden in Goes. Slechts twee panden zijn groter dan 500 m² bvo (figuur 1). De grootste locatie, Oostwal 34, is te klein met 1.400 m² bvo. Daarnaast is de locatie niet optimaal omdat het gaat om een verdieping.



Figuur 1 Aanboden winkelpanden Goes groter dan 500 m² brutovloeroppervlak (bron: Funda in Business, per 30 september 2019)

Geconcludeerd wordt dat de ontwikkeling van discountsupermarkt voorziet in zorgvuldig ruimtegebruik door het herontwikkelen van bestaande winkelleegstand, binnen de gewenste winkelstructuur.

Conclusie

Uit de analyse van Stec Groep wordt geconcludeerd dat er behoefte is aan de ontwikkeling van een discountsupermarkt aan de Marconistraat in Goes. Op basis van dit onderzoek en de actuele leegstandscijfers worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat van Goes. Met de ontwikkeling is juist sprake van een positief effect door binnen de gewenste winkelstructuur een bestaand leegstaand pand te herontwikkelen. De ontwikkeling voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.