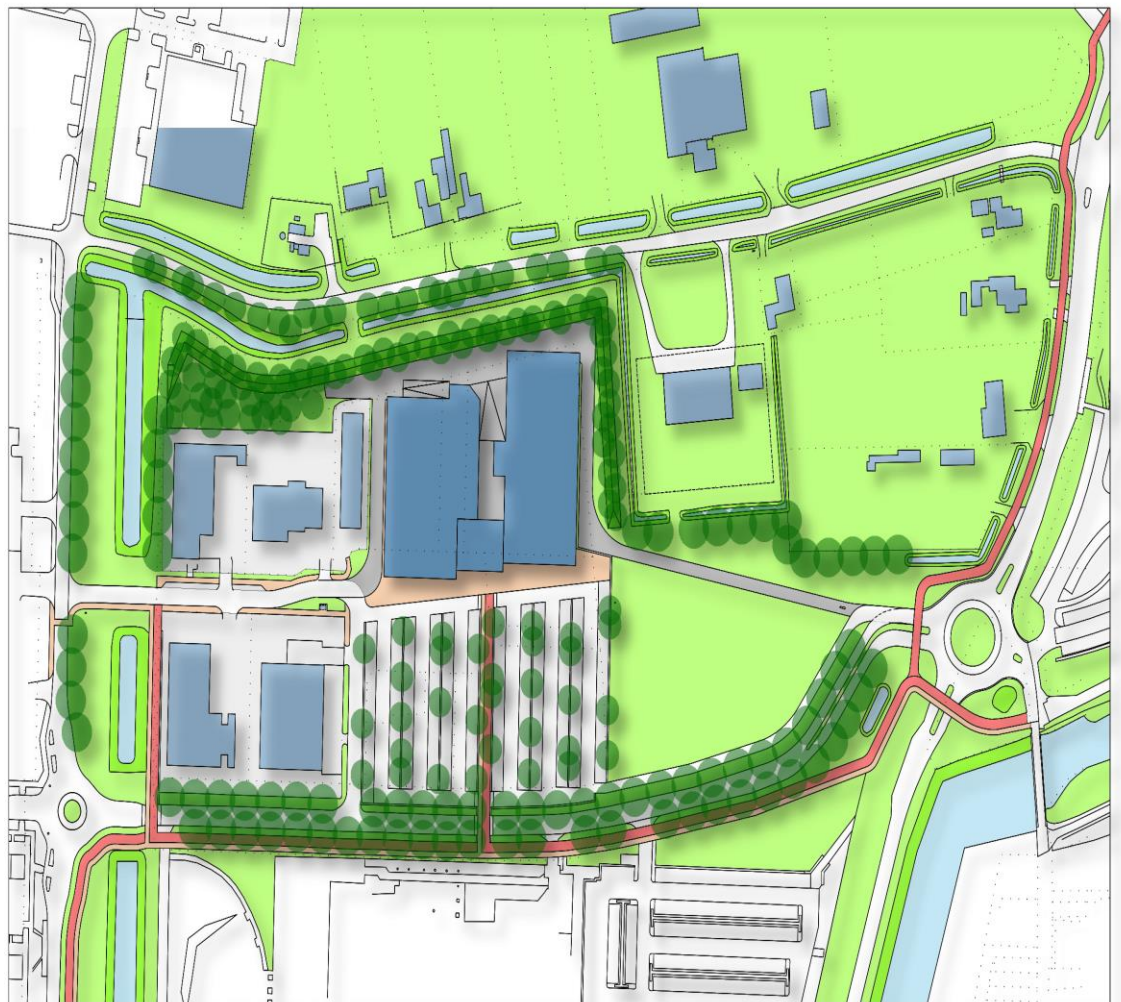


EFFECTEN EN AFWEGING SUPERMARKTEN HARINGVLIETPLEIN

17 FEBRUARI 2017



EFFECTEN EN AFWEGING SUPERMARKTEN HARINGVLIETPLEIN

17 FEBRUARI 2017

Status:

Eindrapport

Datum:

17 februari 2017

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure
Sandra Beentjes MSc.
Drs. Toine Hooft

Voor meer informatie: Drs. Toine Hooft, th@stedplan.nl

In opdracht van:

Rialto Vastgoedontwikkeling

RIALTO
vastgoedontwikkeling



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2016.A.555

Referentie: 2016.A.555 Rialto, Zierikzee Haringvlietplein SM_170317151116

INLEIDING EN SAMENVATTING	7
1 SUPERMARKTSTRUCTUUR EN BELEIDSKADER	9
1.1 SUPERMARKTSTRUCTUUR EN ONTWIKKELINGEN	
1.2 SUPERMARKTINITIATIEVEN SCHOUWEN-DUIVELAND	
1.3 BELEIDSKADER	
2 BEHOEFTE SUPERMARKTEN HARINGVLIETPLEIN	15
2.1 SCENARIO'S SUPERMARKTEN HARINGVLIETPLEIN	
2.2 KWANTITATIEVE TOETS	
2.3 KWALITATIEVE TOETS	
3 EFFECTEN EN AFWEGING SUPERMARKTEN	22
3.1 EFFECTEN OP OMZET EN LEEGSTAND	
3.2 AFWEGING	
3.3 TOETS LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	
BIJLAGE 1 OVERZICHT VAKANTIESUPERMARKTEN	
BIJLAGE 2 SUPERMARKTINITIATIEVEN SCHOUWEN-DUIVELAND	

INLEIDING EN SAMENVATTING

HERONTWIKKELING HARINGVLIETPLEIN NAAR FOOD RETAIL CONCEPT >>

Rialto Vastgoedontwikkeling is voornemens het Haringvlietplein -een (verouderde) bedrijvenlocatie-om te vormen naar een locatie met winkels. In de eerste fase gaat het om een “food retail concept” en zijn **twee supermarkten van 2.500 m² bvo** (bedrijfsvloeroppervlakte) ieder voorzien. Daarnaast is er ruimte voor 500 m² bvo dagwinkels. Bij voorkeur gaat dat om verplaatsing van winkels die reeds in dit gebied gevestigd zijn.

In de tweede fase is circa **5.000 m² bvo aan grootschalige detailhandel (GDV)** gepland. GDV betreft volumineuze handel die in het historische kernwinkelgebied van Zierikzee niet inpasbaar is. De tweede fase wordt in een ander rapport besproken.

TOETS AAN LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING >>

Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 in het Besluit Ruimtelijke ordening (Bro) dienen overheden nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard te motiveren met behulp van drie opeenvolgende stappen, ook wel de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. In dit onderzoek is vooral de eerste trede van belang: is er een **actuele regionale behoefte** aan de voorgenomen nieuwe stedelijke ontwikkeling?

Voor de analyses is gebruik gemaakt van de meest actuele cijfers en ontwikkelingen als ook het vastgesteld beleid (de Detailhandelsstructuurvisie of DSV).

DE UITKOMSTEN IN EEN NOTENDOP >>

Schouwen-Duiveland telt elf reguliere supermarkten die samen 9.276 m² wvo (winkelvloeroppervlak) meten. Dit komt neer op 0,27 m² wvo per inwoner. Dit is een fractie hoger dan landelijk (0,25 m² wvo per inwoner), maar verklaarbaar vanuit de toeristische functie die de supermarkten op het eiland vervullen.. Een (beperkt) deel van het toeristisch potentieel wordt afgeroomd door de achttien kleine vakantiesupermarkten op het eiland.

Er spelen diverse supermarktinitiatieven op het eiland. Naast de ontwikkelingen in Zierikzee betreft het:

- de Entree van Nieuwerkerk, verplaatsing Jumbo en Aldi.
- Renesse, verplaatsing Jumbo en de mogelijke toevoeging van een (hard) discounter.
- Burgh-Haamstede en Bruinisse, uitbreiding en eventueel verplaatsing Albert Heijn Market Plaza (combinatie met ETOS en Gall & Gall).

Behoeftesupermarkten circa 1.900 m² wvo

De distributieve uitbreidingsruimte becijferen we op ca. 2.400 m² wvo. Er moet evenwel rekening worden gehouden met de netto toename van het aantal supermarktmeters in de Entree van Nieuwerkerk van 478 m² wvo. Dan resteert **1.900 m² wvo, in bandbreedte 1.150 (min) tot 2.650 m² wvo (max).**

Deze becijferde behoefte van 1.900 m² wvo geldt voor geheel Schouwen-Duiveland. Het eiland strekt zich uit van oost naar west over een afstand van 30 kilometer. In de werkelijkheid is sprake van verschillende deelgebieden. De gewenste hiërarchie (zie paragraaf 1.3) is leidend bij de verdeling van de distributieve mogelijkheden. Dat wil zeggen, Zierikzee voorop (prioriteit 1), gevolgd door Renesse en Burgh-Haamstede (prioriteit 2) en tot slot Bruinisse (prioriteit 3).

Afweging supermarkten Haringvlietplein 2x2.500 m² bvo

In de voorliggende scenario's voor het Haringvlietplein geldt een uitbreidingsruimte van minimaal 1.622 m² wvo (scenario 1 'Verplaatsing centrumsupermarkt') tot maximaal 2.686 m² wvo (scenario 3 'Nieuwe full-service supermarkt').

In alle scenario's speelt dat de geconstateerde behoefte grotendeels tot in zijn geheel wordt geclaimd door de supermarktinitiatieven in Zierikzee. Er resteert dan in beginsel beperkte tot geen (kwantitatieve) ruimte voor uitbreiding van andere supermarkten op het eiland. Dit wil niet zeggen dat optimalisatie en uitbreiding van supermarkten elders van de baan zijn. De kwalitatieve argumentatie is dan echter doorslaggevend. Daarbij is van belang dat de wens tot modernisering en uitbreiding van supermarkten zowel is ingegeven vanuit kwalitatieve motieven (meer comfort) als kwantitatieve (breder assortiment).

De kwalitatieve argumenten zijn de volgende:

- Met twee nieuwe supermarkten van 2.500 m² bvo elk wordt een grote en moderne maat verkregen, in spelend op meer comfort (zoals brede gangpaden, lagere schappen en services) en meer schapruimte voor (vers)beleving, bijzondere producten (bijvoorbeeld streek- of seizoensproducten) en acties (ook seizoensaanbiedingen).
- De positie van Zierikzee als hoofdplaats binnen de gemeente verstrekt.
- Het Haringvlietplein is de aangewezen locatie; de combinatie van een (hard) discounter en een full service supermarkt is een beproefd recept.

Het scenario 2 waarbij een supermarkt in verkleinde vorm behouden blijft voor het centrum heeft de voorkeur. De parkeerdruk neemt af, enerzijds doordat er minder parkeerbehoefte is, anderzijds doordat het Haringvlietplein een deel van de druk opvangt. Dit geeft het centrum meer lucht.

Het is evenwel de vraag of voor een kleinere centrumsupermarkt interesse is vanuit de markt. Tekenend in dit verband is de sluiting van Spar in het centrum van Zierikzee. Scenario 1 met de verplaatsing van de centrumsupermarkt of scenario 3 met de toevoeging van een nieuwe full-service supermarkt en behoud van de centrumwinkel in de huidige omvang zijn dan alternatieven.

1 SUPERMARKTSTRUCTUUR EN BELEIDSKADER

In dit eerste hoofdstuk staat de supermarktstructuur, de relevante ontwikkelingen, nieuwe initiatieven en het beleidskader centraal.

1.1 SUPERMARKTSTRUCTUUR EN ONTWIKKELINGEN

Schouwen-Duiveland is een populair vakantie-eiland. Naast reguliere supermarkten zijn er de nodige vakantiesupermarkten op de vakantieparken. In deze paragraaf komen beide aan bod

REGULIERE SUPERMARKTEN >>

Schouwen-Duiveland telt elf reguliere supermarkten die samen 9.276 m² wvo (winkelvloeroppervlak) meten. Dit komt neer op 0,27 m² wvo per inwoner (berekening: 9.276 m² wvo / 33.821 inwoners). Dit is een fractie hoger dan landelijk (0,25 m² wvo per inwoner), maar verklaarbaar vanuit de toeristische functie die de supermarkten op het eiland vervullen..

Op onderstaande afbeelding is de huidige supermarktstructuur van Schouwen-Duiveland weergegeven.



FIGUUR 1 SUPERMARKTSTRUCTUUR SCHOUWEN-DUIVELAND

Bron: Supermarktids april 2016 en gemeente Schouwen-Duiveland, PDOK Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

N.B.: De Spar in Haamstede-Noordstraat 16 is opgenomen in figuur 1, doch geen reguliere supermarkt (meer), maar een vakantiesupermarkt. De winkel is alleen in de zomermaanden geopend. Deze Spar is verder niet betrokken in de analyses.

Ten opzichte van 2014¹ zijn de volgende wijzingen in het supermarktaanbod geweest:

- De Spar in Zierikzee is gesloten.
- Spar in Burgh-Haamstede is buiten het toeristisch seizoen gesloten en nu alleen in de zomermaanden geopend. De winkel meet 680 m² wvo.
- C1000 in Nieuwerkerk is overgenomen door Jumbo.
- Plus in Scharendijke is verplaatst en uitgebreid. De supermarkt heeft er 400 m² wvo bij gekregen.

VAKANTIESUPERMARKTEN >>

De reguliere supermarkten vervullen tevens een functie voor de vakantiegangers die het eiland jaarlijks aandoen. Eerder is becijferd dat zij voor de dagelijkse of supermarktsector goed zijn voor een extra toevloeiing van 30% (of 30% meer inwonerequivalenten)². Een deel van het potentieel wordt echter afgeroomd door de vakantiesupermarkten. Uit onze inventarisatie blijkt dat er 17 vakantiesupermarkten zijn, met een totale omvang van ruim 5.000 m² wvo (zie voor een volledig overzicht bijlage 1). Ondanks hun omvang is de invloed op de reguliere supermarkten beperkt, en wel om de volgende redenen:

- Slechts een klein deel van de vakantiesupers is het gehele jaar geopend; meestal betreft het seizoen exploitatie.
- De vloerproductiviteit ligt op circa de helft van reguliere supermarkten (bij jaarrond opening; ervaringscijfers Bureau Stedelijke Planning).
- Branchevreemd assortiment maakt circa 1/3 uit van de omzet.
- Specifieke artikelgroepen maken groot deel uit van omzet, specifiek brood (20-25%), daarmee vervanging van vers speciaalzaak (bakker).



FIGUUR 2 OVERZICHT VAKANTIESUPERMARKTEN SCHOUWEN-DUIVELAND
Bron: Bureau Stedelijke Planning

¹ In 2014 heeft Bureau Stedelijke Planning een visie op de supermarktstructuur opgesteld voor Schouwen-Duiveland
² Zie hiervoor Visie op de supermarktstructuur opgesteld voor Schouwen-Duiveland 2014, Bureau Stedelijke Planning.

1.2 SUPERMARKTINITIATIEVEN SCHOUWEN-DUIVELAND

In Schouwen-Duiveland spelen een aantal supermarktontwikkelingen. Voor de supermarktontwikkeling **Entree van Nieuwerkerk** is de vergunning al verleend, doch loopt er nog een beroep bij de Raad van State.³ Bij de kwantitatieve behoeftebepaling (zie volgend hoofdstuk) dient rekening te worden gehouden met deze uitbreidingsmeters. Jumbo en Aldi verplaatsen hier naar een supermarktcluster aan de zuidwestkant van de kern, direct aan de provinciale weg N59. Jumbo zal uitbreiden naar 1.350 m² wvo en Aldi zal 1.000 m² wvo gaan meten. Dat is samen een netto uitbreiding van 478 m² wvo.⁴

NETTO TOENAME	WVO	BVO
Aldi	145 (1.000 +/- 855)	125 (1.375 +/- 1.250)
Jumbo	333 (1.350 +/- 1.017)	240 (1.700 +/- 1.460)
Aldi + Jumbo	478	365

TABEL 1 NETTO TOEVOEGING SUPERMARKTMETERS ENTREE VAN NIEUWERKERK

Bron: gemeente Schouwen-Duiveland; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Daarnaast zijn er nog meer supermarktontwikkelingen op het eiland, die nog niet vergund zijn en derhalve ook niet tot de relevante plancapaciteit behoren:

- **Zierikzee.** Het betreft de voorliggende ontwikkeling van het Haringvlietplein. Er is ruimte voor twee supermarkten van in totaal maximaal 5.000 m² bvo (2 x 2.500 m² bvo), in beginsel één (hard) discounter (zijnde een verplaatser) en één full-service supermarkt (al dan niet verplaatsing). Overigens wenst ook de eigenaar van de bestaande Aldi de winkel beperkt uit te breiden.
- In **Renesse** speelt de ontwikkeling van De Dreef, de buffer tussen het centrum van Renesse en het Transferium. De zittende supermarkt wil hier naar toe verplaatsen. Daarnaast is er interesse vanuit discount.
- De ondernemer van de Albert Heijn in **Burgh-Haamstede** en **Bruinisse** wil beide winkels uitbreiden.

In onderstaande tabel is een volledig overzicht opgenomen van alle supermarktinitiatieven in Schouwen-Duiveland.

Als alle initiatieven worden gehonoreerd leidt dit tot een uitbreiding van het winkelvloeroppervlakte (wvo) van 5.404 m² (in bvo 5.606 m²)⁵, een toename van bijna 60% ten opzichte van het huidig supermarktaanbod van 9.276 m² wvo.

³ Diverse ondernemersverenigingen uit de omgeving, Spar Holding B.V., Lidl Nederland en Stichting Supermarkt Fonds Nederland VI hebben beroep aangetekend. De zitting bij de Raad van State heeft plaats gevonden op 12 augustus 2016. De uitspraak volgt nog.

⁴ Bij de netto toename is uitgegaan van het verschil tussen het feitelijk gebruik en de planologische ruimte die in het nieuwe bestemmingsplan is toegestaan, conform de lijn van de jurisprudentie.

⁵ In de huidige situatie houden diverse supermarkten relatief grote magazijnen aan om de vakantiepiek te kunnen opvangen; in een enkel geval worden niet alle bvo-meters benut. Met optimalisatie van de supermarkten worden de bvo-meters efficiënter benut. Dit verklaart het relatief kleine verschil tussen wvo en bvo.

LOCATIE & PROJECT	WVO 2016	WVO GEVRAAGD	EXTRA WVO	BVO 2016	BVO GEVRAAGD	EXTRA BVO
<u>Zierikzee</u>						
Aldi (U)	950	1.030	80	1.275	1.375	100
Albert Heijn (V+U)	1.064	2.000	936	1.531	2.500	969
Lidl (V+U)	1.064	1.750	686	1.400	2.500	1.100
2 ^e full-service (locatie AH)		1.064	1.064		1.531	1.531
Totaal Zierikzee	3.078	5.844	2.766	4.206	7.906	3.700
<u>Renesse</u>						
Jumbo (V+U)	816	1.600	784	1.000	2.000	1.000
<u>Burgh-Haamstede</u>						
Albert Heijn (U)	860	1.600	740	1.549	2.000	451
<u>Bruinisse</u>						
Albert Heijn (U+V)	964	1.600	636	1.600	2.000	400
<u>Nieuwerkerk</u>						
Aldi (U+V)	855	1.000	145	1.435	1.250	-185
Jumbo (U+V)	1.017	1.350	333	1.460	1.700	240
Totaal Nieuwerkerk	1.872	2.350	478	2.895	2.950	55
Subtotaal	7.590	12.994	5.404	11.250	16.856	5.606
Overig aanbod	1.650	1.650	0	2.140	2.140	0
Totaal Schouwen-Duiveland	9.240	14.644	5.404	13.390	18.996	5.606

TABEL 2 SUPERMARKTPLANNEN SCHOUWEN-DUIVELAND

Bron: Gemeente Schouwen-Duiveland

Legenda: U = Uitbreiding; V= Verplaatsing

1.3 BELEIDSKADER

PROVINCIE ZEELAND: OMGEVINGSPLAN ZEELAND 2012-2018 >>

In het Omgevingsplan Zeeland 2012-2018⁶ is benoemd dat de duurzaamheidsladder voor stedelijke ontwikkeling van toepassing is op detailhandel. Vanuit zorgvuldig ruimtegebruik, bundeling van functies en versterking van attractieve steden ziet de provincie (binnenstedelijke) kernwinkelgebieden als primaire vestigingsplaats voor detailhandel. Kernwinkelgebieden vervullen een belangrijke economische functie voor bewoners en toeristen en verdienen bescherming. Detailhandel in volumineuze of gevaarlijke goederen en detailhandel bedoeld voor laagfrequente, doelgerichte

⁶ Herziene versie van 2016

inkopen (zoals woon- en autobranche, doe-het-zelf, bruin- en witgoed, tuincentra) is toegestaan op de aan de (binnen)stadsrand gesitueerde PDV-locaties.

In het omgevingsplan zijn verschillende acties benoemd op het gebied van detailhandel:

- Verbeteren kwaliteit voorzieningenniveau.
- Verbeteren bereikbaarheid bovenlokale voorzieningen.
- Concentratie detailhandel in kernwinkelgebieden.
- Behoud en versterken huidige PDV/GDV concentratiegebieden.

Het Haringvlietplein is een van de PDV/GDV-concentratiegebieden waarvoor behoud en versterking aan de orde is. De locatie bevindt zich aan de rand van het centrum van Zierikzee en maakt deel uit van het (binnen)stedelijk gebied. Dit is een prima bereikbare en passende locatie om de boodschappenfunctie te concentreren. De beoogde ontwikkeling draagt bij aan het voorzieningenniveau van Zierikzee en Schouwen-Duiveland, zowel voor inwoners als toeristen.

GEMEENTE: DETAILHANDEL STRUCTUURVISIE >>

Bureau Stedelijke Planning heeft in 2014 een Visie op de supermarktstructuur Schouwen-Duiveland neergelegd. De hoofdlijn is hiervan overgenomen in de Detailhandel Structuurvisie (DSV), versie november 2015 (inclusief addendum), en is vastgesteld door de gemeente. Deze hoofdlijn staat nog steeds. In essentie gaat het om gerichte versterking van de (supermarkt)structuur en optimalisatie (binnen kaders) van de bestaande supermarkten.

Gerichte versterking supermarktstructuur

In de DSV is de volgende hiërarchie aangebracht als het gaat om versterking van de (supermarkt)structuur:

1. Zierikzee, als hoofdplaats van de gemeente. Moderne supermarkten dragen bij aan het versterken van de positie als regionaal verzorgend koopcentrum van het eiland. Destijds waren twee centrumrandlocaties in beeld, waaronder het Haringvlietplein. Op deze centrumrandlocatie kan het bezoek aan de supermarkt gecombineerd kan worden met een bezoek aan de binnenstad en de parkeervoorziening tevens als langparkeeropvanglocatie fungeren voor binnenstedelijk bezoek.
2. De Westhoek, Burgh-Haamstede en Renesse. De Westhoek van het eiland kent een veel sterkere toeristische functie dan de oostkant. De kernen Renesse en Burgh-Haamstede zijn goed voor meer dan 2,5 miljoen overnachtingen per jaar, 56% van alle toeristische overnachtingen op het eiland. Het detailhandelsaanbod in deze plaatsen is in grote mate gericht op deze toeristisch-recreatieve component.
3. Bruinisse, aan de Oosthoek, met een toeristische (waaronder waterrecreatie) functie.

Voor de andere kernen is behoud van supermarkten of speciaalzaken vanuit leefbaarheid wel wenselijk, maar is de supermarkt in maatvoering en functie lokaal verzorgend. De reeds vergunde supermarktontwikkeling Entree van Nieuwerkerk past niet in deze beleidslijn. Qua locatie (provinciale weg), opzet (twee supermarkten) en maatvoering krijgt dit supermarktcluster een sterk bovenlokale functie. Ook de gerealiseerde verplaatsing en uitbreiding van Plus in Scharendijke past niet in de beleidslijn.

Optimalisatie binnen kaders

In de DSV is deze beleidslijn verder uitgewerkt, met als belangrijke uitkomsten:

- Optimalisatie gaat boven nieuwvestiging. Met uitzondering van Zierikzee wordt er geen nieuwe supermarkt mogelijk gemaakt.
- Beperking in maatvoering, passend bij de beoogde functie van de betreffende plaats en supermarkt.

ADVIES BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>

In lijn met de beleidskaders adviseren wij:

1. In beginsel medewerking te verlenen aan optimalisatie van bestaande, verouderde supermarkten binnen:
 - a. het centrum c.q. de centrumrand;
 - b. de hoofdplaatsen Zierikzee, Renesse, Burgh-Haamstede en Bruinisse;
 - c. het oppervlakteplafond zoals vastgelegd in de DSV;
 - d. en dat bij verplaatsing de gemeente medewerking verleent aan een (indien noodzakelijk) verruiming van de invullingsmogelijkheden ter plaatse (qua bestemmingsplan) zodat de kans zo groot mogelijk wordt dat daar een alternatieve invulling komt, en de kans op verslechtering van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat wordt geminimaliseerd;
2. De prioritering in de winkel- en boodschappenstructuur ook leidend te laten zijn voor de verdeling van de distributieve mogelijkheden en beoordeling van nieuwe supermarktinitiatieven, dat wil zeggen:
 - a. Zierikzee als hoofdkern voorop;
 - b. gevolgd door Renesse en Burgh-Haamstede als belangrijkste toeristische plaatsen en;
 - c. tot slot Bruinisse

Onder deze randvoorwaarden passen initiatieven binnen beleidsuitgangspunten en kunnen ze ook de toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking doorstaan.

2 BEHOEFTE SUPERMARKTEN HARINGVLIETPLEIN

In dit tweede hoofdstuk is specifiek ingegaan op de behoefte van de supermarkten aan het Haringvlietplein in Zierikzee, zowel kwantitatief als kwalitatief. Daarbij zijn verschillende scenario's verkend (zie volgende paragraaf).

2.1 SCENARIO'S SUPERMARKTEN HARINGVLIETPLEIN

In fase 1 van het Haringvlietplein zijn twee supermarkten voorzien van elk maximaal 2.500 m² bvo. Het meest logisch is de combinatie van een full service supermarkt met een (hard) discounter, Lidl of Aldi. Beide zijn al gevestigd in Zierikzee. Het betreft een verplaatsing van één van beide. Zierikzee is namelijk te klein om twee (hard) discounter van dezelfde formule te herbergen. Voor de full service supermarkt gaan we uit van maximaal 2.500 m² bvo en 2.000 m² wvo, op basis van een wvo/bvo-verhouding van 0,8. Voor de (hard) discounter zal in geval van een verplaatsing van Lidl maximaal 2.500 m² bvo of circa 1.750 m² wvo gelden. Deze ruime wvo/bvo-verhouding heeft te maken met het nieuwe concept dat de betreffende (hard) discounter heeft gelanceerd. Er wordt een veel ruimer magazijn gecreëerd, zodat de winkel op ieder moment kan worden aangevuld. Tevens zijn er meer personeels- en trainingsruimtes, als ook extra services voor de klant zoals toiletten. De netto toevoeging bedraagt 686 m² wvo en 1.100 m² bvo. In geval van een verplaatsing van Aldi vallen bvo- en wvo-metrages lager uit. In onderstaande scenario's zijn we uitgegaan van de maxima bij een verplaatsing van Lidl.

Voor de tweede (full-service) supermarkt zijn drie scenario's denkbaar:

1. Scenario 1: Verplaatsing centrumsupermarkt. De supermarkt vertrekt uit het centrum en verplaatst naar het Haringvlietplein. De supermarkt zal tevens worden vergroot van circa 1.050 m² wvo naar 2.000 m² wvo (2.500 m² bvo). De supermarkt in het centrum zal verdwijnen en er zal géén andere supermarkt voor terugkomen.
2. Scenario 2: Behoud kleine(re) centrumsupermarkt. De centrumsupermarkt van Zierikzee verplaatst net als in scenario 1 naar het Haringvlietplein en vergroot ook van circa 1.050 m² wvo naar 2.000 m² wvo (2.500 m² bvo). Er blijft een mogelijkheid voor een kleinere supermarkt van circa 480-640 m² wvo (600 – 800 m² bvo) in het centrum.
3. Scenario 3: nieuwe full-service supermarkt. Albert Heijn opteert voor een nieuwe supermarkt op het Haringvlietplein. Op de bestaande supermarkt aan de Lange Nobelstraat 28 rust een huur- en exploitatieverplichting tot 2022/2023. Op dat moment (dus bij expiratie van hun huidige huurtermijn) bepalen zij of ze deze locatie aanhouden of opzeggen. Er bestaat een kans dat daarna een nieuwe supermarkt in het centrum opent.

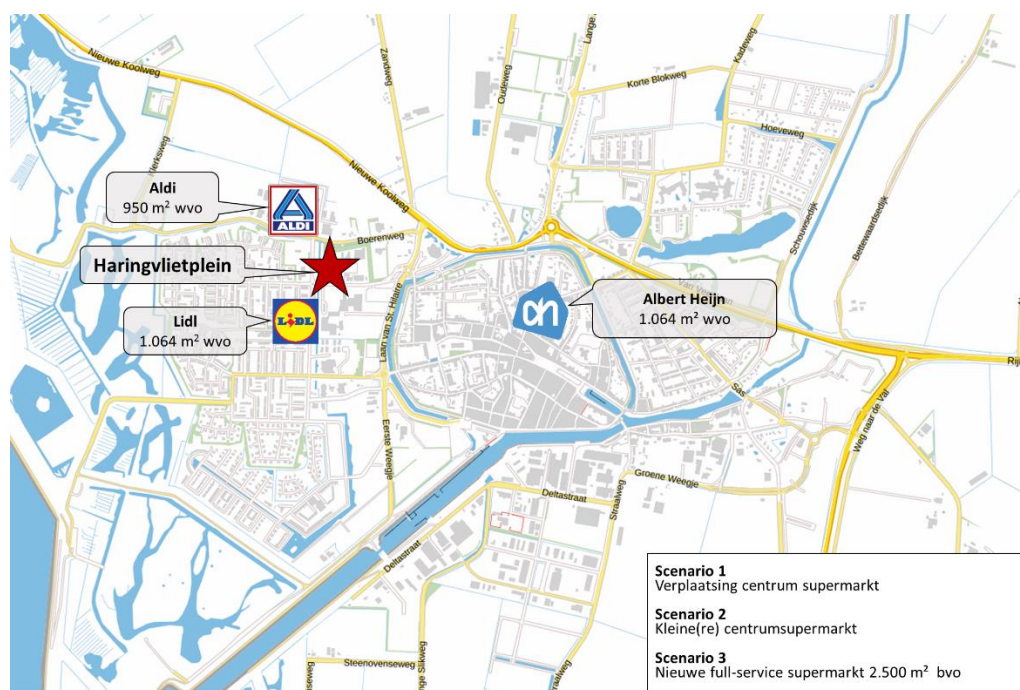
N.B.: In alle scenario's is het denkbaar dat de nieuwe supermarkten minder dan de maximummaat gaan meten. De effecten nemen dan navenant (met het metrage) af.

NETTO TOENAME (VERPLAATSING HD + VERPLAATSING / NIEUWVESTIGING FS)	WVO	BVO
Scenario 1 Verplaatsing centrumsupermarkt	1.622 (686 + 936)	2.069 (1.100 + 969)
Scenario 2 Kleine(re) centrumsupermarkt	2.262 (686 + 1.576)	2.869 (1.100 + 1.769)
Scenario 3 Nieuwe full-service supermarkt 2.500 m ²	2.686 (686 + 2.000)	3.600 (1.100 + 2.500)

TABEL 3 NETTO TOEVOEGING SUPERMARKTMETERS HARINGVLIETPLEIN NAAR SCENARIO

Bron: Bureau Stedelijke Planning

In de voorgaande tabel is de netto toevoeging aan supermarktmeters samengevat. Het linker getal tussen de haakjes is daarin de uitbreiding van de discountsupermarkt, het rechtergetal is de totale uitbreiding van de full-servicesupermarkt(en) die per scenario verschillend is.



FIGUUR 3 HUIDIG AANBOD ZIERIKZEE EN PROJECTLOCATIE

Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

2.2 KWANTITATIEVE TOETS

De kwantitatieve behoefte is de som van de te verwachte (extra) vraag in het onderzoeksgebied voor de komende jaren minus de (relevante) plancapaciteit. Het geijkte instrument voor de bepaling van de kwantitatieve behoefte is een distributieve berekening (DPO). De uitkomst van een DPO geeft zowel voor de huidige (2016) als toekomstige situatie (tien jaar; 2026) een indicatie van de ontwikkelingsmogelijkheden voor de dagelijkse of supermarktsector.

Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden van het aanbod kunnen worden verklaard door een te verwachten groei van het bevolkingsdraagvlak, door een bovengemiddeld functioneren van het huidige aanbod en/of door een groei in ambitie: een hogere, maar wel te verantwoorden binding en toevloeiing. Ook een combinatie hiervan kan optreden.

INDICATIE BEHOEFTE SUPERMARKTEN SCHOUWEN-DUIVELAND	DSV 2014	BSP 2016 MIN 2016/2026	BSP 2016 PLUS1 2016/2026	BSP 2016 PLUS2 2016/2026
Inwoners	34.040	33.821	33.821	33.821
Bestedingen per hoofd (€)	€ 1.840	€ 2.022	€ 2.022	€ 2.150
Bestedingspotentieel (€ mln)	€ 63	€ 68	€ 68	€ 73
Bestedingspotentieel (€ mln, incl inkomenscor.)	€ 63	€ 69	€ 69	€ 73
Koopkrachtbinding	100%	100%	100%	100%
Gebonden bestedingen (€ mln)	€ 63	€ 69	€ 69	€ 73
Koopkrachttoevloeiing	30%	25%	25%	25%
Omzet door toevloeiing (€ mln)	€ 27	€ 23	€ 23	€ 24
Totale bestedingen (€ mln)	€ 90	€ 92	€ 92	€ 97
Gemiddelde vloerproductiviteit (€/m² wvo)	€ 8.260	€ 8.381	€ 7.800	€ 8.381
Gerealiseerde vloerproductiviteit (€/m² wvo)	€ 9.179	€ 9.879	€ 9.879	€ 10.504
Haalbaar aanbod (in m² wvo)	10.887	10.934	11.748	11.626
Gevestigd aanbod (in m² wvo)	9.797	9.276	9.276	9.276
Uitbreidingsruimte in m² wvo	1.090	1.658	2.472	2.350

In bovenstaande DPO berekening staat de distributieve ruimte in winkelvloeroppervlakte weergegeven. Deze berekening is gebaseerd op de meest recente kengetallen, zoals Omzetkengetallen Detailhandel 2015 (StiDEM, juni 2016, met medewerking van Bureau Stedelijke Planning). Bij de koopkrachttoevloeiing is rekening gehouden met de supermarkten op

vakantieparken. Hiervoor is rekening gehouden met een afslag van 5% op de koopkrachttoevloeiing van 30%.⁷

N.B.: We gaan uit van eenzelfde distributieve ruimte voor 2016 en 2026. Het inwoneraantal daalt licht (met circa 200 inwoners de komende tien jaar volgens de meest recente Primos-prognoses), maar dit wordt vermoedelijk meer dan gecompenseerd door extra toeristische toevloeiing. Alle andere parameters blijven gelijk, waardoor er naar de toekomst toe de uitkomst min of meer gelijk blijft.

We becijferen een distributieve ruimte van minimaal 1.650 m² wvo voor supermarkten in Schouwen-Duiveland de komende tien jaar. Ten opzichte van het DSV 2014 geldt dat de uitkomst zo'n 550 m² wvo hoger uitkomt. Dit heeft te maken met een hogere bestedingen per hoofd (die voor een deel weer gecompenseerd wordt door hogere vloerproductiviteiten) en minder supermarktmeters in gebruik. De 1.650 m² wvo kan als minimum worden beschouwd.

Bij bovenstaande DPO zijn de volgende twee nuances belangrijk:

- De gemiddelde vloerproductiviteit (in € per m² wvo) is een landelijk gemiddelde. In Schouwen-Duiveland liggen de huisvestingslasten lager dan in stedelijk gebied. Hierdoor is **een lagere gemiddelde vloerproductiviteit voldoende** om een stabiele omzet te bereiken. Als de vloerproductiviteit van landelijk gemiddeld € 8.381 bijvoorbeeld wordt verlaagd naar € 7.800 per m² wvo ontstaat er een uitbreidingsruimte van 2.450 m² wvo, 800 m² meer dan in de minimum variant. Dit is weergegeven in de kolom BSP PLUS1 2016/2026 in de tabel op de vorige pagina.
- Naast een ruimere uitbreidingsruimte door een lagere vloerproductiviteit kan er nog een nuance worden aangebracht aan de DPO. In Schouwen-Duiveland heeft de supermarkt **een belangrijke(re) functie voor de lokale bevolking**. In de kleine kernen op het eiland is door het kleine draagvlak geen plaats voor versspecialzaken zoals een bakker of slager. Deze functies neemt de supermarkt over. Hierdoor stijgen de bestedingen in de supermarkt. Bijvoorbeeld: als de bestedingen per hoofd stijgen van € 2.022 naar € 2.150 betekent dit dat de uitbreidingsruimte zal toenemen met circa 700 m² wvo tot 2.350 m² wvo. Zie hiervoor de laatste kolom BSP PLUS2 2016/2026 in de tabel op de vorige pagina.

Het gecumuleerd effect van beide constatering is 1.500 m² wvo extra uitbreidingsruimte, in totaal 3.150 m² wvo. Dit kan beschouwd worden als bovengrens. Ervan uitgaande dat er in realiteit een middenweg tussen deze twee scenario's (MIN en MAX) gevonden zal worden wordt de uitbreidingsruimte geïndiceerd op **ca. 2.400 m² wvo (het midden tussen 1.650 en 3.150 m² wvo)**.

⁷ We schatten de supermarktomzet van de vakantiesupermarkten op circa € 4,6 miljoen op jaarbasis. Dit komt overeen met 5% van de becijferde toevloeiing, vandaar de afslag van 5%. Zoals eerder gememoreerd is slechts een klein deel van de vakantiesupers is het gehele jaar geopend (meestal betreft het seizoen exploitatie, en dan ook nog met beperkte openingstijden), de vloerproductiviteit ligt op circa de helft van reguliere supermarkten bij jaarroond opening, branchevreemd assortiment maakt circa 1/3 uit van de omzet en specifieke artikelgroepen maken groot deel uit van omzet, specifiek brood (20-25%).

Er moet evenwel rekening worden gehouden met de netto toename van het aantal supermarktmeters in de Entree van Nieuwerkerk van 478 m² wvo. Dan resteert **1.900 m² wvo** (berekening: 2.400 -/ 478), in brandbreedte 1.150 tot 2.650 m² wvo.

Deze becijferde behoefte van circa 1.900 m² wvo geldt voor geheel Schouwen-Duiveland. Het eiland strekt zich uit van oost naar west over een afstand van 30 kilometer. In de werkelijkheid is sprake van verschillende deelgebieden. In paragraaf 1.3 is al gememoreerd dat de gewenste hiërarchie ook leidend is bij de verdeling van de distributieve mogelijkheden. Dat wil zeggen, Zierikzee voorop (prioriteit 1), gevolgd door Renesse en Burgh-Haamstede (prioriteit 2) en tot slot Bruinisse (prioriteit 3).

CONFRONTATIE BEHOEFTE MET INITIATIEF >>

In de voorliggende scenario's voor het Haringvlietplein geldt een uitbreiding van het supermarktareaal met minimaal 1.622 m² wvo (scenario 1 'Verplaatsing centrumsupermarkt') tot maximaal 2.686 m² wvo (scenario 3 'Nieuwe full-service supermarkt'). Dit past in beginsel binnen de (bandbreedtes van de) becijferde behoefte 1.150 tot 2.650 m² wvo.

In alle scenario's speelt dat de geconstateerde behoefte grotendeels (circa twee derde in het scenario 1 'Verplaatsing centrumsupermarkt'⁸) tot in zijn geheel (bij scenario 3, 'Nieuwe full-service supermarkt') wordt geclaimd door de supermarktinitiatieven in Zierikzee. Er resteert dan in beginsel beperkte ruimte voor uitbreiding van andere supermarkten op het eiland: 300 tot 1.000 m² wvo in scenario 1 tot geen ruimte in scenario 3. Dit wil niet zeggen dat optimalisatie en uitbreiding van supermarkten elders van de baan zijn. De kwalitatieve argumentatie is dan echter doorslaggevend.

2.3 KWALITATIEVE TOETS

Bij de uiteindelijke toekenning van nieuwe supermarktmeters zijn kwalitatieve argumenten doorslaggevend. Hierop is in deze paragraaf ingegaan.

OPTIMALISATIE SUPERMARKTEN >>

De meeste supermarktorganisaties hanteren tegenwoordig bij een nieuwe vestiging een ondergrens in metrage van 1.200 m² wvo (circa 1.500 m² bvo) en zien 1.600 tot 2.000 m² wvo (2.000 tot 2.500 m² bvo) in de regel als een ideale maatvoering. De twee beoogde supermarkten op het Haringvlietplein meten beide 2.500 m² bvo. Daarmee wordt een grote en moderne maat verkregen.

Geen enkele supermarkt in Zierikzee of elders op het eiland kent momenteel een dergelijke maatvoering. In bijlage 2 zijn alle supermarktinitiatieven op het eiland opgenomen. Te zien is dat naast Zierikzee ook de supermarkten in Burgh-

⁸ In het scenario 1 $1.635 / 2.650$ (max) = 62% en $1.635 / 1.900$ (midden) = 86%

Haamstede, Renesse en Bruinisse koersen op de ideaalmaat van 1.600 m² wvo (2.000 m² bvo)

N.B.: Aldi vormt hierop een uitzondering. Aldi heeft een veel beperkter assortiment dan andere supermarkten en wenst circa 1.100 m² wvo (1.400 m² bvo). Uitbreiding en optimalisatie van supermarkten is ingegeven door wensen vanuit de consument en retailer, te weten:

- **Meer comfort.** Een grotere en ruimer opgezette winkel biedt de klant meer comfort. In hernieuwde supermarkten wordt er meer ruimte gecreëerd voor beweging, bredere gangpaden⁹, lagere schappen (meer overzicht en transparantie) en services voor consument (bijvoorbeeld toiletten) en personeel (bijvoorbeeld trainingsruimte).
- **(Specifieke) assortimentsuitbreiding.** Grote(re) supermarkten bieden uiteraard ook meer assortiment. Naast standaardproducten is er vooral meer ruimte voor (vers)beleving, bijzondere producten (bijvoorbeeld streek- of seizoensproducten) en acties (ook seizoensaanbiedingen).
- **Opvang seizoenspieken.** Specifiek voor de supermarkten met een toeristische functie geldt dat er meer ruimte nodig is om de grote pieken in het hoogseizoen op te vangen. Dit speelt te meer daar toeristen vaak onbekend zijn met de winkel(indeling) en daardoor meer moeten zoeken dan gebruikelijk, met extra bewegingen en een langere verblijfstijd tot gevolg

Kortom, de wens tot modernisering en uitbreiding van supermarkten is zowel ingegeven vanuit kwalitatieve motieven (meer comfort) als kwantitatieve (breder assortiment).

VERSTERKING HOOFDPLAATS ZIERIKZEE >>

Zierikzee is de hoofdplaats van de gemeente en heeft een bovenlokale functie. Zierikzee is de enige plaats op het eiland met een ruim niet-dagelijks aanbod. Om de positie van Zierikzee als belangrijkste aankoopplaats binnen de gemeente te waarborgen, is versterking van de supermarktstructuur alhier gewenst. De supermarkten zorgen namelijk voor een grote, continue en deels nieuwe klantenstroom, waarvan ook andere lokale ondernemers meeprofiteren.

LOCATIE/OPZET HARINGVLIETPLEIN UITERMATE GESCHIKT >>

Op het Haringvlietplein zijn twee grote supermarkten voorzien, die eventueel gefaseerd kunnen worden ontwikkeld (fase 1a en fase 1b). De combinatie van een moderne full-service supermarkt en een moderne (hard) discounter is een beproefd recept, welke zich in de praktijk heeft bewezen. Dergelijke formules vullen elkaar aan.

⁹ Dit maakt een efficiëntere bevoorrading mogelijk, daar dan ook overdag bijgevuld kan worden.

Het Haringvlietplein wordt optimaal ingericht om functioneel boodschappen te doen. Er is niet alleen veel comfort in de winkel (zie ook kopje 'optimalisatie supermarkt'), maar ook rondom de winkel. De locatie is snel bereikbaar vanuit geheel Schouwen-Duiveland, zowel per auto als per fiets en er zijn ruim voldoende goede parkeerplaatsen beschikbaar. Ook biedt het Haringvlietplein ruimte voor efficiënt laden en lossen met weinig hinder voor omwonenden.

In combinatie met de geplande GDV zal het Haringvlietplein een belangrijke functie vervullen voor een groot deel van het eiland.

SCENARIOGEBONDEN KWALITATIEVE ASPECTEN >>

Naast deze meer algemene kwalitatieve argumenten zijn er ook scenariogebonden kwalitatieve aspecten. Deze zijn onderstaand toegelicht.

Scenario 1 Verplaatsing centrumsupermarkt

In dit scenario verdwijnt een belangrijke trekker uit het centrum van Zierikzee. De andere centrumwinkels missen daardoor enige klandizie. Anderzijds zal de parkeerdruk in het centrum afnemen, en daarmee meer parkeerruimte ontstaan voor de overige winkels en voorzieningen in het centrum. Het nieuwe Haringvlietplein zal worden ingericht om deze hoge auto- en parkeerdruk aan te kunnen.

Scenario 2 Kleine(re) centrumsupermarkt

In dit scenario zal een kleine(re) supermarkt in het centrum behouden blijven. Doordat de supermarkt flink kleiner wordt en minder ingericht is op de grote boodschap (lees autoklanten), zal de parkeerdruk in het centrum eveneens fors afnemen. In dit scenario zal een deel van de passantenstroom die de supermarkt in de huidige situatie genereert voor de andere centrumondernemers behouden blijven ten behoeve van de andere winkels en voorzieningen in het centrum.

Scenario 3 Nieuwe full-service supermarkt

In dit scenario zal de supermarkt in het centrum behouden blijven zoals in de huidige situatie. De supermarkt krijgt er wel een concurrent bij waardoor de intensiteit van de passantenstroom wat zal afnemen. Daardoor neemt ook de parkeerdruk in het centrum iets af.

De nieuwe supermarkt op het Haringvlietplein wordt dan de nieuwe moderne supermarkt voor de reguliere weekboodschappen in de plaats en gemeente. De bestaande centrumsupermarkt krijgt dan meer een functie voor centrumbewoners en -bezoekers. Een rol die voorheen de SPAR-supermarkt (inmiddels gesloten) in de binnenstad innam. Een dergelijke centrumsupermarkt kan ook met minder meters uit dan een reguliere full-service supermarkt.

3 EFFECTEN EN AFWEGING SUPERMARKTEN

Vaste lijn van de jurisprudentie is dat de beoogde ontwikkeling niet mag leiden tot overcapaciteit c.q. sterk oplopende leegstand en daarmee aantasting van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat. In dit hoofdstuk zijn de effecten op de omzet en de leegstand inzichtelijk gemaakt (paragraaf 2.1) Aan de hand van deze effecten en de uitkomsten is afweging gemaakt per scenario (paragraaf 2.2). Afgesloten is met een toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

3.1 EFFECTEN OP OMZET EN LEEGSTAND

In de onderstaande tabel zijn de omzeteffecten (of verdringingseffecten) en het leegstandseffect weergegeven. Voor het omzeteffect is een bandbreedte gebruikt.

- Het omzeteffect is berekend door de extra omzetclaim van de ontwikkeling af te zetten tegen de omzetclaim van de bestaande supermarkten. De extra omzetclaim verschilt per scenario, variërend van € 10,1 tot € 21,0 miljoen. Dit verschil wordt gecreëerd door de variatie aan (uitbreidings)meters dat voor ieder scenario geldt¹⁰. Voor het berekenen van de extra omzetclaim is gebruik gemaakt van een gemiddelde vloerproductiviteit van € 8.381 voor nieuwe meters (landelijk gemiddeld omzetkengetal) en € 6.174 per m² wvo voor uitbreidingsmeters. Bij uitbreiding van een supermarkt kan namelijk niet worden uitgegaan van een omzetgroei die één-op-één gelijk is aan de uitbreiding van het metrage. Verwacht wordt dat de uitbreidingsmeters de helft tot driekwart van de gerealiseerde vloerproductiviteit per m² wvo in de gemeente opbrengen¹¹.
- Normaliter zou het verdringingseffect kunnen oplopen tot de helft van de extra omzetclaim van de nieuwe supermarkten. De andere helft is versnipperd afkomstig van buiten het primair verzorgingsgebied, van andere type aanbieders en ook van marktverruiming. Echter, in het geval van Zierikzee wordt gerekend met een bandbreedte waarin het verdringingseffect kan oplopen tot maximaal twee derde van de extra omzetclaim van de nieuwe supermarkt. Dit heeft onder andere te maken met de fysieke barrières waar een eiland als Schouwen-Duiveland mee te maken heeft, waardoor een afgesloten primair verzorgingsgebied ontstaat (nauwelijks afvloeiing van bestedingspotentieel, maar ook nauwelijks

¹⁰ Omzetclaim = uitbreidingsmeters * gemiddelde vloerproductiviteit uitbreidingsmeters + nieuwe meters * gemiddelde vloerproductiviteit landelijk.

¹¹ Dit is gesteld op € 6.174. Gebaseerd op eerder onderzoek zijn uitbreidingsmeters goed voor de helft tot driekwart van de gerealiseerde vloerproductiviteit in de gemeente. In het geval van Schouwen-Duiveland is dit $9.879 \times 0,5 = € 4.939$ tot $9.879 \times 0,75 = € 7.409$. Hier het gemiddelde van is € 6.174.

bestedingen van bewoners van naastgelegen gemeenten, niet zijnde toeristen).

- Geprojecteerd op de **totale bestaande supermarktomzet op het eiland** (vloerproductiviteit * aanbod) varieert het omzeteffect van 5,5% tot 15,4%.

	OMZETEFFECT IN %	LEEGSTANDS- EFFECT IN % (50% OMZET)	LEEGSTANDS- EFFECT IN M² WVO
Scenario 1 <i>Verplaatsing centrumsupermarkt</i>	5,5% - 7,3%	2,7 - 3,7%	255 - 340
Scenario 2 <i>Kleine(re) supermarkt centrum</i>	8,7% - 11,7%	4,4% - 5,9%	405 - 545
Scenario 3 <i>Nieuwe full-service supermarkt</i>	11,5% - 15,4%	5,7% - 7,7%	530 - 710

TABEL 4 KWANTITATIEVE BEHOEFTE SUPERMARKT ZIERIKZEE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Het leegstandseffect in m² wvo geeft de winkelvloeroppervlakte aan dat door de komst van de nieuwe supermarkten leeg zou kunnen komen te staan.¹² Het lagere getal bij ieder scenario geldt bij een verdringingseffect aan de onderkant van de bandbreedte, het hogere getal voor een verdringingseffect aan de bovenkant van de bandbreedte.
- Voor de toename van leegstand gaan we ervan uit dat elke 1% omzeterderving leidt tot een leegstandtoename van 0,5% van het huidige gevestigde aanbod. Omzeterderving gaat immers niet 1-op-1 gepaard met een stijging van de leegstand: een (kleine) omzeterdaling brengt ondernemers niet direct in de gevarenzone. Daar waar dit mogelijk wel dreigt zullen ondernemers er alles aan doen de exploitatie te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten of ondernemers fee) en/of verhoging van de omzet. Mocht het aanbod (Q) toenemen, dan daalt de prijs (P) van vastgoed vermoedelijk, wat weer (meer) vraag oproept. Dit staat bekend als de prijselasticiteit van de vraag.
- Het theoretisch leegstandseffect ligt tussen de 255 en 710 m² wvo.

De belangrijkste conclusies luiden:

- De effecten zijn het grootst in het derde scenario (nieuwe full-service supermarkt). De omzeteffecten lopen in theorie op tot meer dan 10%, de leegstand tot meer 500 m² wvo
- In de scenario's 1 en 2 zijn de effecten (beduidend) lager, maar nog wel merkbaar.

¹² Berekening: verdringingseffect/2*aantal supermarktmeters (9.276)

Herinvulling achterblijvende panden

Afhankelijk van het scenario blijven er één of twee panden achter door verplaatsing van supermarkten. Het gaat sowieso om het pand van Lidl (woongebied in het westelijk deel van Zierikzee) en in scenario 1 en 2 ook om (een deel van) het pand van Albert Heijn (binnenstad). Momenteel is de stand van zaken als volgt:

- Het achterblijvende pand van LIDL is in eigendom van LIDL en zal na het vertrek van de supermarkt een andere bestemming (niet zijnde detailhandel) krijgen. De herontwikkelingsmogelijkheden worden momenteel door LIDL onderzocht. Lidl verplaatst over een kleine afstand, waardoor haar verzorgende functie voor het westelijk deel van Zierikzee gehandhaafd blijft.
- Albert Heijn opteert voor een nieuwe supermarkt op het Haringvlietplein. Op de bestaande supermarkt aan de Lange Nobelstraat 28 rust een huur- en exploitatieverplichting tot 2022/2023. Op dat moment (dus bij expiratie van hun huidige huurtermijn) bepalen zij of ze deze locatie aanhouden of opzeggen. Mocht Albert Heijn toch te zijner tijd vertrekken dan zijn er goede herinvullingsmogelijkheden voor het bestaande pand. Het pand maakt integraal deel uit van het historisch centrum van Zierikzee en de parkeervoorziening alhier fungeert als belangrijk bronpunt.
- Action heeft met de gemeente een intentieverklaring getekend waarin zij aangeven dat ze willen verplaatsen naar het centrum. De huidige locatie van Albert Heijn is een optie.

Conclusie: door de herontwikkeling van het bestaande LIDL pand en goede herinvullingsmogelijkheden van het bestaande pand van Albert Heijn zal er naar alle waarschijnlijkheid geen sprake zijn van (een toename van de) relevante leegstand.

3.2 AFWEGING

In de onderstaande tabel staan per scenario de afwegingen met betrekking tot de **kwantitatieve en kwalitatieve behoefte, effecten en wensen**. Deze criteria zijn als volgt:

- Wat is het **effect op het centrum van Zierikzee**? Hierbij is vooral rekening gehouden met of er wel of geen supermarkt in het centrum blijft en wat dat doet met de parkeerdruk en passantenstroom.
- Wat is het **effect op de supermarktstructuur**? Hierbij is rekening gehouden met de verdeling van supermarkten over de kern van Zierikzee en de gemeente als geheel.
- **Toets aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (LDV)**, doorstaat het scenario de toets aan de ladder?
- Wat is het effect van het scenario op de **functie van Zierikzee als hoofdplaats** binnen de gemeente?

- **Wens van ondernemers;** wat zien de overige ondernemers/eigenaren van winkels/panden in Zierikzee het liefst gebeuren?
- **Wens van gemeente;** welk scenario geeft de gemeente de meeste kans van slagen?

Legenda

++ = Zeer positief, + = Positief, 0 = Neutraal, - = Negatief, - - = Zeer negatief

CRITERIUM	SCENARIO 1 (VERPLAATSING)	SCENARIO 2 (KLEINE CENTRUM SUPERMARKT)	SCENARIO 3 (NIEUWE FS SUPERMARKT)
Behoeftte kwantitatief	++	+	0
Behoeftte kwalitatief	+	++	++
Effect centrum	-	-/0	0
Effect supermarkten	0/-	-	- -
Effect supermarktstructuur	+	++	++
Effect functie Zierikzee	0/+	+	+
Wens (centrum)ondernemers/ gemeente	-	+	+
Eindoordeel	Alternatief	Voorkeur	Alternatief

TABEL 5 SCENARIO'S EN AFWEGING SUPERMARKTONTWIKKELING HARINGVLIETPLEIN

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Scenario 2 Kleine(re) centrumsupermarkt geniet de voorkeur

Het scenario met behoud van een kleine(re) centrumsupermarkt heeft de voorkeur. Dit scenario voorziet in een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte. De (negatieve) effecten blijven binnen de perken. De supermarkt blijft in verkleinde vorm behouden voor het centrum. De parkeerdruk neemt af, enerzijds doordat er minder parkeerbehoefte is en anderzijds doordat het Haringvlietplein een deel van druk opvangt. Dit geeft het centrum meer lucht. Het is evenwel de vraag of er voor een kleinere centrumsupermarkt interesse is vanuit de markt. Tekenend in dit verband is de eerdere sluiting van Spar in het centrum van Zierikzee.

Scenario 1 Verplaatsing centrumsupermarkt en scenario 3 Nieuwe full-service supermarkt alternatieven

Als er geen markt is voor een kleinere centrumsupermarkt is verplaatsing van de centrumsupermarkt (scenario 1) een optie. Verplaatsing van de centrumsupermarkt past ruim binnen de becijferde distributieve ruimte en de (negatieve) ruimtelijke effecten zijn mede daardoor beperkt.

In het geval dat een nieuwe full service supermarkt toetreedt op het Haringvlietplein (en de centrumsupermarkt op de huidige locatie en omvang blijft) krijgt de consument de meeste keus aan (modern) supermarktaanbod. De positie

van het centrum wijzigt nauwelijks, daar de centrumsupermarkt blijft. Albert Heijn opteert voor een nieuwe supermarkt op het Haringvlietplein. Op de bestaande supermarkt aan de Lange Nobelstraat 28 rust een huur- en exploitatieverplichting tot 2022/2023. Bij expiratie van de huidige huurtermijn bepaalt Albert Heijn of ze deze locatie aanhouden of opzeggen. Bij opzegging is er een kans dat daarna een nieuwe supermarkt in het centrum opent. In het scenario dat er een supermarkt blijft in het centrum wordt vrijwel de gehele distributieve ruimte op het eiland geclaimd en zijn de effecten het grootst.

3.3 TOETS LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

Bij de vaststelling van bestemmingsplannen dient aan een aantal (proces)vereisten te worden voldaan op grond van de vereiste toelichting zoals voorgeschreven in artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening (ook wel de 'ladder voor duurzame verstedelijking') en recente jurisprudentie. Kort samengevat is van belang:

- Het aantonen van **actuele (regionale) behoefte** aan de nieuwe ontwikkeling (eerste trede van de ladder).
- De vraag of de regionale behoefte **op te vangen valt binnen het bestaand stedelijk gebied in de regio** (tweede trede van de ladder).
- De gevolgen of **effecten op de structuur, leegstand en het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat** voortvloeiend uit een (tussen)uitspraak van de Raad van State inzake het centrumplan Emmeloord en daarop volgende uitspraken.
- Het aspect van '**duurzame ontwrichting**' (uitspraken onder meer Sugar City, De Marne en Bergen op Zoom). In de jurisprudentie geldt als doorslaggevend criterium voor duurzame ontwrichting de vraag of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen.

Trede 1: Is er een actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte aan de herontwikkeling en uitbreiding van het winkelareaal op het Haringvlietplein in Zierikzee?

In de voorliggende scenario's voor het Haringvlietplein geldt een uitbreiding van minimaal 1.622 m² wvo (scenario 1 'Verplaatsing centrumsupermarkt') tot maximaal 2.686 m² wvo (scenario 3 'Nieuwe full-service supermarkt'). Dit past in beginsel binnen de (bandbreedtes van de) becijferde behoefte van 1.150 tot 2.650 m² wvo.

In alle scenario's speelt dat de geconstateerde behoefte grotendeels tot in zijn geheel wordt geclaimd door de supermarktinitiatieven in Zierikzee. Er resteert dan in beginsel beperkte tot geen (kwantitatieve) ruimte voor uitbreiding van andere supermarkten op het eiland.

De komst van twee supermarkten naar het Haringvlietplein voorziet in de behoefte van de versterking van de bestaande supermarktstructuur. Het is aan

te bevelen de kwantitatieve uitbreidingsruimte in beginsel toe te bedelen aan de supermarktontwikkeling van het Haringvlietplein. Zierikzee is de hoofdplaats van de gemeente en versterkt op die manier deze positie.

Trede 2: Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied binnen deze regio, door transformatie of herstructurering hiervan?

Deze regionale behoefte wordt door transformatie en herstructurering van het Haringvlietplein opgevangen binnen het bestaand stedelijk gebied. De herontwikkeling zorgt voor een opwaardering van dit gebied en een versterking van de bestaande supermarktstructuur.

Trede 3: Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een locatie gezocht te worden die multimodaal ontsloten is of kan worden voor het opvangen van die behoefte

Aangezien de behoefte binnen bestaand stedelijk gebied wordt opgevangen heeft er geen toetsing aan de derde trede plaats te vinden.

Effecten op leegstand

De effecten op de leegstand variëren voor ieder scenario. Deze zijn besproken in paragraaf 2.1. De effecten zijn het grootst in het derde scenario (nieuwe full-service supermarkt). De omzeteffecten lopen in theorie op tot 10% of meer, de leegstand tot 740 m² wvo. In de scenario's 1 en 2 zijn de effecten beduidend lager. In alle scenario's geldt dat de effecten niet van dien aard zijn dat er sprake is van sterk oplopende leegstand en daarmee aantasting van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat.

Aspect 'duurzame ontwricting'

Jurisprudentie wijst uit dat van duurzame ontwricting alleen sprake kan zijn op het gebied van de eerste levensbehoeften, welke voor de consument op aanvaardbare afstand van de eigen woning moeten liggen. Van een structuur versturende werking of 'duurzame ontwricting' zal geen sprake zijn. Inwoners van Schouwen-Duiveland (en Zierikzee) behouden in alle scenario's minimaal een gelijk aantal alternatieven op korte afstand.

BIJLAGE 1 OVERZICHT VAKANTIESUPERMARKTEN



FIGUUR 4 OVERZICHT VAKANTIESUPERMARKTEN SCHOUWEN-DUIVELAND

Bron: Bureau Stedelijke Planning

LET.	WOONPLAATS	STRAAT	NR.	FORMULE	ORGANISATIE	WVO
A	Renesse	Lagezoom	23	Attent op Vakantie	Spar Holding	150
B	Renesse	Roelandsweg	8	Attent op Vakantie	Spar Holding	200
C	Renesse	Hoogenboomlaan	42	Eigen	Plus Retail	650
D	Renesse	Rampweg	14	Eigen	Van Tol BV	100
E	Renesse	Hoogezoom	112	Eigen	Spar Holding	300
A	Renesse	Lagezoom	15	Eigen	Van Tol BV	15
C	Renesse	Hoogenboomlaan	7	Recra foods&goods	Van Tol BV	325
H	Renesse	Scharendijkseweg	8	Spar	Spar Holding	100
I	Burgh-Haamstede	Kloosterweg	87	Attent op Vakantie	Spar Holding	400
J	Burgh-Haamstede	Esdoornweg	1	Attent op Vakantie	Spar Holding	300
K	Burgh-Haamstede	Lageweg	25	Attent op Vakantie	Spar Holding	100
L	Burgh-Haamstede	De Maire	9	Attent op Vakantie	Spar Holding	300
M	Bruinisse	Hageweg 't Centrum	267	Eigen	Spar Holding	550
N	Brouwershaven	Heernisweg	1	Attent op Vakantie	Spar Holding	650
O	Scharendijke	Kuijerdamseweg	39	Eigen	Spar Holding	100
P	Scharendijke	Boutlaan	1	Eigen	Van Tol BV	150
	Burgh-Haamstede	Noordstraat	16	Spar	Spar Holding	680
	TOTAAL					5.070

TABEL 6 VAKANTIESUPERMARKTEN SCHOUWEN-DUIVELAND

Bron: Supermarktgids april 2016

BIJLAGE 2 SUPERMARKTINITIATIEVEN SCHOUWEN-DUIVELAND

In onderstaande tabellen zijn alle supermarktinitiatieven op het eiland opgenomen.

MODERNISERING SUPERMARKTEN >>

Momenteel heeft geen enkele supermarkt in Zierikzee of elders op het eiland een moderne maatvoering. Met uitzondering van Aldi hanteren de meeste tegenwoordig bij een nieuwe vestiging een ondergrens in metrage van 1.200 m² wvo (circa 1.500 m² bvo) en zien 1.600 tot 2.000 m² wvo (2.000 tot 2.500 m² bvo) in de regel als een ideale maatvoering. Uit de tabel valt af te lezen dat de supermarkten in Burgh-Haamstede, Renesse en Bruinisse koersen op de ideaalmaat van 1.600 m² wvo (2.000 m² bvo), in Zierikzee beide op 2.500 m² bvo. Daarmee wordt voor alle supermarkten in de plaatsen met prioriteit een grote en moderne maat verkregen.

In de tabel is aangegeven welk deel van de uitbreiding kan worden beschouwd als minimum namelijk tot de ondergrens van 1.200 m² wvo (kolom “van gedateerd > basis 1.200 m²”) en welk deel als extra om tot een ideale maatvoering te komen (kolom “extra uitbreiding boven 1.200 m²”).

Daarbij is het van belang te constateren dat de wens tot modernisering en uitbreiding van supermarkten zowel is ingegeven vanuit **kwalitatieve motieven (meer comfort)** als **kwantitatieve (breder assortiment)**. Specifiek voor de supermarkten met een toeristische functie – Burgh-Haamstede en Renesse voorop - geldt dat er meer ruimte nodig is om de grote pieken in het hoogseizoen op te vangen. Dit speelt te meer daar toeristen vaak onbekend zijn met de winkel(indeling) en daardoor meer moeten zoeken dan gebruikelijk, met extra bewegingen en een langere verblijfstijd tot gevolg.

BUREAU STEDELIJKE PLANNING >>>>>>>>

Scenario 1 - Verplaatsing supermarkten				Scenario 2 - Verplaatsing + kleine(re) centrumsupermarkt				Scenario 3a: - Verplaatsing en behoud centrum supermarkt				Scenario 3b: Nieuwe en behoud full-service supermarkt		
WVO basis is 1.200m ²				WVO basis is 1.200m ²				WVO basis is 1.200m ²				WVO basis is 1.200m ²		
Marktruimte WVO m ²				Marktruimte WVO m ²				Marktruimte WVO m ²				Marktruimte WVO m ²		
1) Basis minimaal	2) Extra (ideaal)	Totaal		1) Basis minimaal	2) Extra (ideaal)	Totaal		1) Basis minimaal	2) Extra (ideaal)	Totaal		1) Basis minimaal	2) Extra (ideaal)	Totaal
Kwalitatief	Kwantitatief			Kwalitatief	Kwantitatief			Kwalitatief	Kwantitatief			Kwalitatief	Kwantitatief	
van gedateerd > basis 1.200m ²	extra uitbreiding boven 1.200m ²	basis + extra		van gedateerd > basis 1.200m ²	extra uitbreiding boven 1.200m ²	basis + extra		van gedateerd > basis 1.200m ²	extra uitbreiding boven 1.200m ²	basis + extra		van gedateerd > basis 1.200m ²	extra uitbreiding boven 1.200m ²	basis + extra
80	-	80		80	-	80		80	-	80		80	-	80
436	500	936	AH - verplaatst	436	500	936	AH - verplaatst	436	500	936		436		
436	250	686	Lidl - verplaatst	436	250	686	Lidl - verplaatst	436	250	686	Lidl - verplaatst	436	250	686
			AH - Verkleint		640	640	Full-service +		1.064	1.064				
				(BVO max 800m ² - WVO max 640m ² = 1.064 - 640)							FS - Nieuw	AH: 2.500m ² BVO	2.000	2.000
Scenario 1 - Verplaatsing supermarkten				Scenario 2 - Verplaatsing + kleine(re) centrumsupermarkt				Scenario 3a: - Verplaatsing en behoud centrum supermarkt				Scenario 3b: Nieuwe en behoud full-service supermarkt		
384	400	784		384	400	784		384	400	784		384	400	784
340	400	740		340	400	740		340	400	740		340	400	740
236	400	636		236	400	636		236	400	636		236	400	636
-	478	478		-	478	478		-	478	478		-	478	478
1.912	2.428	4.340		1.912	3.068	4.980		1.912	3.492	5.404		1.476	3.928	5.404
Aldi breidt uit				Aldi breidt uit				Aldi breidt uit				Aldi breidt uit		
AH verplaatst en breidt uit				AH verplaatst en breidt uit				AH verplaatst en breidt uit				AH opent nieuw op Haringvlietplein - 2.500m ² BVO		
Lidl verplaatst en breidt uit				Lidl verplaatst en breidt uit				Lidl verplaatst en breidt uit				Lidl verplaatst en breidt uit		
Supermarkt verdwijnt uit centrum				Nieuwe full-service in centrum - GHB - deel pand				Nieuwe full-service in centrum - GHB - volledig pand				AH blijft achter in het centrum - GHB - volledig		

