

gemeente Terneuzen

ontwikkeling Sasse Poort

ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

44000988.2020019

projectleider:

ing. J.A. van Broekhoven

auteur(s):

mw. J.G. Breukelman, MSc.
drs. J.H.M. Seerden

planstatus

datum:

21-12-2020

opdrachtgever:

Bouwgroep De Nijs Soffers

Inhoud

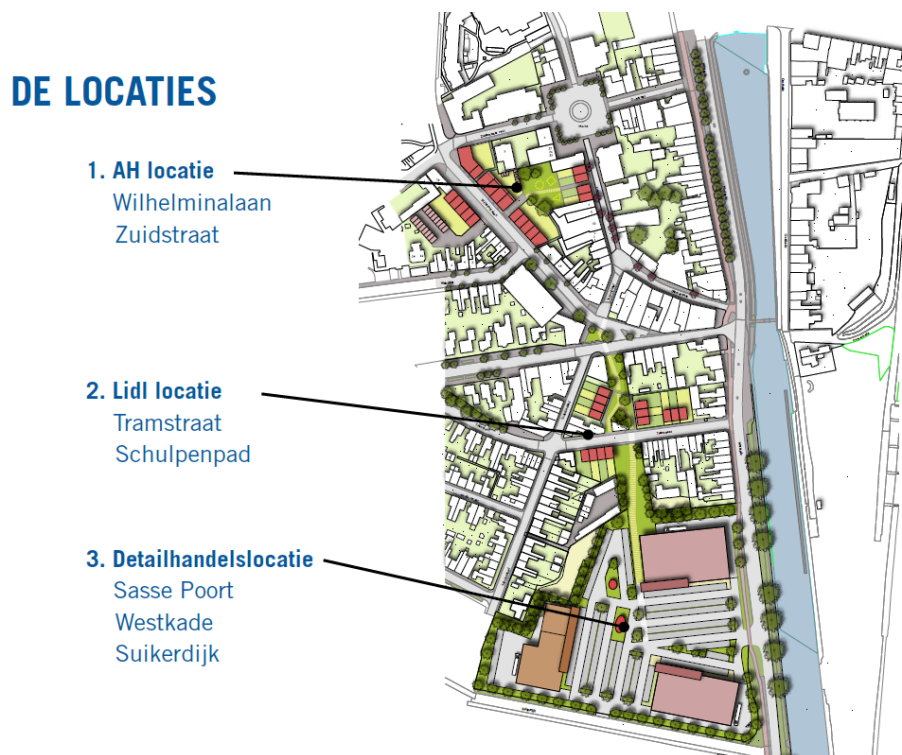
1. Inleiding	3
1.1. Aanleiding	3
1.2. beoogde ontwikkeling	4
1.3. Vraagstelling	4
1.4. Leeswijzer	5
2. Beleidskader	6
2.1. Provinciaal beleid	6
2.1.1. Omgevingsplan provincie Zeeland (geconsolideerd 2018)	6
2.1.2. Provinciale Omgevingsverordening (2018)	7
2.2. Gemeentelijk beleid	8
2.2.1. Structuurvisie Terneuzen 2025 (2010)	8
2.2.2. Detailhandelsvisie Terneuzen (2014)	9
2.3. Conclusie	10
3. Trends en ontwikkelingen detailhandel	11
3.1. Trends en ontwikkelingen in de detailhandel	11
3.2. Winkelgebieden specialiseren op bezoekmotief	13
3.3. Kooptoeisme	14
3.4. Belang van supermarkten	15
3.5. Relevantie ontwikkelingen voor Sas van Gent	16
4. Analyse dagelijks winkelaanbod Sas van Gent	18
4.1. Dagelijkse goederensector gemeente Terneuzen	18
4.2. Analyse dagelijkse goederensector Sas van Gent	19
4.3. Conclusie	22
5. Marktanalyse dagelijkse goederensector Sas van Gent	23
6. Locatieafweging in relatie tot beleid	26
6.1. Knelpunten huidige locatie	26
6.2. Locatieafweging	27
6.2.1. Leegstandanalyse	27
6.2.2. Locatieafweging	28
6.2.3. Alternatieve locatie: Sasse Poort	29
6.2.4. Nieuwe detailhandelsstructuur	29
6.3. Conclusie	30
7. Conclusie	31
7.1. Behoefte	31
7.2. Locatieafweging	31
7.3. Conclusie	32

1.1. Aanleiding

In het centrum van Sas van Gent zijn twee supermarkten gevestigd: Albert Heijn en Lidl. De supermarkten voldoen niet meer aan de wensen van de moderne consument. In de directe omgeving van de supermarkten is geen ruimte voor uitbreiding van de winkel en bijbehorende uitbreiding van parkeergelegenheid. Om de winkels toch te behouden voor de inwoners van Sas van Gent is het plan ontstaan om beide winkels te verplaatsen naar de Sasse Poort, aan de rand van Sas van Gent. Met het op te stellen bestemmingsplan wordt de verplaatsing en uitbreiding van de twee supermarkten in Sas van Gent mogelijk gemaakt.

De locatie Sasse Poort, gelegen binnen 'bestaand stedelijk gebied' aan de rand van het centrum is een geschikte zichtlocatie voor het realiseren van een nieuw eigentijds boodschappencentrum voor Sas van Gent. De locatie ligt ook aan de doorgaande weg vanuit België, waardoor de supermarkten tevens een goede functie kunnen vervullen voor Belgische kooptoeeristen.

Recent hebben Hillgate, de gemeente Terneuzen, Woongood Zeeuws-Vlaanderen en bouwbedrijf De Nijs-Soffers overeenstemming bereikt over de invulling van de Sasse Poort met daarin het realiseren van 2 supermarkten die verplaatsen vanuit de huidige locaties in het centrum, in samenhang met het herinvullen van de huidige supermarktlocaties met woningbouw.



Figuur 1.1 Impressie beoogde nieuwe supermarktlocatie en herinvulling huidige locaties (bron: Masterplan ontwikkelingen Sas van Gent/Sasse Poort, mei 2019)

1.2. beoogde ontwikkeling

Het plan betreft de volgende ontwikkelingen:

- verplaatsing van de Albert Heijn supermarkt van de Wilhelminalaan naar de Sasse Poort, waarbij de nieuwe winkel een omvang heeft van ca. 2.300 m² bvo. Het betreft een uitbreiding van 1.246 m² wvo naar ca. 1.840 m² wvo, zijnde ca. 600 m² wvo
- verplaatsing van de Lidl supermarkt van de Tramstraat naar de Sasse Poort waarbij de nieuwe winkel een omvang heeft van ca. 1.800 m² bvo. Het betreft een uitbreiding van 931 m² wvo naar 1.440 m² wvo, zijnde ca. 500 m² wvo
- herinvulling van de huidige locatie van de Albert Heijn supermarkt aan de Wilhelminalaan met 18 grondgebonden sociale huurwoningen (Woongoed) en 12 vrije sector appartementen (De Nijs-Soffers);
- herinvulling van de huidige locatie van de Lidl supermarkt aan de Wilhelminalaan met 10 grondgebonden sociale huurwoningen (Woongoed);
- sloop van 9 woningen aan de Tramstraat en de bouw van 4 nieuwe grondgebonden sociale huurwoningen (Woongoed);
- sloop van 57 woningen in de witte wijk en bouw van 10 nieuwe woningen in de witte wijk (Woongoed).

Per saldo betreft het plan

- een verplaatsing en uitbreiding van de supermarkten met ca. 1.375 m² bvo, wat overeenkomt met ca. 1.100 m² wvo;
- het realiseren van 54 woningen en het slopen van 66 woningen, waarmee het aantal te slopen woningen groter is dan het aantal nieuw te bouwen woningen.

Om deze ontwikkeling mogelijk te maken wordt een wijziging van het bestemmingsplan voorbereid.

1.3. Vraagstelling

De ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening) is het ruimtelijke afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van nieuwe stedelijke functies.

Ladder voor duurzame verstedelijking

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

De eerste stap is het bepalen of de ontwikkeling van Lidl en Albert Heijn op de Sasse Poort en de ontwikkeling van appartementen op de vertreklocaties van Lidl en Albert Heijn aan te merken is als 'stedelijke ontwikkeling'. Uit jurisprudentie (ABRvS 28 juni 2017; ECLI:NL:RVS:2017:1724) kan worden afgeleid dat ontwikkelingen groter dan 500 m² brutovloeroppervlak (bvo) ten opzichte van het vigerende bestemmingsplan en ontwikkelingen bestaande uit meer dan 11 woningen worden aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.

- Met het bestemmingsplan wordt een uitbreiding van twee supermarkten mogelijk gemaakt van in totaal circa 1.375 m² bvo. Dit betekent dat de ontwikkeling aangemerkt wordt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.
- Met het bestemmingsplan worden 44 woningen mogelijk gemaakt. Onderdeel van de ontwikkeling is echter ook de sloop van 57 woningen in de Witte wijk. Hierdoor is er per saldo

sprake van een afname van het aantal woningen in Sas van Gent. Dit betekent dat de realisatie van de woningen niet is aan te merken als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkelingen van de supermarkten moet worden getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. In dit onderzoek staat de vraag centraal of de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn en Lidl in Sas van Gent voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Toets aan het relevante provinciaal en gemeentelijk (detailhandels)beleid.
- Een beschrijving van de kwalitatieve behoefte aan de totale ontwikkeling (verplaatsing supermarkten in relatie tot herontwikkeling vertreklocaties), met aandacht voor de profilering van de winkelgebieden.
- Een analyse van het winkelaanbod en de koopstromen in de dagelijkse goederenbranche van Sas van Gent en van de gemeente Terneuzen, met aandacht voor het Belgisch kooptoerisme.
- Een beschrijving van de kwantitatieve behoefte door middel van een distributieplanologische marktanalyse (dpo) voor de dagelijkse goederensector van Sas van Gent.
- Een locatieafweging, waarin wordt onderbouwd dat uitbreiding van de supermarkten niet ingepast kan worden binnen het centrumgebied en waarmee wordt aangetoond dat de beoogde locatie aan de Sasse Poort een geschikt alternatief is in het kader van zorgvuldig ruimtegebruik.
- Een analyse die aantoont dat de beoogde ontwikkeling de bestaande detailhandelsstructuur als geheel niet in ruime mate negatief beïnvloedt. Feitelijk wordt met de beoogde ontwikkeling een nieuwe structuur gecreëerd, ter vervanging van de huidige versnipperde structuur.

1.4. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is het relevante beleidskader uiteengezet. In hoofdstuk 3 zijn de belangrijkste trends en ontwikkelingen binnen de detailhandelssector in beeld gebracht. In hoofdstuk 4 is de behoefte aan de verplaatsing van Albert Heijn en Lidl in beeld gebracht, waarbij de dagelijkse goederensector is geanalyseerd. In hoofdstuk 5 is een marktruimteberekening gemaakt om de kwantitatieve behoefte in beeld te brengen. Hoofdstuk 6 betreft een locatieafweging rekening houdend met de beleidskaders. Tot slot zijn in hoofdstuk 7 de belangrijkste conclusies opgenomen ten aanzien van de toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

2. Beleidskader

6

Vertrekpunt van de laddertoets zijn de vigerende beleidskaders. In dit hoofdstuk is het relevante beleidskader uiteengezet ten aanzien van de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Lidl en Albert Heijn naar de Sasse Poort in Sas van Gent.

2.1. Provinciaal beleid

2.1.1. Omgevingsplan provincie Zeeland (geconsolideerd 2018)

Het Omgevingsplan Zeeland 2018 bevat de hoofdlijnen uit alle provinciale beleidsplannen voor de fysieke leefomgeving. Het gaat over economie, ruimte, mobiliteit, natuur, cultuur, water en milieu. Het plan is integraal, maar ook compact. Het is voor het overgrote deel geen nieuw beleid. Wel flink opgeruimd en opnieuw ingericht op basis van vier grote strategische opgaven.

Het Omgevingsplan Zeeland 2018 is gebaseerd op de geldende wet- en regelgeving. Daarnaast houdt het Omgevingsplan Zeeland 2018 rekening met de nieuwe Omgevingswet die naar verwachting in 2022 in werking treedt. Het Omgevingsplan is een overbruggingsplan. Het traject naar de Omgevingsvisie is gestart en dit zal nieuwe inzichten opleveren. Het Omgevingsplan Zeeland 2018 biedt meer ruimte om per situatie of gebied passend beleid te voeren en zal indien nodig tussentijds worden gewijzigd aan de nieuwe inzichten. Het plan zal de transitie naar de Omgevingswet ondersteunen, niet belemmeren. Het Omgevingsplan Zeeland 2018 blijft geldig tot vaststelling van de nieuwe Omgevingsvisie, naar verwachting in 2021.

De vier grote strategische opgaven zijn als volgt:

1. Duurzame en concurrerende economie.
2. Klimaatbestendige en –neutrale samenleving.
3. Waardevolle leefomgeving.
4. Toekomstbestendige, bereikbare woon-, werk- en verblijfsomgeving.

Binnen de opgave van een duurzame en concurrerende economie is onder andere aandacht voor de voorzieningen in de provincie. Een betaalbaar, bereikbaar en divers voorzieningenniveau en toekomstbestendig voorzieningensysteem voor alle bewoners, toeristen en bedrijven is essentieel. Het bieden van een goede kwaliteit van voorzieningen is daarbij belangrijker dan de fysieke nabijheid. Voor veel voorzieningen geldt dat bereikbaarheid organiseren samenhangt met het aantal mensen dat hiervan gebruik maakt. Een winkel, school, pinautomaat of bibliotheek kan alleen renderen in een omgeving met voldoende (potentiële) klanten.

Vanuit zorgvuldig ruimtegebruik, bundeling van functies en versterking van attractieve steden ziet de provincie de (binnenstedelijke) kernwinkelgebieden als primaire vestigingsplaats voor detailhandel. In kernen zonder kernwinkelgebied is ruimte voor lokale detailhandel en buiten bestaand bebouwd gebied zijn kleinschalige en aan het buitengebied gebonden vormen van detailhandel mogelijk. 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.

Ook de vierde strategische opgave van de provincie Zeeland (een toekomstbestendige, bereikbare woon-, werk- en verblijfsomgeving) is relevant voor de beoogde ontwikkeling.

In Zeeland is behoud en herontwikkeling van voorzieningen essentieel omdat de totale bevolkingsomvang daalt en de bevolking vergrijsst. Het regionale schaalniveau wordt steeds belangrijker. Het stedelijk gebied en de omliggende dorpen en regio functioneren feitelijk als één geheel. Voor steden en kernen leidt dit tot veel verschillende opgaven: verduurzaming en verbetering van de bestaande gebouwen, de verdichting van de stad voor verdere verduurzaming, het accommoderen van de vraag naar meer stedelijke woonvormen, het op peil houden van het voorzieningenniveau, de daarmee samenhangende noodzakelijke aanpak van de straten en openbare ruimte en transformatie van leegstaande gebieden en gebouwen, inclusief cultureel erfgoed.

Ook woningbouw in de dorpen blijft nodig. De opgave ligt hier primair bij herstructurering, inbreiding binnen de bestaande kern, vervangende nieuwbouw en het verleggen van bestaande plannen naar kansrijke locaties die inspelen op de lokale behoeftes.

Relatie met planinitiatief

Met de beoogde ontwikkeling op de Sasse Poort en in het centrum wordt invulling gegeven aan verschillende provinciale belangen. Voor Zeeland is het behoud en de herontwikkeling van voorzieningen belangrijk, gelet op de demografische ontwikkelingen. Met de verplaatsing van Albert Heijn en Lidl kan het supermarktaanbod gemoderniseerd worden en op deze manier behouden blijven voor de inwoners van Sas van Gent en omgeving. Met de verplaatsing kan op de huidige locaties woningbouw gerealiseerd worden. Omdat woningen in de Witte Wijk gesloopt worden is hier sprake van vervangende nieuwbouw. Op deze locatie in het centrum kunnen oude supermarktplocaties op een duurzame manier ingevuld worden. Er kan een kwaliteitsverbetering van de verbinding tussen het centrum en de Sasse Poort plaatsvinden. Met de beoogde ontwikkeling wordt een nieuwe toekomstbestendige winkelstructuur gecreëerd waarbij de supermarkten vanwege hun grootte geconcentreerd zijn op de Sasse Poort en de kleinschaligere winkels in het centrum gevestigd zijn.

2.1.2. Provinciale Omgevingsverordening (2018)

De ambities en doelen zoals geformuleerd in het Omgevingsplan van de provincie, zijn vertaald in de regels van de Omgevingsverordening. In artikel 2.6 van de verordening is vastgelegd dat in een bestemmingsplan nieuwe detailhandelsvoorzieningen, daaronder mede verstaan de uitbreiding van bestaande detailhandelsvoorzieningen, primair worden toegelaten in bestaande kernwinkelgebieden. In de toelichting bij een bestemmingsplan moet inzicht worden gegeven in de wijze waarop het plan bijdraagt aan het beleidsdoel van bundeling en concentratie in bestaande kernwinkelgebieden.

Behoud en versterking van het aanbod aan detailhandelsvoorzieningen, alsmede bundeling en concentratie die bijdraagt aan de vitaliteit van binnensteden en dorpscentra worden als elementen van provinciaal belang aangemerkt. Met kernwinkelgebieden worden bedoeld de binnen de centra van kernen gelegen gebieden waarin detailhandelsvoorzieningen zijn geconcentreerd. Een bestemmingsplan dat geen bijdrage levert aan bundeling en concentratie is in beginsel strijdig met het beleidsdoel (behoudens in de bijlage benoemde uitzonderingen). Hierbij bestaat wel afwegingsruimte. Bijvoorbeeld een supermarkt die ruimtelijk (in verband met omvang en verkeersontsluiting) aantoonbaar niet inpasbaar is in het kernwinkelgebied mag op enige afstand van het kernwinkelgebied, binnen bestaand stedelijk gebied worden toegestaan. Hiervoor is wel een goede motivering nodig omdat een dergelijke situatie per definitie niet bijdraagt aan bundeling en concentratie in het kernwinkelgebied. In die situaties zal maatwerk moeten worden geleverd waarbij per geval, vanuit het beginsel van een goede ruimtelijke ordening en na weging van de betrokken belangen, een keuze moet worden bepaald.

Relatie met planinitiatief

Het beleid van de provincie Zeeland gaat uit van concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden. De Sasse Poort is niet aangemerkt als kernwinkelgebied van Sas van Gent. In de verordening wordt echter ook een uitzondering gemaakt voor supermarkten. Als deze aantoonbaar ruimtelijk niet inpasbaar zijn in

het kernwinkelgebied kunnen deze ook op enige afstand en in bestaand stedelijk gebied worden toegestaan. De huidige Albert Heijn en Lidl zijn momenteel te klein naar moderne maatstaven. Zij moeten uitbreiden om ook in de toekomst behouden te kunnen worden voor Sas van Gent. Op de huidige locaties zijn geen mogelijkheden voor uitbreiding. Deze zullen ten koste gaan van de parkeerterreinen, terwijl de uitbreiding ook gepaard gaat met een extra parkeerbehoefte.

Met de beoogde ontwikkeling wordt invulling gegeven aan de beleidsdoelstelling bundeling en concentratie. Dit is niet mogelijk in het centrumgebied. De Sasse Poort is een goed alternatief op korte afstand van het kernwinkelgebied. Met de totale ontwikkeling wordt een nieuwe duidelijke verbinding tussen het centrum en de Sasse Poort gerealiseerd. Met de ontwikkeling wordt de leefbaarheid in het centrum verbeterd, onder andere door afname van de verkeers- en parkeerdruk.

2.2. Gemeentelijk beleid

2.2.1. Structuurvisie Terneuzen 2025 (2010)

Op 16 december 2010 is de Structuurvisie Terneuzen vastgesteld. In de structuurvisie Terneuzen wordt op hoofdlijnen vastgelegd waar de gemeente Terneuzen op maatschappelijk, economisch en ruimtelijk gebied zou moeten staan in 2025. De structuurvisie geeft richting aan de gewenste ruimtelijke inrichting van een gebied waardoor voor een ieder in algemene zin duidelijk is of bepaalde initiatieven daarbinnen passen. Voor het gemeentebestuur is de structuurvisie een belangrijk kader voor de afweging van concrete ruimtelijke beslissingen en voor de inzet daartoe van uitvoeringsinstrumenten, zoals het vaststellen van bestemmingsplannen, het beschikbaar stellen van financiële middelen en het sluiten van (bestuurs)overeenkomsten. De structuurvisie gaat tevens in op de wijze waarop het gemeentebestuur zich voorstelt de voorgenomen ontwikkeling te doen verwezenlijken.

Ten aanzien van de beoogde ontwikkeling zijn de volgende uitgangspunten relevant.

In iedere kern zijn detailhandels-, horeca- en commerciële voorzieningen aanwezig. Terneuzen neemt een specifieke plaats in, omdat de stad is aangewezen als het regionale koopcentrum van Zeeuws-Vlaanderen met een verzorgingsgebied van 75.000 tot 100.000 inwoners. Naast Terneuzen bieden meerdere kernen, al dan niet in beperkte mate, ook niet-dagelijkse goederen aan. Sas van Gent en detaillisten in andere kernen profiteren van de bestedingen van Vlamingen, alhoewel deze bestedingen de laatste tijd wel afnemen. Door de toegenomen mobiliteit doen steeds meer mensen boodschappen in kernen die een breder aanbod bieden in vergelijking met wat in hun eigen omgeving wordt aangeboden. Dit heeft met name in de kleinere kernen geleid tot een beperking van het draagvlak van met name detailhandelsvoorzieningen. De aanwezigheid van commerciële voorzieningen hangt af van de marktwerking. De gemeente kan daarin faciliteren door goede locaties te reserveren c.q. planologisch te regelen, door koppelingen te leggen met andere initiatieven en door allerlei regelingen op provinciaal of nationaal niveau aan te spreken. Hierbij liggen er mogelijkheden om deze voorzieningen te combineren met andere (maatschappelijke) voorzieningen. Er wordt ingezet op het behoud van het aanbod van dagelijkse boodschappen in de kernen. Terneuzen en op kleinere schaal Axel bieden een breder aanbod aan detailhandel aan. Grootschalige perifere detailhandel (zoals meubelboulevards en tuincentra) is geconcentreerd in de directe omgeving van de Kennedylaan in Terneuzen. Een verdere versterking ter plaatse wordt voorgestaan. Een mogelijke toekomstige alternatieve locatie of overlooplocatie voor grootschalige perifere detailhandel is de Zuidpoort. In de Zuidpoort is een combinatie mogelijk met voorzieningen op het gebied van leisure, zorg en onderwijs.

Ten aanzien van wonen in de gemeente wordt aangekaart dat als gevolg van de ligging van de kernen Sas van Gent en Sluiskil ten opzichte van de industriële gebieden de leefbaarheid een aandachtspunt vormt. Zowel in Sas van Gent als in Sluiskil voeren de corporaties een actief beleid om verouderde woningen te saneren en vervolgens minder woningen van betere kwaliteit terug te bouwen. Dit beleid wordt door de gemeente Terneuzen ondersteund.

Om ontwikkelingen en initiatieven, die op Terneuzen afkomen of daarbinnen plaatsvinden, te kunnen toetsen is een strategiekaart ontworpen. De gemeente zet in op een achttal strategieën, namelijk: versterken, verbreden, verbinden, transformeren, ontwikkelen, herstructureren, behouden en beschermen. Relevant voor de beoogde ontwikkeling is het versterken van centrumgebieden. De mix van functies in de centrumgebieden van Axel, Biervliet, Philippine, Sluiskil en Sas van Gent vormt een spil in het maatschappelijke en sociale netwerk van de gemeente. Deze centrumfuncties zullen daar waar mogelijk worden versterkt. Daarnaast hebben de binnenstad van Terneuzen, de omgeving van het Ziekenhuis en de buitensportconcentratie bij Axel een zodanig belang voor de gemeente dat versterking van de functie van deze gebieden gewenst is.

Specifiek voor het plangebied is transformatie van de Sasse Poort relevant. In Sas van Gent is aan de zuidzijde een plan voor woon-werk-kavels in de markt gezet om een nieuwe overgang te creëren tussen de industriële activiteiten in de Poelpolder en de woonkern. Deze ontwikkeling komt echter al enkele jaren niet van de grond. Een herbezinning is aan de orde, waarbij het uitgangspunt van de overgang tussen wonen en werken overeind moet blijven.

Relatie met planinitiatief

De gemeente richt zich op de versterking van het centrum van Sas van Gent en transformatie van de Sasse Poort. Met de beoogde ontwikkeling wordt hier invulling aan gegeven. Met de verplaatsing en vergroting van Albert Heijn en Lidl kunnen de supermarkten behouden blijven voor de inwoners van Sas van Gent. Deze locaties kunnen heringevuld worden met woningen. Op deze manier wordt de leefbaarheid in het centrum vergroot. De verkeersdruk in het centrum neemt af, de vrachtwagens voor bevoorrading hoeven niet meer door de woonstraten in het centrum, en ook problemen rondom parkeren kunnen worden opgelost. Met de invulling van woningen kan ook een groene uitstraling worden toegevoegd in het centrum. De beoogde ontwikkeling kan dus bijdragen aan een vergroting van de leefbaarheid in het centrum. In Sas van Gent is de leefbaarheid in de kern een aandachtspunt. De ambitie is om verouderde woningen te saneren en minder woningen van betere kwaliteit terug te bouwen. Dit maakt onderdeel uit van de beoogde ontwikkeling. De woningbouwcorporatie zal 57 woningen in de Witte Wijk slopen. Daarvoor in de plaats zullen 10 sociale woningen worden teruggebouwd in de wijk en 32 sociale woningen op de huidige locatie van Albert Heijn en Lidl en de Tramstraat. Daarnaast zijn er 12 vrije sector woningen beoogd. Op deze manier wordt invulling gegeven aan de gemeentelijke visie.

2.2.2. Detailhandelsvisie Terneuzen (2014)

In 2014 is de geactualiseerde detailhandelsvisie van de gemeente Terneuzen vastgesteld.

De basis voor de detailhandelsstructuur is al gelegd in de structuurvisie detailhandel 2008. In overeenstemming met de structuurvisie detailhandel. Er wordt ingezet op het behoud van het aanbod van dagelijkse boodschappen in de kernen. In de detailhandelsvisie wordt Sas van Gent dan ook aangeduid als boodschappencentrum. Terneuzen en op kleinere schaal Axel bieden een breder aanbod aan detailhandel aan. Grootschalige perifere detailhandel (zoals meubelboulevards en tuincentra) is geconcentreerd in de directe omgeving van de Kennedylaan in Terneuzen. Een verdere versterking ter plaatse wordt voorgestaan. Een mogelijke toekomstige alternatieve locatie of overlooplocatie voor grootschalige perifere detailhandel is de Zuidpoort. In de Zuidpoort is een combinatie mogelijk met voorzieningen op het gebied van leisure, zorg en onderwijs.

De focus op Terneuzen als dé winkelstad in de gemeente vergroot de kans op het innemen van de functie als regionaal koopcentrum op termijn. Immers, de concentratie van functies en winkels versterkt het recreatieve winkelgebied en legt een stevig fundament voor de verdere ontwikkeling van Terneuzen als kernstad in Zeeuws-Vlaanderen. Dit is een logisch gevolg op de functie die de stad al inneemt op economisch, maatschappelijk en cultureel vlak. Er zijn ook een aantal ontwikkelingen die deze “normale” functie van Terneuzen ondersteunen. Denk aan schaalvergroting in de detailhandel, maar ook aan het wegvallen van het bankentoerisme in Hulst, Sluis, Axel en Sas van Gent. Hierdoor kan de omvang van het winkelaanbod in Terneuzen in overeenstemming worden gebracht met de omvang van het verzorgingsgebied: de inwoners van de gemeente Terneuzen en de (nu nog beperkte) functie als kernstad

in Zeeuws-Vlaanderen (inclusief een deel van Oost-Vlaanderen). De ambitie van Terneuzen is om deze functie te intensiveren en om de afvloeiing naar buiten Zeeuws-Vlaanderen te beperken.

Vanuit de gewenste concentratie van winkelgebieden streeft de gemeente in algemene zin naar het 'uitsterven' van detailhandel in de zij- en aanloopstraten. Axel en Sas van Gent vragen in deze bijzondere aandacht. Door de wens van het creëren van een logisch looprondje ontstaan er meerdere delen in het centrum waar bij voorkeur geen detailhandel meer gevestigd wordt in leegstaande winkelpanden. Maar wat zijn de mogelijkheden? Gebrek aan budget speelt ook bij de gemeente Terneuzen een grote rol. 'Zomaar minder populaire gebieden c.q. panden opkopen om het te transformeren is verleden tijd. Anno 2013 wordt aan gemeenten gevraagd anders en innovatiever te denken en te doen om de problemen het hoofd te bieden. Stedelijke Herverkaveling kan bijdragen aan een structurele oplossing. Er wordt gekeken naar de ruimtelijke mogelijkheden en onderzocht of er functieveranderingen in het gebied kunnen plaatsvinden'.

Relatie met planinitiatief

Het gemeentelijk beleid gaat uit van een hiërarchische detailhandelsstructuur. De kern Terneuzen is het hoofdwinkelgebied binnen de gemeente. Hier is dan ook naast het dagelijks winkelaanbod veel niet-dagelijks winkelaanbod aanwezig. De ambitie is om deze positie van Terneuzen binnen Zeeuws-Vlaanderen te versterken. In het algemeen streeft de gemeente voor de kernen naar concentratie van winkelgebieden waarbij het 'uitsterven' van detailhandel in de zij- en aanloopstraten aan de orde is. Aandacht wordt gevraagd voor Sas van Gent en Axel waar het lastig is om zo maar panden te transformeren naar andere functies dan detailhandel.

In de detailhandelsvisie wordt Sas van Gent aangeduid als boodschappencentrum. Deze functie wilt Sas van Gent behouden. Deze ontwikkeling voorziet in het behoud en versterken van het winkelaanbod voor dagelijkse boodschappen, zodat deze functie voor de komende jaren kan worden gewaarborgd. De beoogde ontwikkeling biedt een volledige herontwikkeling waarin zowel de verplaatsing van de supermarkten als herontwikkeling van de huidige supermarktlocaties tot woongebied wordt meegenomen. Op deze manier wordt een nieuwe detailhandelsstructuur gerealiseerd waarbij het kernwinkelgebied verder wordt geconcentreerd, en aan de rand van de kern een boodschappencentrum gerealiseerd kan worden. Op deze manier wordt bijgedragen aan het versterken van de detailhandelsstructuur, waarbij tegelijkertijd oude detailhandelslocaties getransformeerd worden naar een passende woonfunctie binnen de woonstraten.

2.3. Conclusie

Zowel het provinciaal als gemeentelijk beleid is gericht op versterking van de detailhandelsstructuur door bundeling en concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden. Daarbij gaat het om het behouden van de levendigheid in de kernen door een toekomstbestendige structuur. Vanuit het provinciaal beleid bestaat de mogelijkheid om supermarkten buiten de kernwinkelgebieden te realiseren, indien deze ruimtelijk gezien niet passend is binnen die gebieden. Dit is het geval in Sas van Gent. Binnen het kernwinkelgebied is geen ruimte voor uitbreiding van Albert Heijn en Lidl. Als alternatieve locatie is de Sasse Poort een ontwikkellocatie aan de rand van de kern. Deze locatie ligt aan de rand van het centrum, is goed bereikbaar en heeft voldoende ruimte voor parkeren. Doordat beide supermarkten hier naartoe verplaatsen ontstaat hier een sterk boodschappencentrum met 2 complementaire supermarkten. Een nieuwe toekomstgerichte detailhandelsstructuur ontstaat voor Sas van Gent, met het kleinschaligere centrum met speciaalzaken en niet-dagelijkse winkels en de Sasse Poort als boodschappencentrum. Daarmee ontstaat een toekomstbestendige detailhandelsstructuur. De huidige supermarktlocaties worden getransformeerd naar woningbouw. Hiermee wordt een passende functie gegeven aan deze locaties aan de rand van het centrum. Er ontstaat weer levendigheid in deze woonstraten. De ontwikkeling sluit op die manier ook aan bij het gemeentelijk beleid waarbij de levendigheid in de kern centraal staat.

3. Trends en ontwikkelingen detailhandel

11

In het voorgaande is het planinitiatief op hoofdlijnen getoetst aan het vigerende beleid. Binnen het beleid zijn aanknopingspunten om ook buiten het kernwinkelgebied supermarkten te realiseren. Omdat dit maatwerk is zal de ontwikkeling getoetst aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.

De behoefte wordt op de volgende wijze in beeld gebracht.

- Allereerst is een overzicht gemaakt van de relevante trends en ontwikkelingen in de detailhandel in relatie tot de beoogde ontwikkeling van Albert Heijn en Lidl (hoofdstuk 3).
- Daarna is een beeld geschetst van het verzorgingsgebied van Sas van Gent: omvang verzorgingsgebied, omvang winkelaanbod, vergelijking omvang winkelaanbod (hoofdstuk 4).
- Vervolgens is de behoefte geschetst met de kwalitatieve beoordeling van de segmentering van het supermarktaanbod en de positionering van Albert Heijn en Lidl binnen de supermarktstructuur als complementaire winkelvoorzieningen in de dagelijkse goederensector (hoofdstuk 5).
- Daarna is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de bekende bevolkingsontwikkeling enerzijds en de beoogde ontwikkeling van het winkelaanbod in de planperiode 2020-2030 anderzijds (hoofdstuk 5).
- In hoofdstuk 6 is de locatieafweging uitgewerkt.
- Tot slot worden de belangrijkste conclusies ten aanzien van de ladder voor duurzame verstedelijking weergegeven (hoofdstuk 7).

3.1. Trends en ontwikkelingen in de detailhandel

In deze paragraaf staan de relevante (landelijke) trends en ontwikkelingen binnen de detailhandel centraal. De detailhandel is een dynamische sector, die sterk wordt beïnvloed door maatschappelijke, culturele en economische ontwikkelingen. Het is van belang voor de situatie in Sas van Gent om een goed overzicht te krijgen van deze ontwikkelingen.

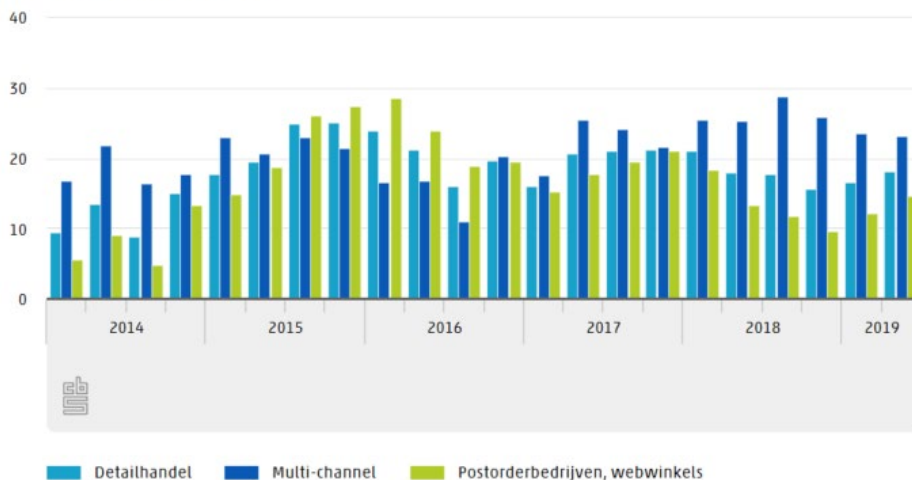
Het samenspel van ontwikkelingen en trends heeft een sterke invloed op het koopgedrag van consumenten. Op de alsmaar veranderende behoeften van consumenten probeert de detailhandel in te spelen. Niet ieder bedrijf doet dit op dezelfde wijze, wat zich vertaalt in een sterke dynamiek in de detailhandel. In het navolgende is bekeken hoe de beoogde ontwikkeling in Sas van Gent zich verhoudt tot de (actuele) trends en ontwikkelingen in de detailhandel.

Internetverkoop

Een van de meest besproken trends en ontwikkelingen in de detailhandel is internetverkoop. Het CBS komt tot de conclusie dat verkopen via het internet toenemen. De internetomzet was in het derde kwartaal van 2019 17,5% hoger dan een jaar eerder (figuur 3.1). De sterkste groei van de internetomzet was bij de multi-channelers. Voor die bedrijven is de verkoop via internet een nevenactiviteit, naast de fysieke verkoop in winkels. De internetomzet van de multi-channelers was in het derde kwartaal 21,7% procent hoger dan een jaar eerder. Bij de pure internetverkopers (postorderbedrijven en webwinkels) was de omzet 14,9% hoger.

Omzet internetverkoop detailhandel¹⁾

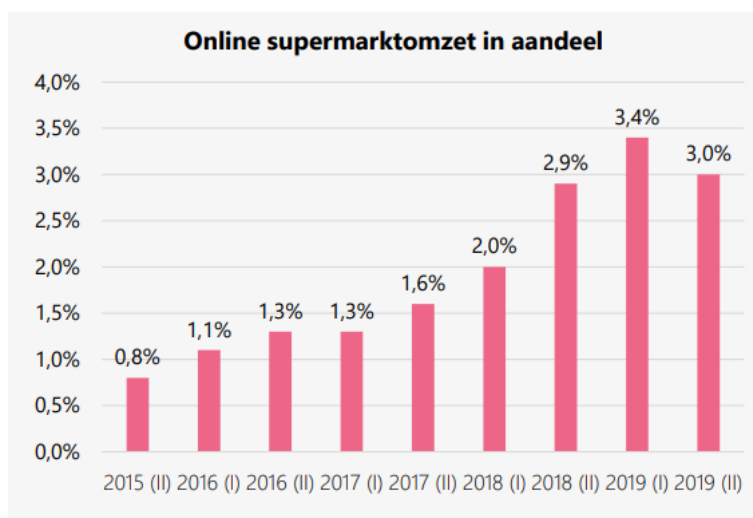
% verandering t.o.v. een jaar eerder



Figuur 3.1 Omzet internetverkoop detailhandel; % verandering t.o.v. een jaar eerder (bron: CBS, december 2019)

Bij deze cijfers over internetverkoop is enige nuancering gewenst. Het precieze effect van internetverkoop op de fysieke winkels is moeilijk in te schatten. Beide afzetkanalen hebben elkaar nodig om de consument zo goed mogelijk te bedienen. Enerzijds willen consumenten het gemak van internetaankopen en anderzijds wil de consument producten zien en uitproberen alvorens deze te kopen. Ook is fysiek winkelen een beleving voor consumenten en heeft een sociale (ontmoetings-)functie. Uit de cijfers van het CBS valt af te leiden dat ondernemers in de groep multi-channelers het hardst groeit. Fysieke retailers openen een webshop om verschillende redenen: schaalvergroting, grotere naambekendheid, betere serviceverlening of voor een betere informatievoorziening. Tegelijkertijd openen steeds meer online-bedrijven fysieke winkels, vaak als 'etalage' en servicepunt.

Tot slot zijn er ook verschillen waarneembaar in branches als het gaat om het marktaandeel van internetverkoop. Uit de meest recente meting van platform Supermarkt & Ruimte (december, 2019) blijkt uit halfjaarlijks onderzoek onder 1.750 consumenten dat het marktaandeel van de online supermarktomzet 3% is (figuur 3.2). Dat is relatief laag in vergelijking tot andere branches. Wat verder opvalt is dat het afgelopen halfjaar het marktaandeel niet verder is gegroeid.



Figuur 3.2 Online supermarktomzet in marktaandeel (bron: Supermarkt & Ruimte, 2019)

Ruimtelijke effecten internetverkoop

Een van de effecten van het stijgende marktaandeel van internetverkopen in het algemeen is de afname van het totaal aantal winkels. Op het hoogtepunt stond 7,5% van de winkels leeg (2015). Inmiddels is de leegstand 7,3% (2020). Locatus concludeert dat het afgelopen jaar de grootste toename van de leegstand in centra van grote steden is waargenomen. Faillissementen is maar een klein deel van het afnemende aantal winkels (circa 20%). Het grootste aandeel betreft zelfstandige winkeliers (70%).

Branchevervaging en –verbreding

Branchevervaging en –verbreding gaat al een tijd niet meer alleen over detailhandel. De klassieke benadering is dat het aangeboden assortiment (sterk) is uitgebreid met artikelen die niet thuishoren in de oorspronkelijke branchegroep. Het gaat steeds meer om nieuwe combinaties van bedrijfsmodellen in de horeca, detailhandel en dienstverlening. Dit wordt ook wel de trend van ‘blurring’ genoemd. Blurring bestaat in vele soorten en maten. Voorbeelden zijn kappers die koffie schenken en restaurants die streekproducten verkopen. Het inpassen van deze nieuwe bedrijfsmodellen in bestaande regels levert vaak discussie op, met name als de verkoop van alcohol daarbij in het spel is (Drank- en Horecawet).

Schaalvergroting

- *Vestigingen.* Veel winkelbedrijven realiseren steeds grotere winkels om de veeleisende consument een zo groot mogelijk assortiment en veel comfort (veel kassa's, ruime gangpaden en extra diensten) te kunnen bieden. Zo hebben nieuwe full-service supermarkten tegenwoordig een omvang vanaf circa 1.500, maar soms ook al 3.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Ook warenhuizen realiseren steeds grotere winkels in de centrumgebieden van grote steden. Dit doen zij deels in reactie op de toenemende verkopen via internet (zie hierboven).
- *Winkelketens.* Schaalvergroting vindt eveneens plaats op het niveau van winkelketens. Er komen meer en meer ketenbedrijven en deze krijgen ook steeds meer filialen: de zogenaamde filialisering. Keerzijde van deze toename van het aantal vestigingen van ketenbedrijven is een afname van het aantal zelfstandige winkeliers, hoewel dat vooral het gevolg is van een gebrek aan opvolging.
- *Winkelgebieden.* Niet alleen afzonderlijke winkels groeien, ook winkelgebieden willen groter worden. Consumenten willen namelijk kunnen vinden wat ze zoeken en hoe groter het winkelgebied, hoe groter de kans dat dit lukt. Hierbij is wel sprake van specifieke wensen ten aanzien van de omvang van winkelgebieden gericht op boodschappen, mode & luxe of woninginrichting. Winkelgebieden specialiseren zich namelijk steeds meer op een afzonderlijk bezoekmotief van consumenten (zie paragraaf 3.2). Winkelgebieden die de schaa sprong niet kunnen maken verliezen aan aantrekkingskracht. Deze dynamiek wordt aangestuurd door enerzijds het keuzeprocess van de steeds mobiele consument en anderzijds door de partijen die de kwaliteit van een winkelgebied bepalen: ondernemers in de detailhandel en horeca en de gemeenten als beheerder van openbare ruimte.

Superspecialisatie

Nieuwe ketens en zelfstandige winkeliers zoeken 'niches' in de markt die niet gedekt worden door de steeds grotere winkels van de ketenbedrijven. In de centrumgebieden duiken interessante winkels op die in kleinere kernen bijvoorbeeld de vorm hebben van een atelier met een winkel of er worden nichemarkten bediend, zoals een winkel in versproducten van lokale producten (al dan niet in combinatie met onlineverkoop). Voor plaatselijke ondernemers met goed zicht op de lokale markt zal altijd plaats zijn – ook in de kleinere kernen. Deze ontwikkeling is een tegenbeweging tegen de eerder genoemde filialisering door de grote ketenbedrijven.

De aanwezigheid van bijzondere en vaak vernieuwende detailhandel geeft extra aantrekkingskracht aan een winkelgebied. Het zijn winkels die de consument onthoudt en die een winkelgebied bijzonder maken.

3.2. Winkelgebieden specialiseren op bezoekmotief

Winkelgebieden strijden om de gunst van de mobiele en grillige consument. Een consument die ook zeer goed geïnformeerd is en het aanbod en de prijzen via de smartphone tot in de winkel vergelijkt.

Keuzes van consumenten afhankelijk van push- en pull-factoren

In het algemeen voelen consumenten zich aangetrokken tot winkels / winkelgebieden met een ruim winkelaanbod in een compacte structuur. Als de consument langer in een winkel / winkelgebied verblijft, is ook een aantrekkelijke openbare ruimte en goede horeca van belang. Deze kenmerken worden wel omschreven als de pull-factoren.

Voor het overige verwachten consumenten dat een aantal zaken goed is geregeld bij een winkel / in een winkelgebied. De consument verwacht een goed bereikbare detailhandel met voldoende parkeren op korte afstand van de winkel(s). Als dit niet aanwezig is dan 'duwt' dit hen als het ware naar concurrerende winkels (of naar het internet). In dit verband spreekt men van push-factoren.

Keuzefactoren bij verschillende winkelgebieden

De consument bezoekt verschillende winkels / winkelgebieden met een verschillend motief en gaat daarbij ook steeds anders om met de push- en pull-factoren. Voor reguliere winkels / winkelgebieden zijn er 3 soorten bezoeks-motieven.

- *Boodschappen doen*: voor de dagelijkse en frequent benodigde niet-dagelijkse goederen bezoekt de consument supermarkten, versspeciaalzaken, drogisterijen en winkels in bloemen, textiel of huishoudelijke artikelen. De kwaliteit van een boodschappengebied wordt bepaald door de compleetheid van het aanbod, de omvang en complementariteit van de supermarkten, de autobereikbaarheid en de parkeermogelijkheden. Boodschappen doet de consument vooral lokaal.
- *Recreatief winkelen*: dit betreft het kopen van mode en luxe artikelen of de aanschaf van woonartikelen, waarbij het vergelijken tussen winkels belangrijk is en sprake is van een dagje uit. Van belang is een complete mix van grootschalige trekkers en interessante, kleinschalige boetieks. Trekkers die wenselijk zijn voor centrumgebieden zijn (mode)warenhuizen. De grote woonwarenhuizen zijn de trekkers van recreatief bezochte woonboulevards. Ook horeca is van belang voor een recreatief winkelgebied.
- *Doelgerichte aankopen*: de consument heeft vooraf bepaald wat wordt gekocht en waar. Het betreft kooptrips naar grote winkels vaak op perifere locaties, zoals bouwmarkten. Om de doelgericht winkelende consument de keuzevrijheid te bieden, hebben de afzonderlijke winkels een uitgebreid assortiment onder één dak, waarbij de consument het productaanbod binnen dezelfde winkel vergelijkt. Productvergelijking in meer dan twee winkels onderling vindt relatief weinig plaats.

3.3. Kooptoerisme

Nederlandse supermarkten kennen een aanzienlijk prijsverschil met hun Belgische concurrenten. Hier zijn een aantal oorzaken voor aan te wijzen:

- het afwijkende btw-tarief in Nederland voor voedingsmiddelen, waaronder levensmiddelen, hiervoor geldt het lage BTW tarief van 9% en de concurrentie tussen supermarkten in Nederland ook wel de 'prijzenoorlog' genoemd;
- verhoging van de 'suikertax' in België die producten met veel suiker, waaronder frisdranken in België duurder heeft gemaakt.

De Nederlandse supermarkten zijn vanwege dit prijsverschil aantrekkelijk voor Belgische consumenten. Een in Nederland relatief dure supermarktformule als Albert Heijn wordt in België gezien als goedkope supermarkt - een prijsvechter. Supermarkten in de gehele grensstreek profiteren van de bestedingen van vanuit België. In de gemeente Terneuzen hebben vooral de supermarkten in Axel en Sas van Gent profijt van deze situatie. In mindere mate profiteren ook overige supermarkten in Terneuzen van de Belgische consument, omdat de Belg relatief vaak van het kooptoeristisch winkelen een dagje uit maakt.

Een ultiem voorbeeld hiervan vormt de nabijgelegen kern Sluis. Deze kern is uitgegroeid tot een kooptoeristisch centrum met een unieke combinatie van speciale winkels en horeca, voornamelijk gebaseerd op de Belgische bezoeker. In de kern Sluis liggen 2 supermarkten die vooral op de Belgische kooptoerist zijn gericht.

Er zijn maar beperkt recente gegevens bekend over het Belgische kooptoeisme gericht op supermarkten in Nederland en meer specifiek zeker in Zeeuws-Vlaanderen en de gemeente Terneuzen. Duidelijk is dat de ontwikkeling de afgelopen jaren positief is geweest in Zeeuws-Vlaanderen. Zo is in Hulst het supermarktaanbod (Albert Heijn en Aldi) de afgelopen jaren fors uitgebreid, is in Oostburg, ondanks de beperkt krimpende bevolking in 2018 een nieuwe Jumbo supermarkt gerealiseerd. Op basis van deze ontwikkelingen hebben de twee in Sas van Gent gevestigde supermarkten Albert Heijn en Lidl forse uitbreidingsplannen.

Uit de klantherkomstgegevens van Albert Heijn in Sas van Gent (tabel 3.1) blijkt dan ook dat circa 42% van de omzet uit het buitenland afkomstig is. Gelet op de ligging van Sas van Gent betreft dit voornamelijk Belgische klanten. De omvang van Belgische klanten is dus een aanzienlijk onderdeel van de omzet.

Tabel 3.1 Klantherkomst Albert Heijn Sas van Gent 2020

kern	aandeel in omzet (%)
Sas van Gent	40,6%
Overig gemeente Terneuzen	15,1%
België	42,3%
overig	2,0%
Totaal	100,0%

3.4. Belang van supermarkten

Het gedrag van de consument verandert, onder andere als gevolg van de opkomst van internet, de toegenomen mobiliteit, maar ook als gevolg van de consolidatieslag onder de supermarktketens, waardoor een groot aantal supermarktformules is verdwenen (onder andere Super de Boer, Konmar, Edah, C1000, Emté). De consument heeft hierdoor minder keuze in formules gekregen.

Door Deloitte wordt al lange tijd jaarlijks onderzoek gedaan naar het consumentengedrag bij supermarkten (op basis van circa 2.300 respondenten, meest recent; Consumententrends 2019). Uit dit onderzoek kunnen een aantal belangrijke elementen in het boodschappengedrag en de trends daarin van de Nederlandse consument worden herleid.

De gemiddelde Nederlandse consument bezoekt 2 à 4 keer per week een supermarkt. Het aantal supermarktbezoeken blijft al jaren vrijwel gelijk. Er zijn drie hoofdgroepen: de mensen die vrijwel dagelijks boodschappen doen, degenen die gericht 1 keer per week (bijna) alle boodschappen doen en een groep die de grote weekendboodschappen doet, maar deze een aantal keren in de week aanvult (wat eten we vandaag en morgen).

1. Hoe vaak gaat u zelf naar de supermarkt om boodschappen te doen?	2019 (n=2341)	2018 (n=2413)	2017 (n=2317)
5 keer per week of vaker	10%	10%	10%
2-4 keer per week	64%	64%	65%
1 keer per week	20%	20%	19%
1-3 keer per maand	3%	3%	4%
minder dan 1 keer per maand of nooit	3%	3%	3%
totaal	100%	100%	100%

Figuur 3.3 Frequentie boodschappen doen (bron: consumentenonderzoek Deloitte, 2019)

Afstand is een belangrijk argument om bij een supermarkt te kopen. Circa 50% van de huishoudens geeft aan dat afstand de belangrijkste reden is om de dichtstbijzijnde supermarkt de primaire supermarkt (waar men het meeste koopt) te laten zijn.

Voor de consument is de supermarkt die het dichtst bij ligt de belangrijkste supermarkt, tenzij deze niet voldoet aan de eisen van de consument: te duur, onvoldoende assortiment en dergelijke. Om reden van prijs of assortiment is men bereid om extra afstand af te leggen voor het doen van boodschappen.

21. Kunt u aangeven welke zaken uw binding met uw primaire (web)-supermarkt bepalen? (meerdere antwoorden mogelijk)*	2019 (n=2274)	2018 (n=2336)	2017 (n=2250)
het is gewoon de dichtstbijzijnde winkel	47%	48%	46%
vanwege een goede beleving in de supermarkt	21%	21%	21%
ik kom er graag want mijn buurtgenoten/kennissen kopen er ook	4%	4%	4%
ik kom er graag want ik ben bekend met het personeel van de supermarkt	14%	15%	15%
ik koop er graag want ik weet inmiddels waar alle producten liggen en dat is gemakkelijk	42%	43%	44%
ik koop er graag want deze winkel heeft absoluut de meeste keuze	23%	23%	24%
ik koop er graag want deze winkel heeft een goede prijs-kwaliteit verhouding	44%	44%	45%
ik koop er graag vanwege de goede parkeergelegenheid	27%	26%	27%
bij deze supermarkt kan ik zelfscannen	16%	14%	13%
bij deze supermarkt kan ik online boodschappen bestellen	4%	4%	4%
ik gun het de ondernemer vanwege zijn/haar hoge lokale betrokkenheid	4%	3%	4%

Figuur 3.4 Keuze voor primaire supermarkt (bron: consumentenonderzoek Deloitte, 2019)

3.5. Relevantie ontwikkelingen voor Sas van Gent

Met de beoogde ontwikkeling wordt ingespeeld op de actuele behoefte van de consument die is gericht op het comfortabel boodschappen doen. Op de Sasse Poort kunnen Albert Heijn en Lidl een moderne winkel realiseren die voldoet aan de wensen van de consument. Binnen het centrum is het niet mogelijk om de gewenste schaalvergroting te realiseren. Dit is nader toegelicht in de locatieafweging van hoofdstuk 6. Met een complementair supermarktaanbod zal deze detailhandelslocatie een aantrekkelijk boodschappencentrum zijn voor de consumenten in Sas van Gent en omgeving. Het winkelaanbod in Sas van Gent wordt vooral bezocht voor het bezoeksdoel dagelijks boodschappen (supermarkten en speciaalzaken). Voor de compleetheid en kwaliteit van het aanbod is het van belang dat de beide supermarkten behouden blijven voor de inwoners van Sas van Gent. Daarnaast hebben de speciaalzaken in het centrum van Sas van Gent ook een eigen aantrekkingskracht, die ook zal blijven bestaan na verplaatsing van de supermarkten. Tussen het supermarktcluster aan de Sasse Poort zal daarnaast ook een langzaamverkeersverbinding worden gerealiseerd zodat het centrum ook per fiets en te voet makkelijk bereikbaar blijft.

De algemene trend van internetverkoop zal ook effecten hebben in Sas van Gent. Echter, uit onderzoek blijkt dat het effect van internet op dagelijkse goederen/supermarkten vooralsnog beperkt is. In de omgeving van Sas van Gent bezorgt Spar supermarkten online bestelde boodschappen thuis. Albert Heijn en Lidl hebben nu nog geen bezorgservice in Sas van Gent.

Geconcludeerd wordt dat het belang van de dagelijkse goederensector en met name supermarkten belangrijk is voor de consument. Supermarkten worden vaak bezocht, waarbij nabijheid van belang is. Om supermarkten ook toekomstbestendig te houden is schaalvergroting vaak nodig. Zo ook in Sas van Gent. Beide supermarkten willen uitbreiden om meer service en comfort te bieden in de winkels en zo

behouden te kunnen blijven voor de kern. Door in te spelen op het Belgische kooptoeisme is het aanbod in Sas van Gent relatief groot, waar de inwoners van kunnen profiteren.

4. Analyse dagelijks winkelaanbod Sas van Gent

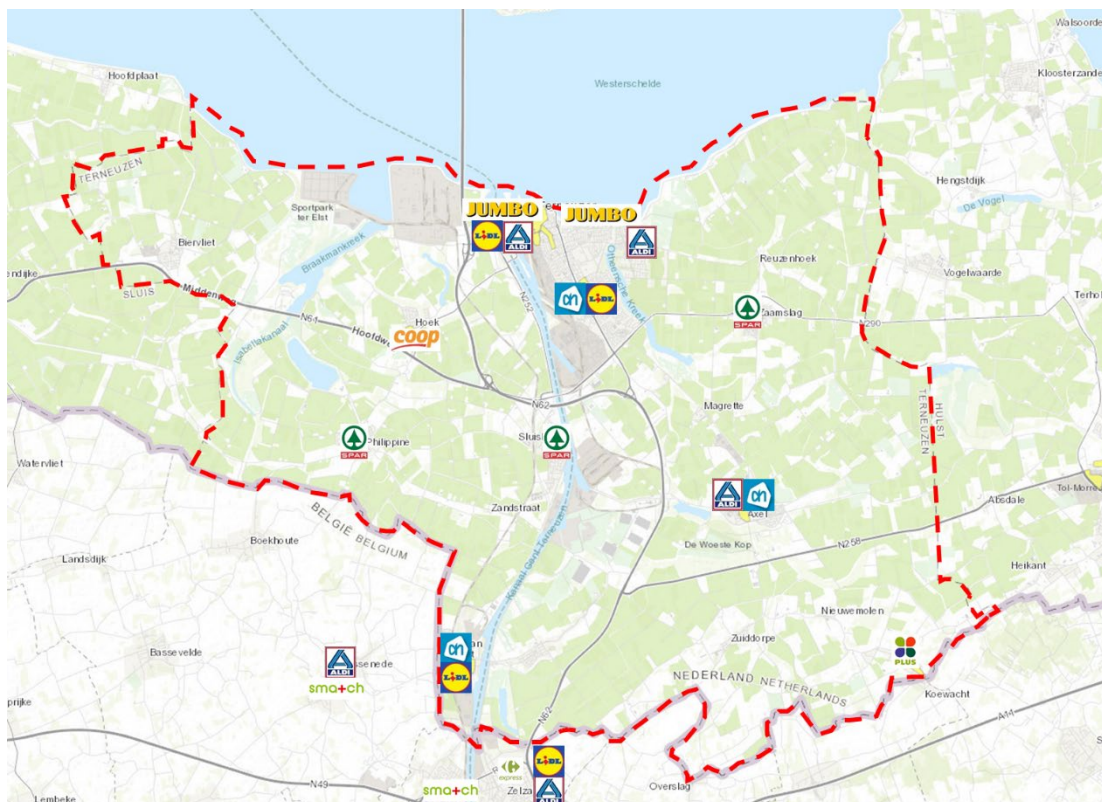
4.1. Dagelijkse goederensector gemeente Terneuzen

De grootste kern in de gemeente Terneuzen is Terneuzen zelf. Deze kern heeft circa 25.000 inwoners (CBS, 2020; gegevens over 2019). Zoals uit het detailhandelsbeleid van de gemeente blijkt is Terneuzen de primaire winkellocatie in de gemeente. Dit is ook terug te zien in de omvang van het winkelaanbod in de dagelijkse goederensector (tabel 4.1). De kern Terneuzen heeft een dagelijks winkelaanbod van 13.188 m² wvo. Dit is ruim 3 keer zo groot als de volgende kern met het grootste aanbod (Axel). Sas van Gent is de derde kern qua omvang van het dagelijks winkelaanbod met 2.616 m² wvo.

Tabel 4.1 Omvang dagelijkse goederensector gemeente Terneuzen (bron: Locatus, 2020)

WOONPLAATS	omvang (m ² wvo)
Terneuzen	13.188
Axel	3.578
Sas Van Gent	2.616
Koewacht	970
Hoek	847
Sluiskil	659
Philippine	484
Zaamslag	471
Westdorpe	376
Biervliet	35
Zuiddorpe	0
gemeente Terneuzen	23.224

Ook uit de verspreiding van het supermarktaanbod blijkt de regioverzorgende functie van de kern Terneuzen (figuur 4.1). De inwoners van Terneuzen hebben beschikking over zeven supermarkten. Axel en Sas van Gent hebben beiden twee supermarkten. In de kern Koewacht is een Plus gevestigd, en een aantal overige kernen hebben een buurtsupermarkt tot hun beschikking.



Figuur 4.1 Supermarktaanbod gemeente Terneuzen (bron: Locatus, 2020; bewerking Rho)

4.2. Analyse dagelijks goederensector Sas van Gent

De kern Sas van Gent heeft momenteel een winkeloppervlak van 2.616 m² wvo aan dagelijks goederen verdeeld over 9 verkooppunten. Het dagelijks winkelaanbod bestaat uit levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisten). De opbouw van het dagelijks winkelaanbod is weergegeven in tabel 4.2.

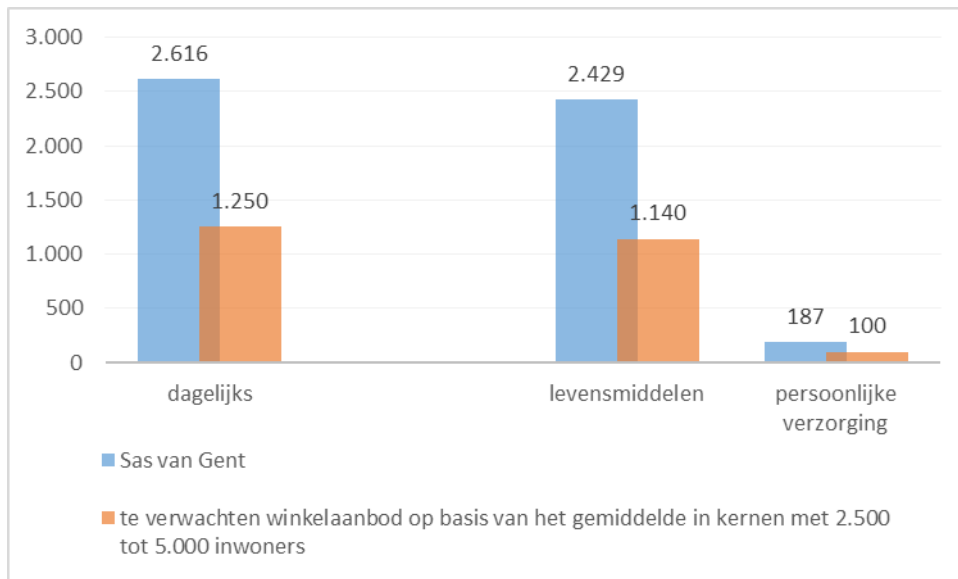
Tabel 4.2 Omvang dagelijks goederensector Sas van Gent (bron: Locatus, 2020)

	aantal winkels	omvang (m ² wvo)
ALBERT HEIJN	1	1.246
LIDL	1	931
supermarkten	2	2.177
speciaalzaken	5	252
levensmiddelen	7	2.429
persoonlijke verzorging	2	187
dagelijkse goederen	9	2.616

Gemiddeld wordt een supermarkt 2 à 3 keer per week bezocht door een consument (Deloitte Consumentenonderzoek, 2019). Circa 83% van het winkelvloeroppervlak aan dagelijks goederen in Sas van Gent wordt ingevuld door supermarkten.

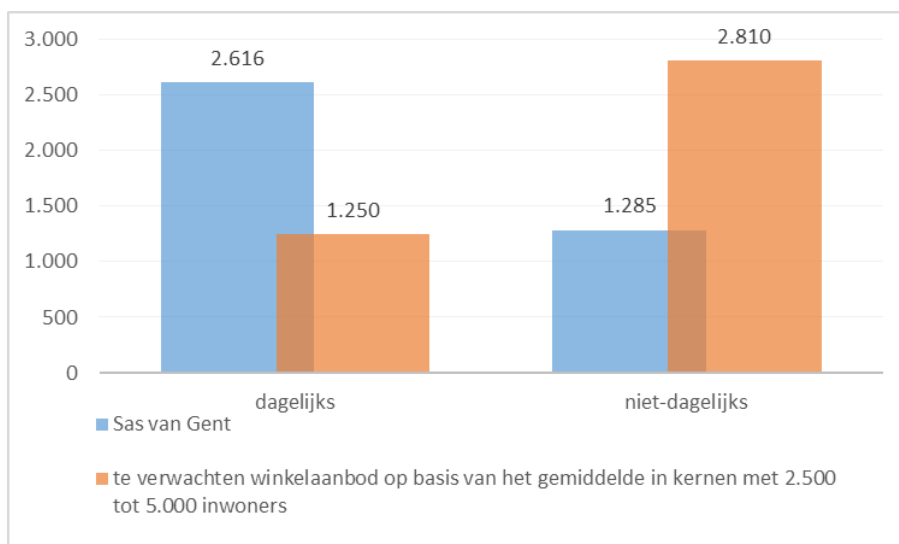
Als het dagelijks winkelaanbod in Sas van Gent wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 2.500 tot 5.000 inwoners wordt geconcludeerd dat het aanbod in Sas van Gent bovengemiddeld is te noemen (figuur 4.2). Het dagelijks winkelaanbod in Sas van Gent is groter dan verwacht zou worden op basis van het landelijke gemiddelde. Dit geldt zowel voor de levensmiddelen als

persoonlijke verzorging. Deze benchmark geeft een indicatie van de marktsituatie en functie van Sas van Gent. Er is sprake van een grote toevloeiing van buiten de kern (tabel 3.1) waardoor de supermarkten op deze manier kunnen functioneren.



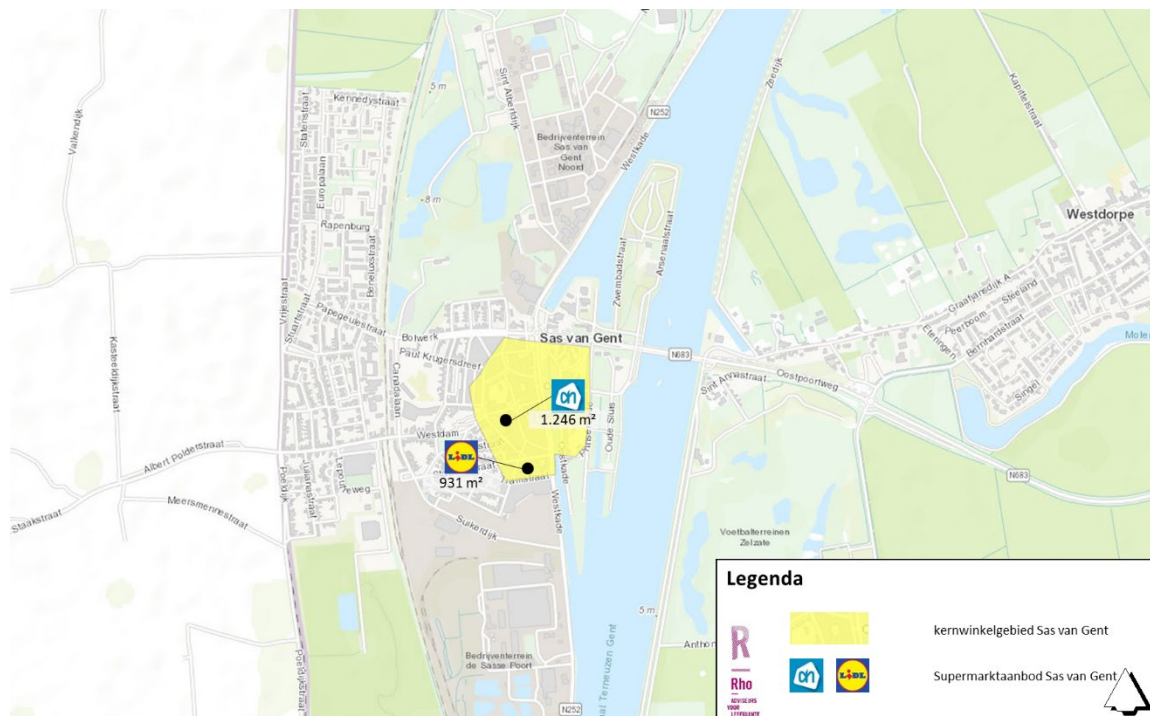
Figuur 4.2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Sas van Gent met het landelijke gemiddelde binnen de inwonersklasse 2.500 tot 5.000 inwoners (bron: Locatus, 2020)

De functie van Sas van Gent als het gaat om boodschappen komt ook duidelijk naar voren in vergelijking met het niet-dagelijks winkelaanbod. In Sas van Gent is het dagelijks winkelaanbod groter dan het niet-dagelijks winkelaanbod. Op basis van het gemiddelde in kernen met een vergelijkbaar inwonertal wordt juist het tegenovergestelde verwacht. Gemiddeld is in Nederland in die kernen het niet-dagelijks winkelaanbod groter dan het dagelijks winkelaanbod (figuur 4.3). Dit komt ook voort uit het gevoerde gemeentelijk beleid waarin Terneuzen de primaire aankoopplaats voor detailhandel is. De overige kernen in de gemeente zijn kernverzorgend of lokaal verzorgend. Uit de figuren 4.2 en 4.3 kan worden opgemaakt dat Sas van Gent voornamelijk een boodschappenfunctie heeft.



Figuur 4.3 Vergelijking dagelijks- en niet-dagelijks winkelaanbod Sas van Gent met het landelijke gemiddelde binnen de inwonersklasse 2.500 tot 5.000 inwoners (bron: Locatus, 2020)

De inwoners van Sas van Gent hebben twee supermarkten tot hun beschikking. De supermarkten Albert Heijn en Lidl zijn in en aan de rand van het centrum gevestigd. (figuur 4.4). Albert Heijn heeft een winkel aan de Wilhelminalaan en heeft een omvang van 1.246 m² wvo. De Lidl aan de Tramstraat is kleiner, met 931 m² wvo. Naast deze supermarkten zijn er ook nog een tweetal drogisterijen en een drankenhandel verspreid over het centrum van Sas van Gent gevestigd. Dit zijn voornamelijk kleinschalige winkels.



Figuur 4.4 Supermarktaanbod Sas van Gent (bron: Locatus, 2020; bewerking Rho)

Supermarktsegmenten

Binnen de dagelijkse goederensector zijn supermarkten de belangrijkste consumententrekkers. Supermarkten kunnen op basis van functie en kenmerken worden ingedeeld in 5 categorieën:

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

Op basis van de inventarisatie van het supermarktaanbod (figuur 3.3) wordt geconcludeerd dat het aanbod in Sas van Gent bestaat uit een full-servicesupermarkt (Albert Heijn) en een goedkope service supermarkt (Lidl). Deze twee supermarktsegmenten zijn complementair, en vullen elkaar dus goed aan zodat voor de inwoners een kwalitatief goed aanbod kan worden geboden. Voor de kwaliteit en compleetheid van het aanbod in Sas van Gent is het dan ook van belang deze twee supermarkten te behouden voor de inwoners.

4.3. Conclusie

Sas van Gent heeft een relatief groot aanbod aan winkels in de dagelijkse goederensector, met name supermarkten. In vergelijking met kernen met een vergelijkbaar inwonertal heeft Sas van Gent een duidelijke boodschappenfunctie. Voor de inwoners van Sas van Gent en omgeving is het dan ook van belang om deze boodschappenfunctie te behouden. Met verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn en Lidl wordt hier aan bijgedragen. De supermarkten zijn door hun positionering in de markt complementair aan elkaar. Op de Sasse Poort kan op deze manier een kwalitatief sterk boodschappencluster gerealiseerd worden.

5. Marktanalyse dagelijkse goederensector Sas van Gent

Om nieuwe supermarktontwikkelingen te kunnen beoordelen is een actueel distributieplanologisch marktonderzoek (dpo) benodigd. Hieronder zijn de uitgangspunten van het dpo nader toegelicht.

Aantal inwoners

De kern Sas van Gent heeft momenteel 3.525 inwoners (CBS, 2020; gegevens over 2019). De provincie Zeeland stelt ongeveer elke drie jaar een nieuwe prognose voor bevolking en huishoudens op. Er zijn in Nederland twee nationale bevolkingsprognosemodellen met uitkomsten op regionaal niveau: Primos en PEARL. De prognosemodellen kennen verschillen in opbouw en aannames waardoor de uitkomsten ook verschillen. De Provincie Zeeland maakt al jaren een eigen prognose. Dit onder andere omdat met een eigen prognose methodieken kunnen worden gebruikt die beter passen bij de regionale omstandigheden dan een landelijk toegepaste methodiek. De trend in de bevolkingsontwikkeling in Zeeland van de afgelopen jaren wordt voortgezet. Volgens de prognose zal de bevolking van Zeeland niet krimpen tot 2040. De groei neemt toe tot in het jaar 2026 waarna de groei langzaam afneemt. In de provinciale bevolkingsprognose is voor de gemeente Terneuzen de verwachting dat in de periode 2019-2030 het aantal inwoners zal toenemen met circa 500.

Echter, in Sas van Gent is er geen sprake van nieuwbouwprojecten op basis waarvan het inwonertal in Sas van Gent zal toenemen. De verwachting is dan ook dat de groei voornamelijk in de kern Terneuzen zal plaatsvinden. Voor de komende planperiode wordt daarom voor de kern Sas van Gent uitgegaan van een stabiel inwonertal.

Gemiddelde besteding dagelijkse goederen

In de Notitie Omzetkengetallen (2020; gegevens over 2019) wordt een onderscheid gemaakt in de totale bestedingen per branche (fysieke winkels, omni-channel en pure webwinkels) en de winkelbestedingen per branche. In het voorgaande is geconcludeerd dat boodschappen doen via het internetkanaal aan populariteit toeneemt. Wat precies het effect zal zijn op de bestedingen is nog niet bekend, maar voor de distributieplanologische analyse zal worden uitgegaan van de (fysieke) winkelbestedingen per persoon in de dagelijkse goederensector. De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2018 € 2.602,- per persoon (Notitie Omzetkengetallen 2020; raming Panteia o.b.v. CBS en Locatus). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in Sas van Gent ligt ruim 16% lager dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2020; gegevens over 2018). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in Sas van Gent is daardoor circa 6,6% lager dan het Nederlandse gemiddelde en bedraagt € 2.430,-.

Koopstromen

Voor de gemeente Terneuzen en de kern Sas van Gent zijn geen koopstroomgegevens beschikbaar. Om toch een beeld te krijgen van het functioneren van de dagelijkse goederensector in Sas van Gent is gebruik gemaakt van klantherkomstgegevens van de Albert Heijn in Sas van Gent (tabel 3.1). Deze gegevens kunnen als representatief worden beschouwd voor de dagelijkse goederensector in Sas van Gent, waar Albert Heijn als full-servicesupermarkt een belangrijke functie heeft.

Uit deze gegevens is op te maken dat slechts 40,6% van de omzet uit de eigen kern komt. Dit betekent dat 59,4% van buiten de eigen kern komt. De koopkrachttoevoeding is dus circa 60%. De komende

planperiode zal als gevolg van de verplaatsing en modernisering van de supermarkten het dagelijks winkelaanbod aantrekkelijker worden. De verwachting is dat de koopkrachttoevloeiing toe kan nemen tot 65%.

De koopkrachtbinding is op basis van eigen expertise ingeschat. Sas van Gent heeft een nagenoeg compleet supermarktaanbod met complementaire supermarkten. De omliggende kernen in Nederland beschikken voornamelijk over buurtsupermarkten of niet-aanvullend aanbod. Axel beschikt wel over een Aldi, die als harddiscounter een specifieke positionering heeft. Over de grens in België zijn in Zelzate en Assenende ook een aantal supermarkten gevestigd, maar hier gelden dezelfde prijsverschillen waardoor veel Belgen in Nederland boodschappen doen. Geconcludeerd wordt dat de inwoners van Sas van Gent niet veel reden hebben om elders boodschappen te doen. Voor slechts enkele aanvullende boodschappen zal buiten de kern aankopen worden gedaan. De koopkrachtbinding wordt hoog ingeschat, op 90%. Als gevolg van de modernisering van het supermarktaanbod en de verbeterde bereikbaarheid en parkeersituatie kan de koopkrachtbinding iets toenemen tot 92%.

Gemiddelde omzet per m² aan dagelijkse goederen

De gemiddelde omzet per m² (vloerproductiviteit) in de dagelijkse goederensector bedraagt in Nederland €7.564,- (Notitie Omzetkengetallen 2020, gegevens over 2015-2019).

Omvang winkelaanbod

Momenteel heeft de dagelijkse goederensector in Sas van Gent een omvang van 2.616 m² wvo (Locatus, 2020). Voor de komende planperiode wordt rekening gehouden met de uitbreiding van Albert Heijn en Lidl met 1.100 m² wvo.

Tabel 5.1 Distributieplanologische marktberkening

	2020	2030	bron
inwonertal marktgebied	3.525	3.525	CBS, 2020
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW gecorrigeerd naar inkomen)	€ 2.430	€ 2.430	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
bestedingspotentieel	€ 8.570.000	€ 8.620.000	
koopkrachtbinding (%)	90%	92%	inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€ 7.710.000	€ 7.880.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	60%	65%	klantherkomstgegevens AH
koopkrachttoevloeiing €	€ 11.570.000	€ 14.630.000	
totale omzet in marktgebied	€ 19.280.000	€ 22.510.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo (excl. BTW)	€ 7.564	€ 7.564	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2015-2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m² wvo)	2.560	2.980	
omvang winkelaanbod (m² wvo)	2.616	2.616	Locatus, 2020
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 7.370	€ 8.600	
omzetclaim marktgebied	€ 19.790.000	€ 19.790.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	-3%	14%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ -510.000	€ 2.720.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	-70	400	
ontwikkeling Lidl + AH	-	1.100	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	-70	-700	
toekomstige omzet ten opzichte van het gemiddelde	-3%	-20%	

Uit de marktruimteberekening blijkt dat de dagelijkse goederensector van Sas van Gent in de huidige situatie in evenwicht is. De sector presteert iets benedengemiddeld, de totale omzet in het marktgebied is iets lager dan de verwachte omzetclaim. Als gevolg van de beoogde ontwikkeling zal de komende planperiode de totale omzet in het marktgebied groeien. Dit betekent dat er ruimte voor ontwikkeling ontstaat. De indicatieve marktruimte is berekend op circa 400 m² wvo. De beoogde ontwikkeling betreft een uitbreiding van het supermarktaanbod met circa 1.100 m² wvo. Een deel van de uitbreiding valt dus buiten de berekende indicatieve marktruimte.

Kwaliteit boven kwantiteit

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

Hier wordt aan toegevoegd dat de beoogde uitbreiding van Albert Heijn en Lidl niet gericht is op een (recht)evenredige groei van de omzet, en daarmee klanten, als gevolg van de uitbreiding in winkelmeters. Met de uitbreiding wordt meer service en comfort aan de winkel toegevoegd, rekening houdend met de veranderende wensen van de consument. Met de uitbreiding is er meer ruimte voor het assortiment, meer aandacht voor versproducten en bredere gangpaden. Dit komt ten goede aan de kwaliteit van de winkel en daarbij aan de kwaliteit van het winkelaanbod. Daarnaast kan ook de logistiek efficiënter plaatsvinden door vergroting van de magazijnen. Voor de consument worden een kwalitatief betere winkels gerealiseerd, waardoor de supermarkten op langere termijn behouden kan blijven voor de inwoners van Sas van Gent.

In navolgend hoofdstuk wordt de locatieafweging en de kwalitatieve afweging in relatie tot het detailhandelsbeleid toegelicht.

6. Locatieafweging in relatie tot beleid

Om te komen tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging, rekening houdend met het vigerende beleidskader (hoofdstuk 2), is een locatiestudie uitgevoerd. Het provinciale beleid gaat in principe uit van concentratie van winkels in de kernwinkelgebieden. De nieuwe ontwikkellocatie op de Sasse Poort is momenteel geen onderdeel van het kernwinkelgebied. Met de locatieafweging is rekening gehouden met de voorkeursvolgorde van het provinciaal beleid door de mogelijkheden voor de verplaatsing en/of uitbreiding binnen het centrumgebied te verkennen.

6.1. Knelpunten huidige locatie

De aanleiding voor de beoogde ontwikkeling (verplaatsing van de twee supermarkten naar de Sasse Poort, in combinatie met de herontwikkeling van de huidige supermarktlocaties naar woningbouw) is de wens tot schaalvergroting en modernisering van Albert Heijn en Lidl. Albert Heijn is momenteel gevestigd aan de Wilhelminalaan en Lidl aan de Tramstraat (figuur 6.1).



Figuur 6.1 Ligging en uitstraling Albert Heijn en Lidl (bron: Luchtfoto Kadaster, 2019 & Google Streetview, 2009/2019)

De twee supermarkten zijn in de huidige situatie te klein. Met een oppervlak van 1.246 m² wvo van Albert Heijn en 931 m² wvo van Lidl kunnen de winkels niet meer voldoen aan de wensen van de moderne consument. Nieuwe supermarkten hebben tegenwoordig meer aandacht voor service en comfort voor de klanten door onder andere bredere gangpaden, ruimere opstellingen, meer ruimte voor versproducten

en meer aandacht voor duurzaamheidstoepassingen. Om de consument meer service en comfort te kunnen bieden zijn ruimere winkels benodigd met een groter vloeroppervlak. Het vergroten van de winkel en bijbehorende modernisering is de primaire aanleiding voor de beoogde ontwikkeling.

Daarnaast speelt er ook een aantal andere zaken waardoor een verplaatsing gewenst is. Door de ligging van de supermarkten in het centrum, van met name Albert Heijn, is er sprake van veel verkeer in de woonstraten in het centrum. De straten in Sas van Gent zijn relatief smal. Een hoge verkeersintensiteit is minder passend bij het profiel van de wegenstructuur. Daarbij speelt mee dat de supermarkten voor een groot deel door klanten uit België bezocht worden, en deze bezoekers dus door het centrum moeten rijden. Naast bezoekers van de supermarkten moeten ook de vrachtwagens die de winkels bevoorraden door de smalle straten rijden. In het geval van Lidl moeten de vrachtwagens op straat laden en lossen.

De ruimtelijke kwaliteit rondom de supermarkten is niet hoog. Albert Heijn heeft een gesloten achterzijde aan de kant van de Markt. Hierdoor heeft deze straat in het centrum minder verblijfskwaliteit. Ook aan de voorzijde van de winkel oogt de ruimte rommelig door het gebruik voor parkeren en afvalverzameling. Ook is er voor bezoekers van Albert Heijn extra parkeergelegenheid aan de overzijde van de Wilhelminalaan. Dat betekent wel dat zij de Wilhelminalaan moeten oversteken met karretje om van de winkel naar de auto te komen.

6.2. Locatieafweging

Albert Heijn wil uitbreiden naar circa 1.840 m² wvo en Lidl naar circa 1.440 m² wvo, beiden met daarbij voldoende parkeergelegenheid en een goede bereikbaarheid.

6.2.1. Leegstandanalyse

In het kader van een zorgvuldige ruimtelijke afweging is allereerst gekeken naar de bestaande winkelleegstand, binnen de huidige winkelstructuur (beleidsmatige voorkeursvolgorde).

Sas van Gent heeft door het veranderde kooptoerisme en door het veranderde koopgedrag te maken gehad met een krimpend winkelaanbod. Waar Sas van Gent van oudsher een groot, op Belgen gericht bankenaanbod had en de daarmee samenhangende winkels en horeca, is dit aanbod gekrompen en heeft Sas van Gent nu nog vooral een functie voor de eigen inwoners en de omgeving én van oudsher een rol voor het doen van (goedkope) boodschappen door Belgen. Deze trends en ontwikkelingen heeft de afgelopen 10 jaar plaatsgevonden en heeft geresulteerd in een relatief hoge leegstand van winkels.

In tabel 5.1 is de leegstand in Sas van Gent geïnventariseerd. Het gaat hierbij om het aandeel in het totaal commercieel aanbod (detailhandel, horeca, dienstverlening). Uit deze inventarisatie blijkt dat momenteel 16,7% van de panden in Sas van Gent leegstaat. De leegstand in winkelmeters is nog hoger (circa 30%). Deze percentages liggen hoger dan het landelijke gemiddelde van kernen tussen de 2.500 en 5.000 inwoners en het provinciaal en gemeentelijk gemiddelde. De gemiddelde omvang per leegstand pand in de kern Sas van Gent bedraagt 235 m² wvo (Locatus, 2020). De gemiddelde omvang van leegstaande panden in de provincie Zeeland en de gemeente Terneuzen ligt iets hoger.

Tabel 5.1 Leegstand Sas van Gent (bron: Locatus, 2020)

	verkooppunten			omvang (m ² wvo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
provincie Zeeland	6.544	508	7,8%	1.315.255	127.488	9,7%
gemeente Terneuzen	851	123	14,5%	183.125	32.150	17,6%
Sas van Gent	67	12	17,9%	9.332	2.814	30,2%
te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 2.500 tot 5.000 inwoners	40	2	5,0%	6530	360	5,5%

De leegstaande panden zijn zowel qua omvang als qua ligging en aanwezigheid van parkeerruimte niet geschikt voor de supermarkten om zich in te vestigen. De leegstand is versnipperd over verschillende kleinere panden.

In het centrumgebied van Sas van Gent worden momenteel ook geen winkelpanden te koop of te huur aangeboden die een voldoende groot oppervlak hebben voor realisatie van een supermarkt met bijbehorend parkeren.

6.2.2. Locatieafweging

In de bestaande leegstand zijn geen mogelijkheden om twee moderne supermarkten te realiseren. De vervolgstap is om te verkennen of binnen het huidige kernwinkelgebied hiervoor ruimte is.

Het centrum van Sas van Gent is kleinschalig en dichtbebouwd. Er zijn dan ook niet veel plekken in het centrumgebied die de ruimte bieden voor een grootschalige winkel met bijbehorende parkeergelegenheid.

In het kernwinkelgebied (figuur 6.2) is nog een aantal onbebouwde percelen te vinden.

- Het betreft allereerst de gronden rondom de huidige supermarkten (locatie 1 en 2). De parkeerterreinen bieden ruimte voor uitbreiding van de winkels. Echter, een uitbreiding op die plaats gaat ten koste van de benodigde parkeergelegenheid voor de klanten, waar met een uitbreiding juist meer parkeermogelijkheden benodigd zijn. Uitbreiding op de huidige locatie is voor beide supermarkten dus geen realistische mogelijkheid.
- Een andere mogelijkheid is het Keizer Karelplein (locatie 3). Het plein zelf heeft een oppervlakte van circa 3.000 m². Dit is onvoldoende ruimte voor het realiseren van één supermarkt inclusief parkeren en ruimte voor bevoorrading. Hiervoor is ca. 7.000 m² ruimte nodig, wanneer het terrein efficiënt kan worden ingedeeld. Bovendien wordt dit plein nu gebruikt voor de weekmarkt van Sas van Gent. Elders in Sas van Gent is niet een locatie met een dergelijk oppervlak voor een weekmarkt beschikbaar. Deze locatie valt daarom af.



Figuur 6.2 Verkenning uitbreidingsmogelijkheden supermarkten Sas van Gent in kernwinkelgebied (ondergrond: Luchtfoto Kadaster, 2019; bewerking Rho)

Geconcludeerd kan worden dat binnen het huidige kernwinkelgebied geen alternatieven zijn voor uitbreiding of verplaatsing van beide supermarkten. Dit betekent dat er gekeken moet worden naar alternatieve locaties buiten of aansluitend aan het kernwinkelgebied die aansluiten bij het provinciaal en gemeentelijk beleid.

6.2.3. Alternatieve locatie: Sasse Poort

De beoogde ontwikkeling betreft de verplaatsing en uitbreiding van de supermarkten Albert Heijn en Lidl naar de Sasse Poort. Deze locatie sluit aan op het huidige kernwinkelgebied. De locatie ligt op circa 70 meter afstand van de huidige Lidl en op circa 250 meter afstand van de huidige Albert Heijn. In het huidige bestemmingsplan 'Sas van Gent' is een wijzigingsbevoegdheid opgenomen dat op deze locatie de gronden gewijzigd kunnen worden voor detailhandelsmogelijkheden. Wel onder voorwaarde dat de huidige detailhandelsstructuur niet in ruime mate negatief beïnvloed wordt. Met deze mogelijkheid in het bestemmingsplan wordt aangegeven dat dit een geschikte locatie kan zijn voor detailhandel met een goede onderbouwing.

Met de beoogde ontwikkeling vindt op een aantal onderdelen verbetering van de ruimtelijke kwaliteit op de Sasse Poort en het centrum van Sas van Gent plaats:

- De Wilhelminalaan en de Tramstraat krijgen een duidelijker profiel. In plaats van parkeervelden komen er woningen in de rooilijn. Met de beoogde ontwikkeling wordt dus geen leegstand achtergelaten.
- De gesloten achtergevel van de Albert Heijn maakt plaats voor voorzijden van woningen. Hierdoor wordt de straat aantrekkelijker als verbinding met de Markt.
- Ook draagt de ontwikkeling van woningen bij aan een prettig woon- en leefklimaat doordat de verkeersdruk in het centrum afneemt. Bezoekers van de supermarkten hoeven niet meer door de woonstraten te rijden, net als de vrachtwagens voor de bevoorrading.
- De oude fabriekslocatie Sasse Poort (voormalige CSM locatie) wordt weer in gebruik genomen. Met de beoogde invulling wordt de locatie opgewaardeerd en vormt als zichtlocatie een kwalitatieve entree naar Sas van Gent.

6.2.4. Nieuwe detailhandelsstructuur

In het vigerende bestemmingsplan 'Sas van Gent' is opgenomen dat op de Sasse Poort de gronden voor detailhandel gebruikt mogen worden, indien deze geen negatieve invloed heeft op de huidige detailhandelsstructuur. Ook in het provinciaal en gemeentelijk beleid is opgenomen dat nieuwe ontwikkelingen moeten bijdragen aan de structuur.

Met de beoogde ontwikkeling is niet zozeer sprake van een versterking van de huidige detailhandelsstructuur, als wel van de ontwikkeling van een nieuwe, toekomstbestendige detailhandelsstructuur. In de huidige vorm is de detailhandelsstructuur niet voor de lange termijn houdbaar. De huidige supermarkten zijn te klein om duurzaam-economisch te functioneren, het centrum heeft veel leegstand, en de ruimtelijke kwaliteit is niet optimaal. De beoogde ontwikkeling kan bijdragen aan een verbetering van de ruimtelijke kwaliteit in zijn geheel en de versterking van het dagelijks winkelaanbod in Sas van Gent. Het behoud van een sterk dagelijks winkelaanbod is van belang voor Sas van Gent om de leefbaarheid in de kern te behouden. De beperkt regionale verzorgende functie (onder andere de aantrekking vanuit België) kan hiermee verder versterkt worden.

De nieuwe detailhandelsstructuur ziet er als volgt uit (figuur 6.3). Met de ontwikkeling van de supermarkten op de Sasse Poort ontstaat een duidelijk onderscheid tussen grootwinkelbedrijven aan de rand van het centrum en de kleinschaligere speciaalzaken in het kernwinkelgebied. Op deze manier hebben beide gebieden een duidelijker profiel, vanuit een verschillend bezoekmotief. Daarnaast blijft de link bestaan tussen het kernwinkelgebied en de Sasse Poort door de realisatie van een langzaamveersverbinding tussen de Sasse Poort en de Tramstraat met het centrum.



Figuur 6.3 Nieuwe detailhandelsstructuur Sas van Gent (ondergrond: Luchtfoto Kadaster, 2019; bewerking Rho)

6.3. Conclusie

Het provinciaal en gemeentelijk beleid gaat uit van concentratie van detailhandel binnen de huidige kernwinkelgebieden. Binnen dit beleid is afwegingsruimte als het gaat om supermarkten die ruimtelijk gezien niet passen binnen de structuur. Binnen het huidige kernwinkelgebied van Sas van Gent zijn geen mogelijkheden voor uitbreiding of verplaatsing van de supermarkten. Op de huidige locaties van Albert Heijn en Lidl gaat een uitbreiding gepaard met een afname van parkeergelegenheid, wat ongewenst is. Ook op overige locaties in het kernwinkelgebied zijn geen mogelijkheden voor ontwikkeling. De locatie aan de Sasse Poort biedt wel voldoende ontwikkelingsruimte voor twee moderne supermarkten met voldoende parkeren. Daarmee kan bovendien de ruimtelijke kwaliteit van zowel de Sasse Poort als de huidige supermarktlocaties verbeterd worden. Met de ontwikkeling ontstaat een nieuwe toekomstbestendige detailhandelstructuur met de wat kleinschaligere winkels in het centrum van Sas van Gent en een boodschappengebied op de Sasse Poort.

7. Conclusie

In deze rapportage is de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn en Lidl beoordeeld in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking. In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste conclusies opgenomen.

7.1. Behoefte

In hoofdstuk 4 en 5 is geconcludeerd dat er behoefte is aan de herontwikkeling van de Sasse Poort in Sas van Gent. Om duurzaam-economisch te kunnen blijven functioneren moeten Albert Heijn en Lidl uitbreiden. Om een compleet kwalitatief supermarktaanbod te kunnen blijven bieden is het belangrijk om zowel Albert Heijn en Lidl als complementaire supermarkten te behouden voor de inwoners van Sas van Gent. De consument heeft behoefte aan een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op aanvaardbare afstand. Voornamelijk omdat Sas van Gent een belangrijke boodschappenfunctie heeft. Door de ligging aan de grens met België worden de supermarkten ook veel bezocht door Belgische consumenten. De omvang van het aanbod kan daardoor groter zijn dan verwacht zou worden op basis van het gemiddelde in Nederland.

Uit het distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat de dagelijkse goederensector in de huidige situatie evenwichtig is. Als gevolg van de beoogde ontwikkeling zal er ontwikkelingsruimte ontstaan. De indicatieve marktruimte is minder dan de beoogde uitbreiding van het aanbod. Echter, er worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het dagelijkse goederenaanbod in Sas van Gent. De huidige ondernemers zijn al bekend met Albert Heijn en Lidl in het marktgebied. Voor de consument in Sas van Gent betekent de ontwikkeling van Albert Heijn en Lidl voornamelijk een kwalitatieve verbetering van het supermarktaanbod. De ontwikkeling is niet direct gericht op een recht evenredige groei van de omzet, maar een verbetering van de service en het comfort in de winkels. Met de uitbreiding en modernisering is onder andere aandacht voor meer ruimte voor het assortiment en bredere gangpaden. Daarmee worden kwalitatief betere supermarkten gerealiseerd die ook op de lange termijn behouden kunnen blijven voor de inwoners van Sas van Gent.

7.2. Locatieafweging

Hoewel het provinciale – en gemeentelijke detailhandelsbeleid is gericht op de versterking van de bestaande winkelstructuur biedt het beleid aanknopingspunten om Albert Heijn en Lidl te faciliteren aan de rand van het huidige kernwinkelgebied.

Voor het behoud van het voorzieningenaanbod is het wel van belang de supermarkten te behouden voor de consumenten in Sas van Gent en omgeving. De huidige winkels van Albert Heijn en Lidl in het centrum van Sas van Gent zijn geen duurzame vestigingslocatie meer. De winkels zijn te klein en voldoen niet meer aan de wensen van de moderne consument. Bovendien laat de ruimtelijke kwaliteit te wensen over en is de manier van bevoorrading zoals deze nu gebeurt niet gewenst. Op de huidige locatie kunnen de supermarkten dus op termijn niet meer functioneren, verplaatsing is benodigd.

In hoofdstuk 6 is aangetoond dat op de huidige locaties van de supermarkten geen mogelijkheden zijn voor uitbreiding. Uitbreiding zou ten koste gaan van de juist benodigde parkeergelegenheid. Ook in het

kernwinkelgebied van Sas van Gent zijn geen mogelijkheden voor de ontwikkeling van supermarkten. Geconcludeerd wordt dat exploitatie van een supermarkt binnen de huidige structuur in het centrum niet mogelijk is.

Vanuit ruimtelijk oogpunt is de Sasse Poort een geschikte alternatieve locatie. De locatie is in het vigerende bestemmingsplan reeds aangemerkt als mogelijke detailhandelslocatie. Indien de detailhandelsstructuur niet negatief beïnvloed wordt. De verplaatsing van de supermarkten maakt onderdeel uit van een algehele herontwikkeling van zowel de Sasse Poort als de huidige supermarktlocaties. Door verplaatsing van de supermarkten kan op deze locaties de ruimtelijke kwaliteit verbeterd worden. Hier worden woningen gerealiseerd, beter passend bij de functie van de woonstraten. Met een groene langzaamverkeersverbinding is er een verbinding tussen de Sasse Poort en het centrum van Sas van Gent. Door de supermarkten te concentreren aan de rand van het centrum ontstaat een duidelijke profilering van de winkelgebieden. Het historische centrum biedt voornamelijk kleinschalige winkels, speciaalzaken en niet-dagelijkse winkels. Op de Sasse Poort is meer ruimte voor meer grootschaligere winkels met voldoende ruimte voor parkeren. Zo ontstaat een duidelijk boodschappen gebied als nieuwe zuidelijke entree voor Sas van Gent. Met deze nieuwe structuur ontstaat er een toekomstbestendige detailhandelsstructuur voor Sas van Gent.

7.3. Conclusie

Geconcludeerd wordt dat de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn en Lidl voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Met de ontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik.