

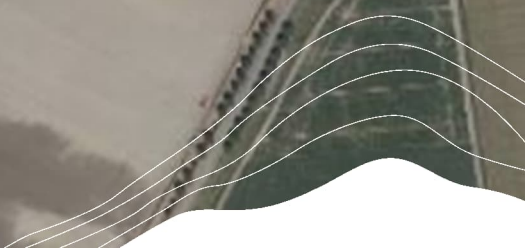
An aerial photograph of a residential area, likely in the Netherlands, showing a dense cluster of houses with red-tiled roofs. A river or canal flows through the center of the area. To the right, there are large industrial or commercial buildings. The text is overlaid on the top left of the image.

VERPLAATSING LIDL SINT-MAARTENSDIJK

Onderbouwing behoefte en
locatieafweging

30 oktober 2024

RHO ADVISEURS

A decorative white wavy line graphic in the bottom right corner of the page.

RHO ADVISEURS

DATUM	30 oktober 2024
KENMERK	20240421/159576/
PROJECT	Verplaatsing Lidl Sint-Maartensdijk
PROJECTLEIDER	L. ten Braak MSc
OPDRACHTGEVER	Ten Brinke Poortier Romein Projecten BV
PROJECTNUMMER	20240421
AUTEUR	Julia Breukelman
STATUS	Definitief



SAMENVATTING

OPGAVE

Lidl heeft aan de Markt, in het centrum van Sint-Maartensdijk, een supermarkt. Deze winkel heeft een winkelvloeroppervlak (wvo) van 867 m² wvo en een bruto vloeroppervlak (bvo) van 1.224 m² bvo. Deze voldoet niet meer aan de eisen die de consument én Lidl zelf stellen aan een moderne supermarkt:

- de supermarkt is te klein;
- de bereikbaarheid is niet optimaal;
- er is te weinig parkeergelegenheid.

Om ook in de toekomst duurzaam te kunnen functioneren is het gewenst om de winkel en het aantal parkeerplaatsen bij de winkel uit te breiden. Op de huidige locatie is daar geen ruimte voor.

In samenspraak met de gemeente is daarom gezocht naar alternatieve locaties. Uiteindelijk is de locatie Sportlaan/Verbindingsweg als beste locatie naar voren gekomen. Op deze locatie kan een moderne supermarkt gerealiseerd worden van ruim 1.375 m² wvo, in combinatie met voldoende ruimte voor parkeren en laden en lossen op eigen terrein.

VRAAGSTELLING

Het ruimtelijk afwegingskader voor een stedelijke ontwikkeling is de ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag (in dit geval de gemeente Tholen) moet het mogelijk maken van deze stedelijke ontwikkeling motiveren op basis van de vereisten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Het betreft twee aspecten:

1. aangetoond moet worden dat er behoefte is aan de betreffende ontwikkeling;
2. aangetoond moet worden dat onderzocht is of de ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied kan worden gesitueerd, alvorens de mogelijkheid wordt geboden om de ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied mogelijk te maken (de zogenoemde voorkeursvolgorde in de locatieafweging).

Daarnaast is het van belang om te toetsen in hoeverre de beoogde ontwikkeling past binnen de beleidskaders van het gemeentelijke en provinciale beleid.

CONCLUSIES

De kwantitatieve behoefte is aangetoond.

Duidelijk is dat de huidige winkel van Lidl te klein is met een omvang van 867 m² wvo. De uitgevoerde distributieplanologische analyse laat zien dat er marktruimte is voor uitbreiding van het dagelijks winkelaanbod. Er zijn geen negatieve effecten in de vorm van relevante leegstand te verwachten als gevolg van de uitbreiding van Lidl. Bovendien betreft het een uitbreiding van een bestaande winkel, waarvan zowel ondernemers als consumenten bekend zijn met de supermarkt in het marktgebied.

De ontwikkeling heeft kwalitatieve meerwaarde

Het is voor het voorzieningenniveau van belang dat Lidl wordt behouden voor de consumenten van Sint-Maartensdijk en de gemeente Tholen. Door de beoogde ontwikkeling worden actuele problemen ten aanzien van parkeren en gevaarlijke situaties bij de bevoorrading opgelost en wordt het mogelijk om een moderne (service) discounter te behouden en uit te bouwen voor de consumenten van Tholen.

De beoogde ontwikkeling past niet binnen de bestaande leegstand en is beleidsmatig mogelijk

Uit onderzoek is gebleken dat de beoogde ontwikkeling niet te realiseren is door het her-invullen van leegstaande panden. In de ontwerp omgevingsvisie is vormt de beoogde locatie een onderdeel van het “mogelijke transformatiegebied”.



Dit gebied zou zich kunnen ontwikkelen als gemengd gebied met een mix van wonen, grootschalige functies die niet meer in de binnenstad passen. Het verplaatsen van de Lidl past binnen deze omschrijving.

Hoewel het verplaatsen van een supermarkt naar een bedrijventerrein (c.q. mogelijk transformatie gebied) niet als eerste optie past binnen het gemeentelijk en provinciale beleid, biedt zowel het gemeentelijk als provinciaal beleid de mogelijkheid om, als maatwerk en bij het aantoonbaar ontbreken van geschikte mogelijkheden binnen het kernwinkelgebied, tot deze verplaatsing. De verplaatsing van Lidl vindt plaats binnen bestaand stedelijk gebied. Een nu nog leeg perceel wordt ingevuld met een toekomstbestendige functie. De ontwikkeling gaat daarmee uit van zorgvuldig ruimtegebruik. In de ontwerp omgevingsvisie wordt hier op voorgesorteerd.

De conclusie is derhalve dat er behoefte is aan de beoogde ontwikkeling en dat met de herontwikkeling sprake is van zorgvuldig ruimtegebruik in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.

INHOUD

Samenvatting	3
1. inleiding	6
1.1 Vraagstelling	7
1.2 Leeswijzer	7
2. Kwantitatieve behoefte - distributieplanologische analyse	8
2.1 Benchmarkanalyse winkelaanbod	8
2.2 Uitgangspunten distributieplanologische analyse	9
2.3 Distributieplanologische analyse	12
3. Analyse kwalitatieve behoefte	14
3.1 Meerwaarde van de beoogde ontwikkeling	14
3.2 Meerwaarde Lidl formule voor het winkelaanbod op Tholen	15
4. Locatieafweging	17
4.1 Is de beoogde ontwikkeling mogelijk door het invullen van leegstaande panden?	17
4.2 Past de beoogde ontwikkeling binnen de beleidskaders?	18
Bijlage 1 Berekening gemiddelde omzet per m² wvo van het aanwezig en beoogd winkelaanbod in Sint Maartensdijk	20
Bijlage 2 Berekening koopkrachttoevloeiing	20

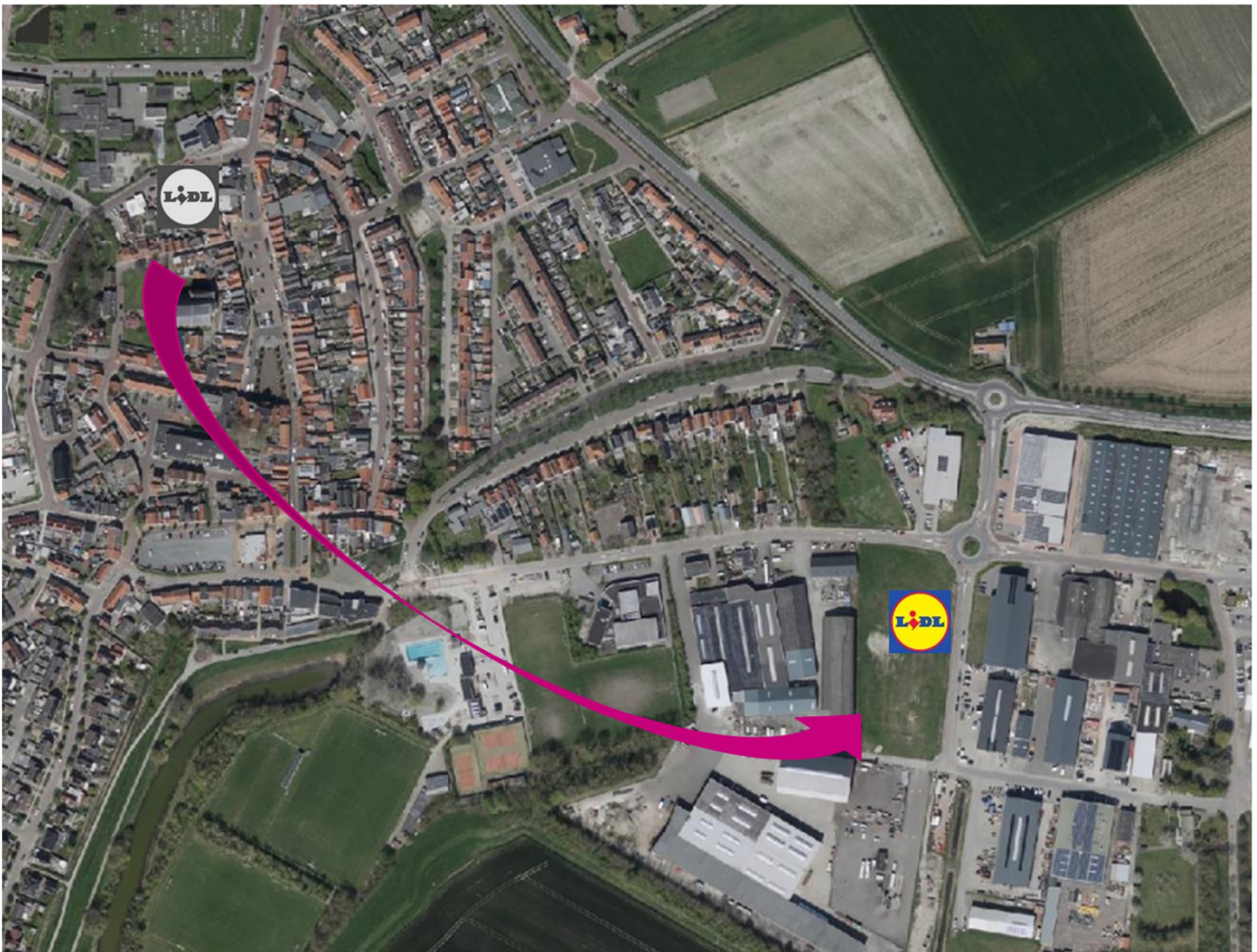
1. INLEIDING

Lidl heeft aan de Markt, in het centrum van Sint-Maartensdijk, een supermarkt. Deze winkel heeft een winkelvloeroppervlak (wvo) van 867 m² wvo en een bruto vloeroppervlak (bvo) van 1.224 m² bvo. Deze voldoet niet meer aan de eisen die de consument én Lidl zelf stellen aan een moderne supermarkt:

- de supermarkt is te klein;
- de bereikbaarheid is niet optimaal;
- er is te weinig parkeergelegenheid.

Om ook in de toekomst duurzaam te kunnen functioneren is het gewenst om de winkel en het aantal parkeerplaatsen bij de winkel uit te breiden. Op de huidige locatie is daar geen ruimte voor.

In samenspraak met de gemeente is daarom gezocht naar alternatieve locaties. Uiteindelijk is de locatie Sportlaan/Nijverheidsweg als beste locatie naar voren gekomen. Op deze locatie kan een moderne supermarkt gerealiseerd worden van ruim 1.375 m² wvo, in combinatie met voldoende ruimte voor parkeren en laden en lossen op eigen terrein.



Figuur 1.1 Verplaatsing Lidl in Sint-Maartensdijk (ondergrond: Luchtfoto Kadaster, 2024; bewerking Rho)

1.1 Vraagstelling

Wanneer een bestemmingsplan voorziet in een planologische uitbreiding van een functie met meer dan 500 m² bvo wordt dit aangemerkt als stedelijke ontwikkeling (ECLI:NL:RVS:2017:1724). De huidige Lidl heeft een omvang van 1.224 m² bvo. De nieuwe supermarkt zal 1.990 m² bvo worden. De supermarktmogelijkheid van de huidige locatie zal worden gesaneerd. Dat betekent dat het supermarktaanbod zal worden uitgebreid met 766 m² bvo. Dat betekent dat de ontwikkeling wordt aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.

Het ruimtelijk afwegingskader voor een stedelijke ontwikkeling is de ladder voor duurzame verstedelijking (instructieregel in artikel 5.129g Besluit kwaliteit leefomgeving (Bkl)). Het bevoegd gezag (in dit geval de gemeente Tholen) moet het mogelijk maken van deze stedelijke ontwikkeling motiveren op basis van de vereisten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Het betreft twee aspecten:

1. aangetoond moet worden dat er behoefte is aan de betreffende ontwikkeling;
2. aangetoond moet worden dat onderzocht is of de ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied kan worden gesitueerd, alvorens de mogelijkheid wordt geboden om de ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied mogelijk te maken (de zogenoemde voorkeursvolgorde in de locatieafweging).

Daarnaast is het van belang om te toetsen in hoeverre de beoogde ontwikkeling past binnen de beleidskaders van het gemeentelijke en provinciale beleid.

1.2 Leeswijzer

In deze rapportage wordt de behoefte aan het uitbreiden en verplaatsen van de Lidl supermarkt van de Markt in Sint Maartensdijk naar een locatie Sportlaan/Verbindingsweg op het bedrijventerrein onderzocht en beschreven. Eerst zal de kwantitatieve behoefte worden onderzocht in de vorm van een distributieplanologische marktanalyse (hoofdstuk 1). Vervolgens zal in hoofdstuk 2 een analyse naar de kwalitatieve behoefte worden uitgevoerd.

Daarna zal in hoofdstuk 3 de gemaakte locatieafweging worden beschreven. Hiermee wordt de beoogde ontwikkeling goetst conform de ladder voor duurzame verstedelijking.

Tenslotte wordt in hoofdstuk 4 onderzocht of de beoogde ontwikkeling in strijd is met het beleid van de gemeente en andere overheden.



2. KWANTITATIEVE BEHOEFTE - DISTRIBUTIEPLANOLOGISCHE ANALYSE

2.1 Benchmarkanalyse winkelaanbod

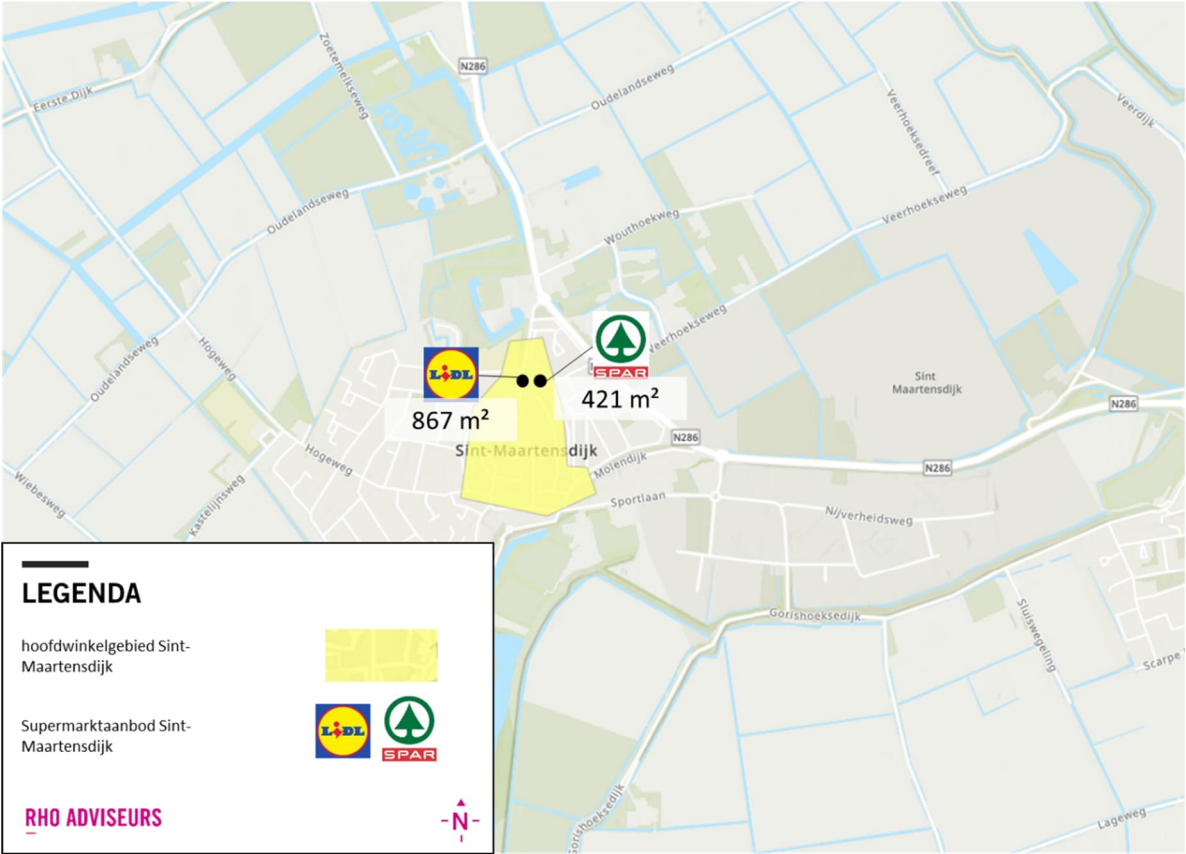
Een eerste globaal beeld van de functie en het functioneren van het winkelaanbod in een kern is te herleiden uit een vergelijking van het aanwezige winkelaanbod in een kern met het gemiddelde winkelaanbod in kernen met een vergelijkbaar inwonertal in Nederland (de benchmark).

De kern Sint-Maartensdijk heeft momenteel 3.455 inwoners (CBS, 2024; gegevens over 2023). De kern telt momenteel 7 winkels in de sector dagelijkse goederen (boodschappen doen) met een totaal winkelvloeroppervlak van 1.857 m² wvo (Locatus, 2024). Het winkelaanbod in Sint Maartensdijk heeft de volgende samenstelling.

Tabel 2.1 Omvang winkelaanbod dagelijkse goederen kern Sint-Maartensdijk (bron: Locatus, 2024)

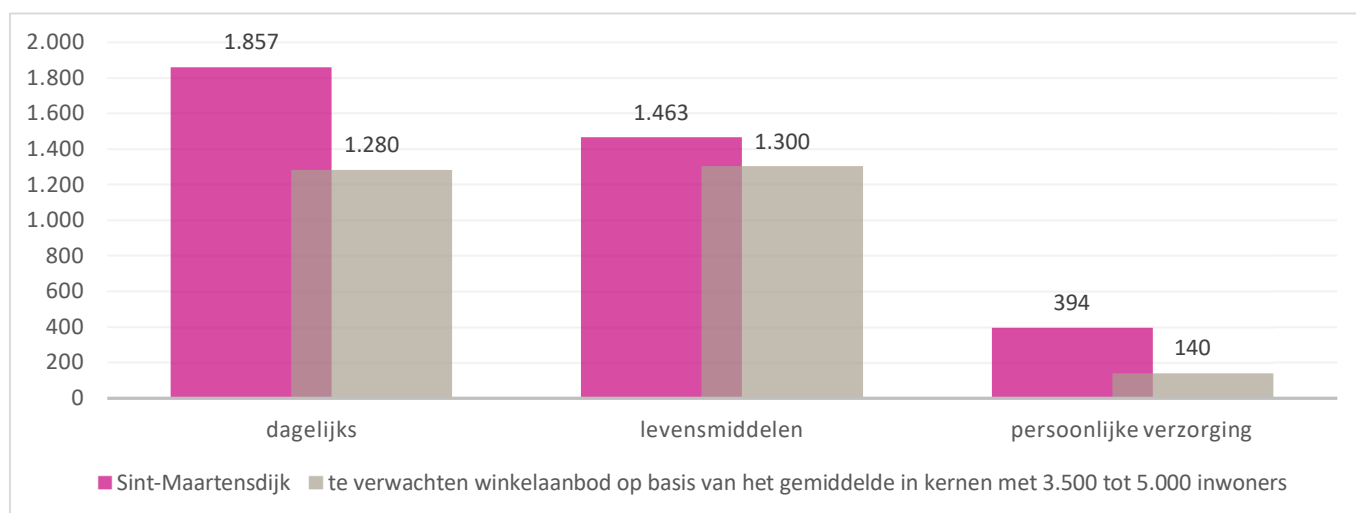
	Aantal winkels	Omvang (m ² wvo)
LIDL	1	867
SPAR	1	421
supermarkten	2	1.288
speciaalzaken	4	175
levensmiddelen	6	1.463
persoonlijke verzorging	1	394
Totaal dagelijkse goederen	7	1.857

De winkels zijn vooral gevestigd in het centrumgebied van Sint Maartensdijk, met name aan de Markt. Beide supermarkten liggen nu tegenover elkaar



Figuur 2.1 ligging Supermarktaanbod Sint-Maartensdijk (bron: Locatus, 2024)

Als het dagelijkse winkelaanbod in Sint-Maartensdijk wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 3.500 tot 5.000 inwoners, dan blijkt dat de omvang van het winkelaanbod in Sint Maartensdijk groter is dan gemiddeld (figuur 2.2). Dit geldt zowel voor de omvang van winkels in levensmiddelen als voor de omvang van winkels in persoonlijke verzorging. In totaal is de omvang van het winkelaanbod aan dagelijkse goederen ca. 600 m² wvo (bijna 80%) groter dan verwacht zou worden op basis van het inwonertal. Dat betekent meestal dat er sprake is van relatief veel koopkrachttoevloeiing, een bovengemiddelde bovenlokale functie van het winkelaanbod. Dit wordt veroorzaakt door de aanwezigheid van een Lidl en het beperkte aanbod in omliggende kleinere kernen.



Figuur 2.2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Sint-Maartensdijk met het landelijke gemiddelde in kernen 3.500 tot 5.000 inwoners (bron: Locatus, 2024)

Het huidige functioneren van het winkelaanbod en de kwantitatieve behoefte c.q. de effecten van een uitbreiding van het winkelaanbod kunnen worden geanalyseerd met een distributieplanologisch marktonderzoek (dpo).

2.2 Uitgangspunten distributieplanologische analyse

Voor de distributieplanologische analyse zullen de volgende uitgangspunten worden gehanteerd.

AANTAL INWONERS

De kern Sint-Maartensdijk heeft momenteel 3.570 inwoners (CBS, 2024; gegevens over 2023). Uit de Primos prognose 2023 blijkt dat er de komende planperiode sprake zal zijn van een bevolkingsgroei op gemeentelijk niveau van circa 43%. De bevolkingsgroei zal verdeeld zijn over alle kernen. Voor dit onderzoek is uitgegaan van 3.710 inwoners in 2035.

OMVANG WINKELAANBOD

Momenteel heeft het winkelaanbod aan dagelijkse goederen (boodschappen doen) in Sint-Maartensdijk een omvang van 1.857 m² wvo (Locatus, 2024). De nieuwe Lidl zal een omvang hebben van 1.375 m². In de huidige situatie is de winkel 867 m² wvo, dat betekent een uitbreiding van 508 m² wvo. De totale omvang van het winkelaanbod neemt daardoor toe tot 2.365 m² wvo (tabel 2.2).

Tabel 2.2 Huidige en beoogde omvang winkelaanbod dagelijkse goederen kern Sint-Maartensdijk (bron: Locatus, 2024)

	Aantal winkels	Omvang (m² wvo) huidig	Omvang (m² wvo) beoogd
LIDL	1	867	1.375
SPAR	1	421	421
supermarkten	2	1.288	1.688
speciaalzaken	4	175	175
levensmiddelen	6	1.463	1.971
persoonlijke verzorging	1	394	394
Totaal dagelijkse goederen	7	1.857	2.365

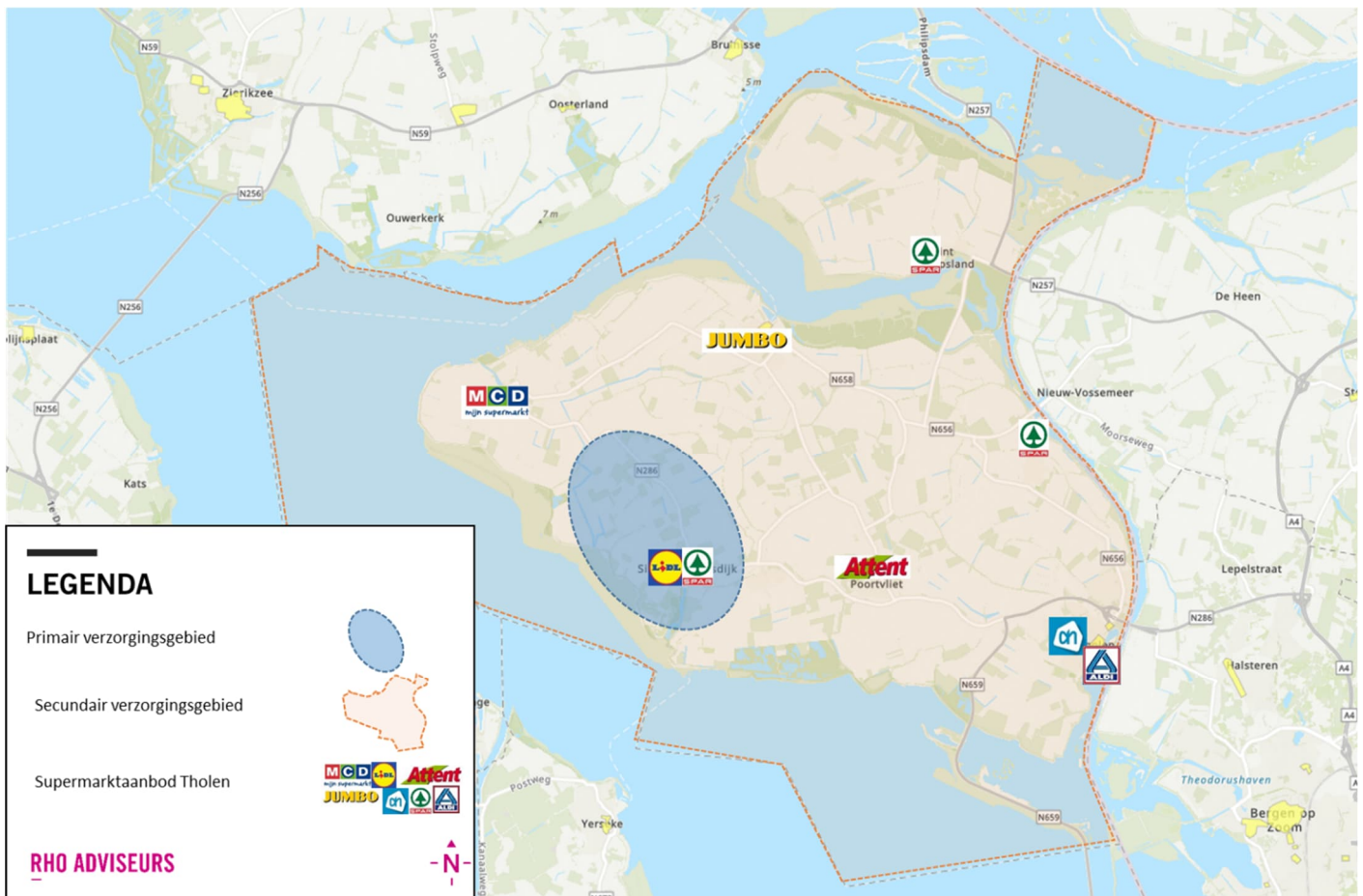
GEMIDDELDE BESTEDING PER PERSOON AAN DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2019-2023 € 2.839,- per persoon (Notitie Omzetkengetallen 2024, gegevens over 2019-2023). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op het gemiddelde inkomen per persoon. Voor de dagelijkse goederensector (boodschappen doen) geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Dat wil zeggen dat wanneer het gemiddeld inkomen per persoon in een kern 1% hoger/lager is dan het Nederlandse gemiddelde, er per persoon gemiddeld 0,4% meer wordt besteed aan boodschappen. Het gemiddeld inkomen per persoon in Sint-Maartensdijk bedraagt € 26.000 per jaar, dat is 16% lager dan het Nederlands gemiddelde van € 30.800 (CBS, 2024; gegevens over 2022). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen ligt daarmee circa 6% lager dan het Nederlands gemiddelde en bedraagt € 2.662,-.

VERZORGINGSGEBIED

De Lidl supermarkt is gevestigd in Sint-Maartensdijk. Het verzorgingsgebied voor de winkels in Sint Maartensdijk is als volgt samengesteld.

- Als primair verzorgingsgebied wordt de kern Sint-Maartensdijk beschouwd (incl. verspreide huizen) De inwoners zullen sterk georiënteerd zijn op het dagelijks winkelaanbod in de eigen kern omdat dit dichtbij is.
- Het secundair verzorgingsgebied bestaat uit de gemeente Tholen. Het winkelaanbod in de gemeente is beperkt. Wel heeft elke kern een eigen (buurt)supermarkt. Inwoners van de gemeente Tholen zullen behalve in de eigen kern, ook boodschappen in de andere kernen doen omdat de winkels daar een aanvullend aanbod hebben ten opzichte van de winkels in de eigen kern. De Lidl in sint-Maartensdijk is de enige Lidl in de gemeente en daarmee aanvullende op het overige supermarktaanbod. Naar verwachting zal de Lidl in Sint Maartensdijk bezocht worden door inwoners van alle kernen op Tholen.
- De kern Sint-Maartensdijk ligt in het zuidwesten van de gemeente/het eiland Tholen. De gemeente bestaat uit de voormalige eilanden Tholen en Sint Philipsland. Hierdoor is het verzorgingsgebied begrenst door natuurlijke barrières. Hierdoor zal er maar zeer beperkt sprake zijn van toevloeiing van buiten de gemeente.
- Bij Sint Maartensdijk liggen aan de Oosterschelde een aantal vakantieparken met vakantiehuisjes. Hierdoor zal er in beide supermarkten in Sint Maartensdijk sprake zijn van toeristische bestedingen.



Figuur 2.3 verzorgingsgebied Lidl Sint Maartensdijk (bron: Locatus, 2024)

KOOPSTROMEN

Er is voor de gemeente Tholen geen koopstromenonderzoek beschikbaar. Op basis van eigen expertise hebben we de koopstromen als volgt ingeschat.

- Sint-Maartensdijk mist, ondanks de aanwezigheid van een ruime SPAR en een Lidl, die samen aan de Markt liggen een full-servicesupermarkt. Hierdoor zal een deel van de boodschappen in Sint Annaland en Tholen gebeuren omdat daar wel een volwaardige Jumbo of Albert Heijn liggen. Desondanks verwachten we dat inwoners van Sint Maartensdijk ongeveer 60% van de boodschappen in de eigen kern doen. De koopkrachtbinding is derhalve ingeschat op 60%. Wanneer de Lidl is uitgebreid en verplaatst kan deze een breder assortiment herbergen. Het is dan bovendien één van de grootste supermarkten op Tholen, goed bereikbaar en met een sterke formule. De verwachting is dat de binding aan Sint Maartensdijk dan toeneemt naar 65%.
- De koopkrachttoevloeiing is bepaald op basis van een inschatting van de koopstromen binnen de gemeente. De toevoeiing komt met name van de omliggende kernen zonder supermarktaanbod zoals Scherpenisse. Daarnaast wordt specifiek toevoeiing verwacht naar de Lidl. Het is de enige Lidl op het eiland Tholen en de dichtstbijzijnde voor de meeste kernen. De meeste kernen hebben alleen een kleine SPAR. Daarom zal er vanuit alle kernen toevoeiing zijn naar de Lidl in Sint Maartensdijk. Bijlage 1 is per kern weergegeven welk deel van de bestedingen aan dagelijkse goederen naar Sint-Maartensdijk vloeit in de huidige situatie en in de beoogde situatie na verplaatsing en uitbreiding van de Lidl. Dit is een inschatting op basis van het aanbod in de eigen kern in vergelijking met het aanbod in de omliggende kernen, reisafstanden, kooppatronen en eventuele (fysieke) barrières. Rond Sint Maartensdijk is een aantal vakantieparken gelegen. Op basis van het aantal toeristische overnachtingen is de toevoeiing berekend op € 560.000. Er is daarnaast altijd sprake van enige overige toevoeiing vanuit passanten en forensen. Deze zal relatief beperkt zijn in Sint Annaland. Uitgegaan is van 2% van de omzet. In de huidige situatie is berekend dat de koopkrachttoevoeiing in totaal ca. € 8.300.000. Dit komt overeen met 60% van de totale omzet in Sint Maartensdijk.

- Wanneer de Lidl is verplaatst en is uitgebreid is deze nog meer dan nu het geval is een bijzondere supermarkt op Tholen. De grotere Lidl kan ook beter concurreren met de grotere Lidl supermarkten in Halsteren en Steenberg, waar inwoners van Tholen nu ook boodschappen doen. De verwachting is dat de koopkrachttoevloeiing in Sint Maartensdijk door de grotere Lidl toe neemt tot € 10.960.000,-. Dit komt overeen met 64% van de totale omzet in Sint Maartensdijk.

GEMIDDELDE WINKELOMZET PER M² WVO DAGELIJKSE GOEDEREN

De sector dagelijkse goederen bestaat uit supermarkten, speciaalzaken food en drogisterijen/parfumerieën.

De gemiddelde winkelomzet per m² wvo in de sector dagelijkse goederen in Nederland bedraagt € 8.289,- (exclusief btw, Notitie Omzetkengetallen 2024, gegevens over 2019-2023). De omzet per m² wvo in een winkelgebied is echter afhankelijk van de samenstelling van het winkelaanbod. Hoe groter de supermarkt ten opzichte van het aanbod aan speciaalzaken food en drogisterijen, hoe hoger de gemiddelde omzet per m² wvo.

Sint Maartensdijk heeft momenteel een relatief groot aanbod speciaalzaken en drogisterij. De gewogen gemiddelde winkelomzet per m² wvo voor het in Sint Maartensdijk aanwezige winkelaanbod bedraagt daarom momenteel € 8.068- (zie bijlage 2). Wanneer de Lidl is uitgebreid neemt het aandeel supermarkt verder toe. De gewogen gemiddelde winkelomzet per m² wvo voor het in Sint Maartensdijk neemt in die situatie toe naar € 8.239,-

2.3 Distributieplanologische analyse

Op basis van de beschreven uitgangspunten is de navolgende distributieplanologische analyse uitgevoerd.

Tabel 2.3 Distributieplanologische analyse dagelijkse goederensector Sint Maartensdijk

	2023		2035	bron
inwonertal marktgebied		3.570	3.710	CBS, 2024; gegevens over 2023; Primos prognose
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€	2.662	€ 2.662	Omzetkengetallen, 2024; gegevens over 2019-2023
bestedingspotentieel	€	9.500.000	€ 9.880.000	
koopkrachtbinding (%)		60%	65%	inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€	5.700.000	€ 6.420.000	
koopkrachttoevloeiing (%)		60%	64%	inschatting Rho
koopkrachttoevloeiing €	€	8.670.000	€ 11.430.000	
totale omzet in marktgebied	€	14.370.000	€ 17.850.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo (excl. BTW)	€	8.068	€ 8.239	Omzetkengetallen, 2024; gegevens over 2019-2023 + Locatus
te verwachten omvang winkelaanbod (m² wvo)		1.780	2.170	
omvang winkelaanbod (m² wvo)		1.857	2.365	Locatus, 2024 + uitbreiding Lidl
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€	7.740	€ 7.550	
omzetclaim marktgebied	€	14.980.000	€ 19.480.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde		-4%	-8%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€	-610.000	€ -1.630.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)		-80	-200	



Uit de distributieplanologische analyse blijkt dat het winkelaanbod in de dagelijkse goederensector in Sint-Maartensdijk in de huidige situatie ongeveer gemiddeld functioneert. De vloerproductiviteit in Sint-Maartensdijk ligt 4% lager dan het landelijk gemiddelde. Dat betekent dat ondernemers in Sint-Maartensdijk functioneren met een lagere omzet per vierkante meter dan het gemiddelde in Nederland. Dit is voor en kern als Sint Maartensdijk geen probleem. In plattelandskernen is de gemiddelde winkelomzet per m² wvo vaak ongeveer 10% lager dan het landelijke gemiddelde omdat de exploitatielasten personeel en huisvesting lager zijn.

Op basis van de beschreven uitgangspunten zou de situatie in Sint Maartensdijk door de uitbreiding en verplaatsing van de Lidl nog iets verbeteren. Het inwonertal stijgt en daardoor de het bestedingspotentieel. Bovendien zullen de koopstromen door deze grotere en beter bereikbare Lidl iets verschuiven waardoor een groter deel van de bestedingen in Sint Maartensdijk terecht komen. De verwachting is dat het functioneren van het winkelaanbod als geheel daardoor iets verbetert en uitbreidingsruimte ontstaat. Na uitbreiding van Lidl ligt het gemiddelde functioneren op -8%, nog steeds op een acceptabel niveau om te kunnen functioneren.

Per saldo kan worden geconcludeerd dat er voldoende marktpotentieel en dus een kwantitatieve behoefte is voor een uitbreiding van de Lidl supermarkt in Sint Maartensdijk, mits deze naar een goed bereikbare locatie verplaatst met goede parkeerfaciliteiten, zoals het plan is. Er zijn geen grote negatieve effecten te verwachten op het overige winkelaanbod.

3. ANALYSE KWALITATIEVE BEHOEFTE

Een stedelijke ontwikkeling kan conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking zowel op kwantitatieve argumenten, als op kwalitatieve argumenten onderbouwd worden. Hierbij is het van belang, zo blijkt uit jurisprudentie (Overzichtsuitspraak ABRvS 28 juni 2017, ECLI:NL:RVS:2017:1724, r.o. 9) dat, de kwalitatieve onderbouwing moet gaan om kwalitatieve elementen van de voorziene stedelijke ontwikkeling zelf, die zich onderscheiden ten opzichte van de huidige situatie.¹ De ontwikkeling moet dus echt iets nieuws toevoegen.

De vraag is daarom: wat voegt de beoogde ontwikkeling toe.

3.1 Meerwaarde van de beoogde ontwikkeling

De kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling blijkt uit onderstaande foto's van de huidige situatie en de beoogde situatie.



Op dit moment is de Lidl in Sint Maartensdijk gevestigd aan de historische markt, in een aantal samengevoegde panden. Het parkeren voor de winkel vindt plaats op de Markt en voor een deel aan de Westvest.

Het huidige winkelpand voldoet niet meer aan de eisen die Lidl aan haar panden stelt.

- Omvang van het pand: het pand heeft een winkelvloeroppervlak van minder dan 900 m² wvo, waar Lidl streeft naar panden van minimaal 1.200 m² wvo. Hierdoor is het een nauwe winkel met smalle gangpaden.
- Hoogte van het pand: het is een samenvoeging van oude panden met een lage plafondhoogte. Hierdoor is het pand laag en donker, terwijl men streeft naar hoge panden met veel daglichttoetreding.
- Energiezuinigheid en opwekking: Lidl streeft er naar om energiezuinige winkels te realiseren waar zowel weinig energie verbruikt wordt, als veel energie zelf wordt opgewekt (o.a. met zonnepanelen). De huidige panden zijn niet energiezuinig en opwekken is op deze locatie vrijwel niet mogelijk.
- Beschikbare hoeveelheid parkeerplaatsen: het parkeren is nu verdeeld over twee locaties, waarbij het parkeren op de Markt wordt gedeeld met alle andere functies op de Markt. Nabij de winkels is het aantal parkeerplaatsen beperkt. Per saldo is het aantal parkeerplaatsen op de Markt te weinig voor het totaal aan functies op de Markt.
- De wijze van bevoorrading: de bevoorrading vindt plaats via de Westvest. Hier moet de vrachtwagen over het parkeerterrein achteruitsteken. Dit levert gevaarlijke situaties op.

Deze problemen zijn op de huidige locatie – binnen de historische “binnenstad” van Sint Maartensdijk, niet oplosbaar.

De toegevoegde waarde van de ontwikkeling is tweeledig:

1. Enerzijds worden actuele problemen aan de Markt en omgeving die samenhangen met deze winkel opgelost (parkeerproblemen en de bevoorrading).

¹ Overzichtsuitspraak ABRvS 28 juni 2017, ECLI:NL:RVS:2017:1724, r.o. 9.

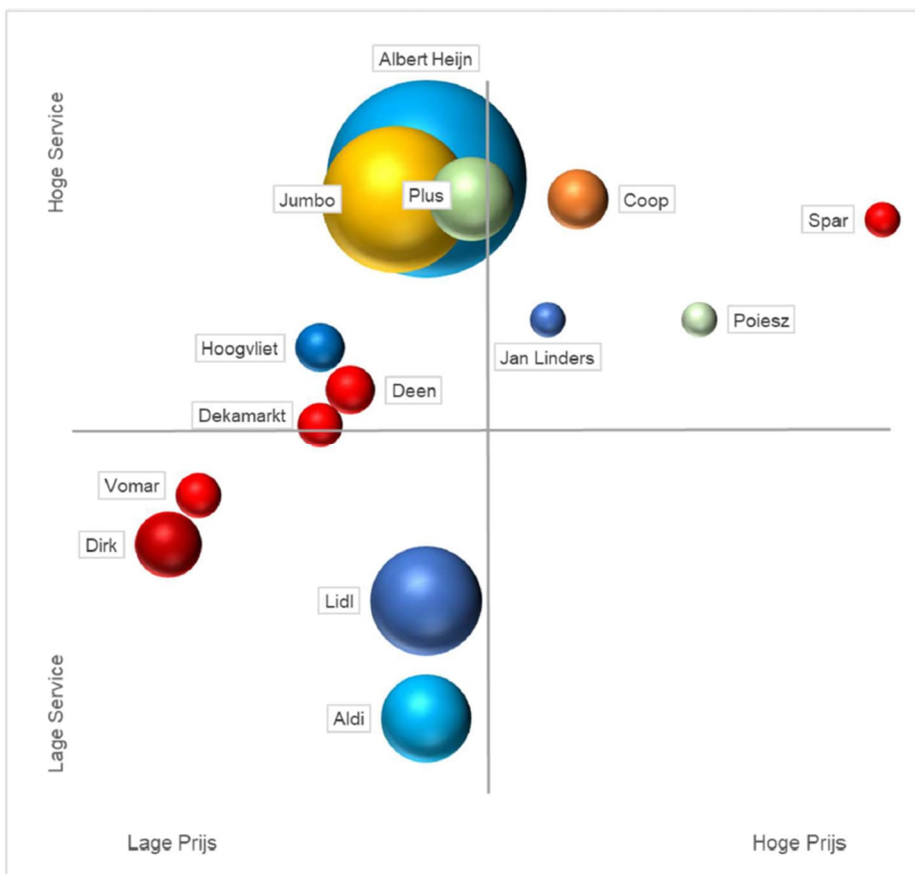
2. Anderzijds worden tekortkomingen van de huidige winkel voor de supermarktorganisatie én voor het winkelend publiek opgelost, wanneer Lidl een moderne winkel realiseert met voldoende parkeren e.d.

3.2 Meerwaarde Lidl-formule voor het winkelaanbod op Tholen

De aanwezigheid van Lidl als winkelformule in de gemeente Tholen heeft ook meerwaarde.

Binnen de dagelijkse goederensector zijn supermarkten de belangrijkste consumenttrekkers. 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 en Jumbo.
- 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. Voorbeeld is Spar.



Figuur 3.1 Positionering supermarkten (bron: Marshoek, 2019)

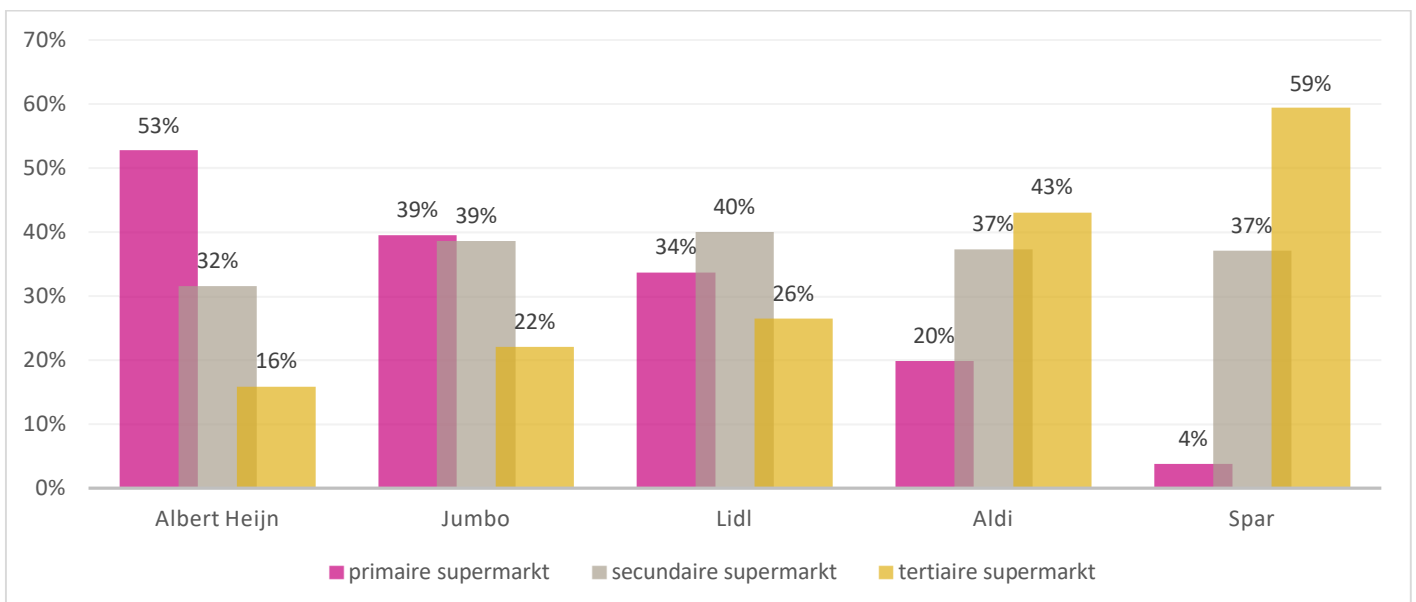
PROFILINGFORMULE

Lidl betrad de Nederlandse markt als harddiscounter, maar groeit steeds meer uit naar het service-supermarkt segment. Lidl heeft momenteel meer dan 440 winkels, maar dat aantal blijft groeien. Sinds een aantal jaar rolt Lidl haar nieuwe formule uit in Nederland. De nieuwe Lidl winkels zijn voorzien van ruime gangpaden, een uitgebreide versafdeling. Dit in combinatie met de kenmerkende discountopstelling: verkoop uit dozen.

Door het lage prijsniveau van het assortiment, vormt de keten steeds meer een bedreiging voor de full-service supermarkten. Het assortiment heeft nog wel wat weg van het harddiscountsegment, echter is er steeds meer keuze. Lidl heeft de afgelopen jaren de focus gelegd op het verbeteren van de versafdeling, waardoor Lidl een stap heeft gezet richting het (goedkope) service segment (bron: Distrifood, 2018)

BEZOEK MOTIEF

Lidl wordt voornamelijk bezocht als aanvulling op de reguliere full-service supermarkten en speciaalzaken. Dit blijkt uit het jaarlijkse Consumentenonderzoek van Deloitte (2023, zie figuur 3.2). Uit het onderzoek blijkt dat Lidl een lager aandeel primaire klanten heeft (klanten die het grootste deel van hun aankopen bij de betreffende supermarkt kopen), dan full-service supermarkten als Albert-Heijn en Jumbo. 61% van de klanten van Lidl geeft aan Lidl te zien als hun aanvullende supermarkt. Spar functioneert meer als buurtsupermarkt, voor de 'vergeten boodschappen'. Het aantal klanten die de winkel als primaire supermarkt ziet is dan ook slechts 4%.

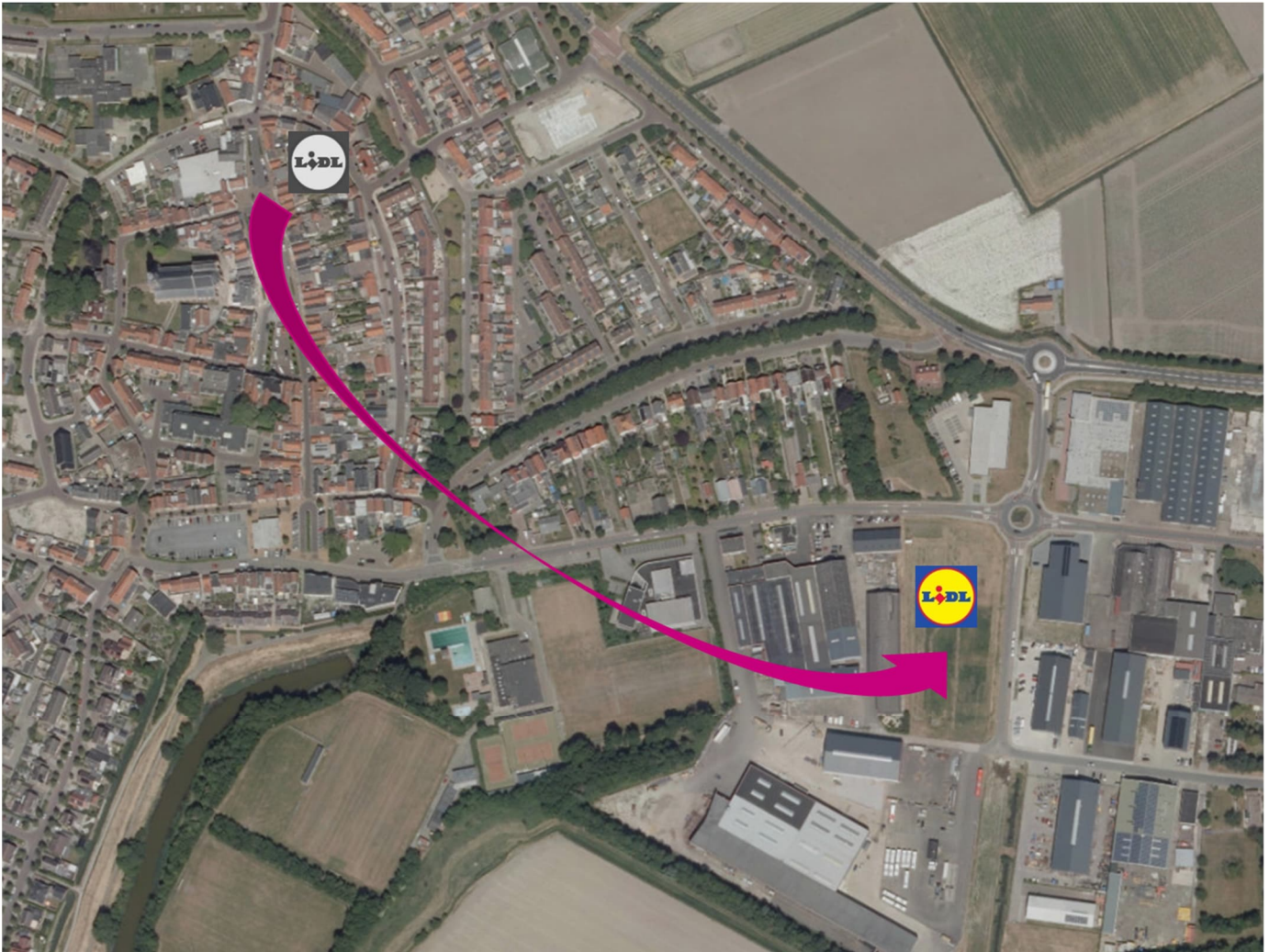


Figuur 3.2 Bezoekmotieven-functie in gemeente Tholen aanwezige supermarkten (bron: Deloitte, 2023)

De aanwezigheid van Lidl completeert het supermarktaanbod in de gemeente Tholen, waardoor de inwoners vrijwel al hun boodschappen in de gemeente kunnen blijven doen, ondanks het feit dat, behalve de stad Tholen, alle kernen minder dan 4.000 inwoners hebben.

4. LOCATIEAFWEGING

De beoogde ontwikkeling houdt een verplaatsing in van Lidl van het kernwinkelgebied van Sint Maartensdijk (de Markt) naar een locatie aan de rand van het bedrijventerrein (Gorishoek). Hoewel de beoogde locatie bestaand stedelijk gebied is, en daarmee in principe voldoet aan de vereisten van de prioriteitsvolgorde van de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarnaast is het vanuit duurzaamheid van stedelijke ontwikkelingen van belang of het mogelijk is om met de ontwikkeling bestaande leegstand te vullen. De laatste vraag is, of het beleidsmatig gewenst is om deze supermarkt te realiseren buiten het bestaande winkelgebied, waar het basisbeginsel is dat detailhandel vooral of uitsluitend in of in aansluiting aan bestaande winkelgebieden gevestigd mag worden.



4.1 Is de beoogde ontwikkeling mogelijk door het invullen van leegstaande panden?

Binnen Sint Maartensdijk staan momenteel 7 panden leeg, met een totale oppervlakte van 1.145 m² wvo (tabel 4.1). De leegstand in winkelmeters is 14,6% en de leegstand in verkooppunten 17%. Dit is hoger dan het gemiddelde in de provincie, gemeenten en in vergelijkbare kernen. Het aantal panden dat leeg staat is gedaald ten opzichte van 2021; de omvang is wel groter. Dat betekent dat een groter pand is leeg komen te staan. Het totaal van de leegstand is voldoende voor het benodigde oppervlak, maar de leegstand is verdeeld over 7 panden. De gemiddelde omvang per leegstaand pand is 164 m² wvo. Hierdoor is het niet mogelijk om de beoogde ontwikkeling te realiseren door leegstaande panden in te vullen.

Tabel 4.1 Leegstandsanalyse Sint Maartendijk (bron: Locatus, 2024)

	aantal verkooppunten			omvang (m² wvo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
provincie Zeeland	6.069	481	7,9%	1.312.798	85.329	6,5%
gemeente Tholen	219	13	5,9%	92.271	3.073	3,3%
Sint-Maartensdijk	42	7	16,7%	7.863	1.145	14,6%
te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 3.500 tot 5.000 inwoners	37	2	5,4%	6.780	290	4,3%

4.2 Past de beoogde ontwikkeling binnen de beleidskaders?

Naast de behoefteonderbouwing is de beoogde ontwikkeling getoetst aan het vigerende detailhandelsbeleid. De vraag die hierbij beantwoord moet worden is: past het binnen het beleid om deze supermarkt te realiseren buiten het bestaande winkelgebied – op een bedrijventerrein.

PROVINCIAAL BELEID: DE PROVINCIALE OMGEVINGSVERORDENING

De ‘Omgevingsverordening Zeeland’ is per 28-06-2024 in werking. Hierin worden de volgende beleidsuitgangspunten gehanteerd.

- 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.
- Het beleidsdoel is bundeling en concentratie in bestaande kernwinkelgebieden. Dit draagt bij aan het bevorderen van de leefbaarheid van de binnensteden en dorpscentra en het voorkomen van leegstand in deze gebieden.
- Branches in de dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen horen niet op perifere locaties (zoals bedrijventerreinen) en evenmin op locaties voor grootschalige detailhandel (PDV / GDV) te worden gevestigd. Het niet beschikbaar zijn van ruimte op een bestaande locatie mag worden gezien per individuele locatie

Deze beleidsuitgangspunten zijn vertaald in de volgende regels ten aanzien van detailhandel.

1. In een omgevingsplan worden nieuwe detailhandelsvoorzieningen, kan een nieuwe detailhandelsvoorziening en uitbreiding van een bestaande detailhandelsvoorziening worden voorzien in een bestaand kernwinkelgebied.
2. De motivering bij het omgevingsplan bevat een onderbouwing van de wijze waarop het plan bijdraagt aan het beleidsdoel van bundeling en concentratie in een bestaand kernwinkelgebied.
3. In een omgevingsplan kan een nieuwe detailhandelsvoorziening en uitbreiding van een bestaande detailhandelsvoorziening worden voorzien buiten een bestaand kernwinkelgebied, als wordt voldaan aan de volgende voorwaarden:
 - a. het betreft detailhandel in volumineuze en gevaarlijke goederen;
 - b. het betreft een kleinschalige detailhandelsvoorziening in een woonkern zonder kernwinkelgebied, een buurtvoorziening of een kleinschalige voorziening op een verblijfsrecreatieterrein; of
 - c. het betreft functioneel aan het buitengebied gebonden detailhandel, detailhandel als niet zelfstandig en ondergeschikt onderdeel van een bedrijf dan wel in de vorm van een nieuwe economische drager als bedoeld in artikel 5.1, vijfde lid, onder g tot en met k, en tuincentra voor zover vestiging daarvan wordt toegelaten aan de randen van kernen.

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. Ook een bestaande winkel buiten het kernwinkelgebied kan enige ontwikkelingsruimte worden geboden. 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.

HOE PAST HET PLANINITIATIEF BINNEN DIT BELEID?

De beoogde ontwikkeling betreft een ontwikkeling waarbij gebruik gemaakt moet worden van de genoemde afwegingsruimte.

De Lidl -supermarkt is ruimtelijk (in verband met omvang en verkeersontsluiting) aantoonbaar niet meer inpasbaar in het kernwinkelgebied van Sint Maartensdijk. Daarom wordt voorgesteld deze te verplaatsen naar het toegangsgebied van het bedrijventerrein Gorishoek, op enige afstand van het kernwinkelgebied, maar binnen bestaand stedelijk gebied.

Het is niet de ideale oplossing, maar binnen de kleine kernen op Tholen is een andere oplossing niet mogelijk gebleken. Ook in de stad Tholen en in Sint Annaland zijn om deze redenen de supermarkten verplaatst uit het kernwinkelgebied.

Het plan initiatief past daarmee binnen het provinciale beleid.

GEMEENTELIJK BELEID: NOTITIE THOOLSE DETAILHANDEL (2013)

De detailhandel, winkeliers in de kernen van de gemeente Tholen zullen zich tot het uiterste moeten inspannen om bedrijfsresultaten te halen die het voortbestaan van de onderneming mogelijk maken. Naast vraag en aanbod is het koopgedrag van de consument bepalend. De komende jaren zal dat niet eenvoudiger worden. In dat krachtenspel spelen ook inwoners een belangrijke rol. Naast demografische ontwikkelingen is de grootte van de kern en de betrokkenheid van inwoners van invloed op het voortbestaan van een winkel.

De doelstelling van het college van B & W is om de weerbaarheid van de detailhandel zoveel als mogelijk te handhaven op de huidige situatie. Sint-Maartensdijk wordt gecategoriseerd als 'weerbaar'.

De grote kernen kenmerken zich op dit moment door het aanwezig zijn van voldoende winkels in de food- sector. De consument heeft binnen de gemeente Tholen voldoende food aanbod en behoeft daar in principe niet voor naar elders. Dat is anders voor de non-food winkels. Die staan bedrijfseconomisch steeds meer onder druk. Ondernemers die daar nu gevestigd zijn of die zich daar willen vestigen, worden door de gemeente coulant behandeld. Creatieve initiatieven worden op hun haalbaarheid beoordeeld en zo mogelijk ondersteund. In Sint-Maartensdijk geven de opnieuw ingerichte markt en haven nieuwe impulsen aan de dorpen waarvan de detailhandel en horeca kunnen profiteren.

De gemeente heeft aandacht voor detailhandel, waarbij het van belang is de weerbaarheid en leefbaarheid van de kernen in de gemeente te behouden. Sint-Maartensdijk wordt gecategoriseerd als weerbaar, en de ambitie is om dit te behouden. De supermarkten maken onderdeel uit van de basisvoorziening. Met de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Lidl wordt de bestaande supermarkt gemoderniseerd, wat betekent dat de kwaliteit van het detailhandelsaanbod verbeterd wordt. Dit is van positieve invloed op het functioneren van de detailhandelssector op lange termijn. Evenals in de stad Tholen en de kern Sint Annaland is het voor de weerbaarheid van de detailhandel van belang dat de supermarkten zich op een optimale locatie kan vestigen. Dit is niet meer mogelijk in het historische winkelgebied de Markt.

Daarom is een aantal locaties onderzocht in de kern als alternatief voor de Markt, zoals de locatie Rieburch School, de zwembadlocatie. Deze locaties zijn onder andere vanwege andere invullingen niet haalbaar gebleken. De beoogde Locatie Sportlaan/Verbindingsweg is daarom een goed alternatief gebleken: aan de rand van bedrijventerrein, voldoende ruimte, goed bereikbaar ook vanuit andere kernen (meer dan 60% van de omzet komt uit andere kernen) en een leeg perceel wordt opgevuld met een nieuwe toekomstbestendige functie.

In de ontwerp omgevingsvisie is vormt de beoogde locatie een onderdeel van het "mogelijke transformatiegebied". Dit gebied zou zich kunnen ontwikkelen als gemengd gebied met een mix van wonen, grootschalige functies die niet meer in de binnenstad passen. Het verplaatsen van de Lidl past binnen deze omschrijving.

Het plan initiatief past daarmee binnen het gemeentelijk beleid.

Bijlage 1 Berekening koopkrachttoevloeiing

Kern - huidige situatie (2024)	aantal inwoners	inkomen	besteding p.p.	bestedingspotentieel	Binding tot kern	Gebonden omzet
Scherpenisse	1.870	23,40	€ 2.461	€ 4.600.000	40%	€ 1.840.000
Poortvliet	1.795	25,00	€ 2.518	€ 4.520.000	20%	€ 900.000
Stavenisse	1.705	23,20	€ 2.454	€ 4.180.000	25%	€ 1.050.000
Tholen	8.365	27,40	€ 2.603	€ 21.770.000	5%	€ 1.090.000
Sint Annaland	4.035	26,00	€ 2.553	€ 10.300.000	15%	€ 1.550.000
Oud Vossemeer	2.740	26,50	€ 2.571	€ 7.040.000	10%	€ 700.000
Sint Philipsland	2.745	26,40	€ 2.567	€ 7.050.000	5%	€ 350.000
Subtotaal	20.510		€ 2.555	€ 52.410.000	14%	€ 7.480.000
Toeristische bestedingen	Overnachtingen		besteding p.p.	bestedingspotentieel	Binding tot kern	Gebonden omzet
toeristische bestedingen Vakantiehuis of camping		100.000	€ 7,46	€ 750.000	75%	€ 560.000
overige toevloeiing (passanten/forensen) - % van de omzet				€ -	2%	€ 270.000
Subtotaal						€ 830.000
Totaal koopkrachttoevloeiing						€ 8.310.000

Kern - beoogde situatie (2035)	aantal inwoners	inkomen	besteding p.p.	bestedingspotentieel	Binding tot kern	Gebonden omzet
Scherpenisse	1.926	23,40	€ 2.461	€ 4.740.000	45%	€ 2.130.000
Poortvliet	1.849	25,00	€ 2.518	€ 4.660.000	25%	€ 1.170.000
Stavenisse	1.756	23,20	€ 2.454	€ 4.310.000	30%	€ 1.290.000
Tholen	8.616	27,40	€ 2.603	€ 22.430.000	10%	€ 2.240.000
Sint Annaland	4.156	26,00	€ 2.553	€ 10.610.000	20%	€ 2.120.000
Oud Vossemeer	2.822	26,50	€ 2.571	€ 7.260.000	10%	€ 730.000
Sint Philipsland	2.827	26,40	€ 2.567	€ 7.260.000	5%	€ 360.000
Subtotaal	23.953		€ 2.558	€ 61.270.000	16%	€ 10.040.000
Toeristische bestedingen	Overnachtingen		besteding p.p.	bestedingspotentieel	Binding tot kern	Gebonden omzet
toeristische bestedingen Vakantiehuis of camping		100.000	€ 7,46	€ 750.000	80%	€ 600.000
overige toevloeiing (passanten/forensen) - % van de omzet				€ -	2%	€ 320.000
Subtotaal						€ 920.000
Totaal koopkrachttoevloeiing						€ 10.960.000

Bijlage 2 Berekening gemiddelde omzet per m² wvo van het aanwezig en beoogd winkelaanbod in Sint Maartensdijk

Huidige situatie	aanbod in m ² wvo	gem. omzet per m ² wvo	omzet
Supermarkt	1.288	€ 8.864	€ 11.416.832
Levensmiddelen speciaalzaak	175	€ 7.193	€ 1.258.775
Persoonlijke verzorging	394	€ 5.853	€ 2.306.082
Totaal aanwezig aanbod	1.857	€ 8.068	€ 14.981.689

Beoogde situatie	aanbod in m ² wvo	gem. omzet per m ² wvo	omzet
Supermarkt	1.796	€ 8.864	€ 15.919.744
Levensmiddelen speciaalzaak	175	€ 7.193	€ 1.258.775
persoonlijke verzorging	394	€ 5.853	€ 2.306.082
Totaal beoogd aanbod	2.365	€ 8.239	€ 19.484.601