

Analyse



Kwalitatieve uitbreiding van de Albert Heijn supermarkt te Bruinisse 2018



Opdrachtnummer: 36-2837
Dataverzameling: Februari/maart 2018
Oplevering: Juni 2018

Projectbegeleiding: drs J.P. Verwaaijen

Strabo bv
Marktonderzoek en Vastgoedinformatie
Postbus 15710
1001 NE Amsterdam

Bezoekadres:
Herengracht 560
1017 CH Amsterdam
T: 020-6260817

info@strabo.nl
www.strabo.nl

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3
2. Draagvlak.....	4
3. Aanbod	7
4. Confrontatie van vraag en aanbod	12
5. Kwalitatieve behoefte	15
6. Ruimtelijke effecten kwalitatieve uitbreiding Albert Heijn Bruinisse	23
7. Samenvatting en conclusie.....	24
Bijlage 1: Bestuurlijk kader.....	25
Bijlage 2: Aanbod Bruinisse dorp	28

1. Inleiding

In opdracht van de heer R. van Veldhuizen van de Market Plaza Group B.V. heeft Strabo een analyse uitgevoerd ten behoeve van een kwalitatieve uitbreiding van de aan de Dreef gesitueerde Albert Heijn, onderdeel van het Market Plaza complex te Bruinisse bestaande uit een Albert Heijn supermarkt, drogisterij Etos en slijterij Gall&Gall.

De Market Plaza Group is voornemens om door middel van een beperkte uitbreiding van het huidige pand en uitplaatsing van de Etos en Gall&Gall naar een nieuw te realiseren bouwblok, de Albert Heijn te vergroten.
Het huidige metrage van de Albert Heijn bedraagt 1.250 m² BVO.

De navolgende analyse zal inzicht geven in de omvang van de behoefte aan kwalitatieve uitbreiding, de gevolgen die dat heeft voor het metrage en de gevolgen voor de concurrentie.

Voor een compleet beeld is inzicht nodig in het huidige en toekomstige draagvlak. Dit komt aan bod in hoofdstuk 2. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 inzicht gegeven in het aanbod in Bruinisse en het concurrerend aanbod op Schouwen-Duiveland. Dit is noodzakelijk om te kunnen zien welke impact de uitbreiding heeft, maar ook om globaal een inschatting te maken van de kwantitatieve behoefte. Niet dat dit leidend is, maar als de lokale markt al overspannen is, zou ook een kwalitatieve uitbreiding enige gevolgen hebben. Door middel van een confrontatie van vraag en aanbod in hoofdstuk 4 wordt dit duidelijk gemaakt.

In hoofdstuk 5 wordt de omvang van de kwalitatieve uitbreiding geanalyseerd, aan de hand van het beoogde concept. In hoofdstuk 6 worden de ruimtelijke effecten van de kwalitatieve uitbreiding besproken. Tenslotte worden in hoofdstuk 7 de samenvatting en conclusies weergegeven.

2. Draagvlak

Bruinisse maakt onderdeel uit van de gemeente Schouwen-Duiveland. Het dorp is gelegen in de noordoosthoek van het eiland.

Bruinisse telt per 1 januari 2017 3.880 inwoners. Het aanvullend draagvlak bestaat uit passanten en ligplaatshouders van de jachthaven en recreanten die op het recreatiepark Roompot Aquadelta en de aanpalende parken en camping verblijven.

Tabel 1: Inwonertal Schouwen-Duiveland per 1-1-2017¹

Schouwen-Duiveland	33.765
Zierikzee	11.150
Burgh-Haamstede	4.230
Renesse	1.520
Brouwershaven	1.330
Zonnemaire	750
Dreischor	995
Noordgouwe	790
Bruinisse	3.880
Nieuwerkerk	2.640
Oosterland	2.685
Ouwerkerk	600
Scharendijke	1.320
Kerkwerf	985
Ellemeet	360
Noordwelle	305
Serooskerke	260

Profiel van de bewoners in Bruinisse

- De bevolking van Bruinisse bestaat per 1-1-2017 uit 1.566 huishoudens.
- De bevolking is naar verhouding minder vergrijsd dan op geheel Schouwen-Duiveland: 34% van de hoofden van huishoudens is 65 jaar of ouder, tegen 36% in Schouwen-Duiveland en 27% in Nederland.
- Zij vormen veelal gezinshuishoudens (37% van alle huishoudens, in Nederland 28%) en weinig eenpersoonshuishoudens.
- Het inkomensniveau ligt iets boven het landelijk gemiddelde; 46% heeft 2x of meer (NL 42%). Er wonen relatief veel gepensioneerden (index 144) en laag en middelbaar opgeleiden.
- Het koopwoningbezit ligt op 65%. Een hoge woningwaarde duidt op een aanzienlijk vermogen. In Bruinisse heeft 17% van de huishoudens een woning van € 350.000 of meer, in overig Schouwen-Duiveland en Nederland ligt dat percentage op slechts 12%.
- Geconcludeerd kan worden dat dit profiel goed aansluit bij een Albert Heijn-formule en er dus een bovengemiddelde koopkrachtbinding en bestedingen te verwachten zijn.

¹ Meest recente data, bron CBS

Bevolkingsprognose

Volgens de meest recente bevolkingsprognose van de provincie Zeeland zal het aantal inwoners van de gemeente Schouwen-Duiveland de komende jaren een lichte daling vertonen. Tussen 2018 en 2025 neemt het aantal inwoners af met 1.163 inwoners ofwel 3% in acht jaar tijd. Er zal wel sprake zijn van een groei van het aantal huishoudens.

Prognose voor Bruinisse

De meest recente prognose voor Bruinisse gaat uit van een stijging van het huidige aantal huishoudens in Bruinisse van 1.566 met 75 tot 1.641² in de periode 2017-2027. Dit is uiteraard afhankelijk van de mogelijkheden voor nieuwbouw en het betekent dat de omvang van de bevolking ongeveer gelijk blijft.

Toeristisch draagvlak

Voor Bruinisse is het toeristisch draagvlak van groot economisch belang. Dat geldt voor de vakantieparken en de jachthaven.

Toeristische accommodaties

Van het totaal aantal overnachtingen van circa 4,6³ miljoen op Schouwen-Duiveland heeft Bruinisse (medio 2014) een aandeel van 9%. Roompot Aquadelta en de daaraan gelieerde parken, vormen het hoofdbestanddeel. Doorvertaald zijn dit 400.000 overnachtingen in verblijfsrecreatieve accommodaties. Het aantal overnachtingen is om te zetten in een equivalent aan inwoners. Door het aantal overnachtingen te delen door het aantal dagen in het jaar is het aantal extra consumenten te berekenen op 1.100.

Tabel 2: Toeristische accommodaties in Bruinisse⁴

	aantal accommodaties	aantal slaapplekken
Hotel	14	40
Verblijfsrecreatie	1.643	8.511
• Groepsaccommodatie	4	200
• Huisjesterrein met centrale verhuur	480	2.790
• Huisjesterrein zonder centrale verhuur	1.036	4.906
• Appartement	274	1.096
• Stacaravan	216	1.080
• Vakantiewoning	546	2.730
• Kampeertrein	112	560
• overige Vakantiewoningen	11	55
Totaal	1.657	8.551

² Bron: Provincie Zeeland, zoals vermeld in de rapportage van Stec, Woningmarktanalyse Schouwen-Duiveland, 15-12-2017.

³ In 2014 lag het aantal overnachtingen op Schouwen-Duiveland op 4.347.167. Per kern zijn alleen de cijfers van 2011 tot 2014 bekend. In die periode lag het aantal overnachtingen in Bruinisse op 9% ofwel 400.000 overnachtingen.

⁴ Bron: Gemeente Schouwen-Duiveland, 2018

Van de in totaal 1.657 accommodaties vormt 78% een vakantiehuisje/appartement, 13% stacaravanplaatsen en slechts 7 % een kampeerterrein. De groei zit in de landelijk vakantiehuisjes, terwijl het gebruik van de kampeerterreinen een daling vertoont. Dat betekent ook een betere seizoenspreiding en daardoor een hogere bezettingsgraad.

Jachthaven Bruinisse

Bruinisse is een belangrijke haven voor zowel dagrecreatie als zeegaande zeiljachten. Bruinisse heeft een zeer sterke positie door de unieke centrale ligging in Zeeland. Met name door de nabijheid tot de Grevelingensluis, waardoor men zowel de zee, de Grevelingen, de Oosterschelde op kan gaan of richting het Hollands Diep en de Haringvliet kan varen.

De moderne full service jachthaven heeft een capaciteit van 988 vaste ligplaatsen. De jachthaven beschikt over een kleine winkel (SuperBru) met een beperkt supermarktasortiment. De bezettingsgraad van de ligplaatsen is de afgelopen jaren verder gestegen. Dit in een als geheel dalende markt voor ligplaatsen.

Vaste ligplaatshouders komen uit geheel Nederland (58%) en buitenland (42%, met name België). Het aandeel en aantal buitenlanders neemt ook verder toe. Vaste ligplaatshouders doen naar verluidt voor het overgrote deel de boodschappen in Bruinisse in plaats van deze mee te nemen van huis. Voor de Belgische ligplaatshouders geldt voorts dat de Nederlandse supermarkten doorgaans goedkoper zijn dan de eigen supermarkten. Verder besteden zij bovengemiddeld veel aan (goed) eten en drinken. Zowel in de winkels als in de horeca.

Op jaarbasis zijn er 14.000 passantenovernachtingen (equivalent van 38 consumenten op jaarbasis), geconcentreerd in de zomermaanden. Voor passanten zijn er gratis leenfietsen beschikbaar, waardoor men makkelijker naar het dorp fietst. Kleine aankopen doet men in de supermarkt van de jachthaven, voor de grote boodschappen gaat men naar het dorp. Naar schatting 90% van de aankopen worden bij Albert Heijn in Bruinisse gedaan, 10% in de haven. De trend is dat men meer lokaal koopt en minder van huis meeneemt.

Gezien de gunstige ontwikkeling van de jachthaven, de bezettingsgraad en het groeiende aantal huurders van boten op dag- of weekbasis, is de verwachting dat de toevloeiing die de jachthaven genereert, de komende jaren minimaal stabiel blijft of een zelfs lichte stijging zal vertonen.

Het is niet mogelijk om ligplaatshouders om te zetten in standaardconsumenten, maar naar schatting 15% van de toeristische omzet van Albert Heijn in Bruinisse is

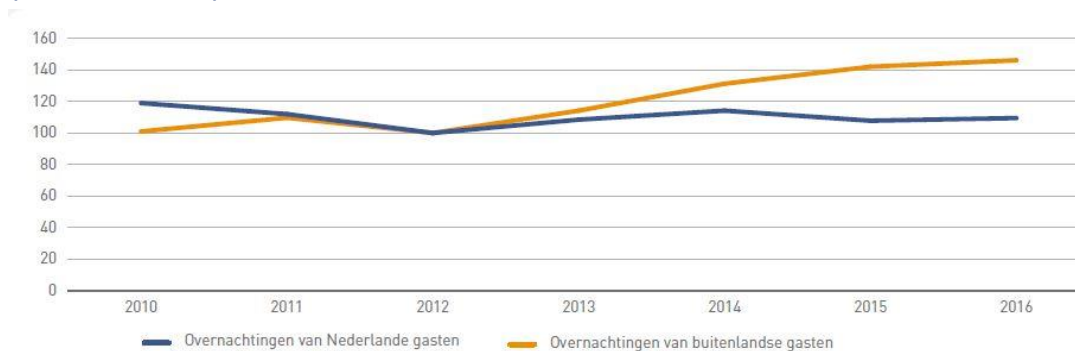
afkomstig van vaste ligplaatshouders, boothuurders en passanten van de jachthaven Bruinisse.⁵

Volgens de DSV is 25% van de omzet in de food detailhandel afkomstig van toerisme (en driekwart van inwoners). Dat gemiddelde geldt voor geheel Schouwen-Duiveland. Door de combinatie van Aquadelta en de jachthaven, is het verklaarbaar dat het omzetaandeel in Bruinisse ook op 25% ligt.

Voor Bruinisse relevante trends

- De afgelopen jaren is er sprake van een kleine stijging van het aantal overnachtingen op Schouwen-Duiveland van 4,3 miljoen in 2014 naar 4,6 miljoen in 2016.
- Voor geheel Zeeland geldt dat het aantal overnachtingen van een stijgende lijn zit. De groei onder de buitenlandse toeristen is het sterkst.
- Het aantal overnachtingen in huisjesparken en hotels in Zeeland is gestegen van 2,9 naar 4,5 miljoen overnachtingen in de periode 2012-2016⁶.
- AirBnB speelt een steeds belangrijker rol, maar heeft (in verhouding met de rest van de toeristische sector) vooralsnog een beperkte impact. AirBnB trekt deels nieuwe en deels oude toeristen.

Afbeelding 1: Ontwikkeling Nederlandse en buitenlandse overnachtingen in Zeeland 2012-2016 (index 2012 = 100)



Conclusies

Conclusies ten aanzien van het draagvlak zijn:

- de bevolking van Bruinisse blijft stabiel en passend bij een formule als Albert Heijn;
- het toeristisch draagvlak is stabiel of licht stijgend;
- het toeristisch draagvlak heeft een zeer belangrijk aandeel in de food omzet.

⁵ Informatie Market Plaza

⁶ Bron: CBS

3. Aanbod

Afbeelding 2: Belangrijkste supermarkten gemeente Schouwen-Duiveland



In onderstaande tabel is de supermarktstructuur van Schouwen-Duiveland weergegeven.

Tabel 3: Supermarkten Schouwen-Duiveland⁷ inclusief oplevering in 2018

Plaats	locatie	Formule	m ² WVO	m ² BVO	type
Zierikzee	Grevelingenstraat	Aldi	1.030	1.375	discount
Zierikzee	Lange Nobelstraat	Albert Heijn	1.064	1.531	full-service
Zierikzee	Schelphoekstraat	Lidl	1.064	1.400	discount
Renesse	Wilhelminaweg	Jumbo	816	1.000	full-service
Burgh-Haamstede	Burghseweg	Albert Heijn	860	1.549	full-service
Bruinisse	Dreef	Albert Heijn	1.004	1.250	full-service
Nieuwerkerk	Polderweg	Aldi	1.000	1.250	discount
Nieuwerkerk	Polderweg	Jumbo	1.360	1.700	full-service
Scharendijke	Boutlaan	Plus	1.050	1.250	full-service
Brouwershaven	Markt	Spar	350	500	buurtsupermarkt
Oosterland	Koninginneplein	Spar	250	390	buurtsupermarkt
Totaal		11	9.848	13.195	

In het overzicht zijn alle supermarkten weergegeven die het gehele jaar geopend zijn⁸.

⁷ Bron: WVO Opgaaf gemeente Schouwen-Duiveland september 2016

⁸ Spar in Burgh-Haamstede (680 m² WVO) is sinds 2015 buiten het toeristisch seizoen gesloten en nu alleen in de zomermaanden geopend. Attent in Nieuw Haamstede is ook buiten het seizoen gesloten (300 m² WVO).

Het aanbod van 9.848 m² WVO aan reguliere supermarkt betekent gemiddeld 0,29 m² supermarkt per inwoner⁹. Schouwen-Duiveland ligt daarmee iets boven het landelijk gemiddelde van 0,26 m². De aanzienlijke toeristische toevloeiing verklaart dit verschil.

Op Schouwen-Duiveland bestaat het aanbod uit 6 full service supermarkten (3x Albert Heijn, 2x Jumbo en 1x Plus), drie discounters (2x Aldi en 1x Lidl), en twee buurtsupers (Spar).

Op een aantal grote campings en recreatieparken zijn er nog een aantal kleine vakantiewinkels met een beperkt supermarktassortiment. In Bruinisse is dit de Attent supermarkt in Aquadelta en de SuperBru in de jachthaven. Kenmerk van deze winkels is een beperkt assortiment, beperkte openingstijden en een lage vloerproductiviteit. Het is een winkel voor de vergeten boodschappen en wordt vooral gezien als een service aan de gasten. De rendabiliteit van de supermarkt is van secundair belang. Door lage huren, beperkte personeelskosten en soms omzet gerelateerd huren, hebben deze winkels bestaansrecht.

Ontwikkelingen in het supermarktaanbod

In Schouwen-Duiveland speelt een aantal supermarktontwikkelingen na vaststelling DSV::

- Herstructurering Haringvlietplein Zierikzee

In Zierikzee wordt het Haringvlietplein geherstructureerd. In de huidige situatie is het een verouderde bedrijvenlocatie. Initiatiefnemer Rialto gaat hier 4.600 m² BVO supermarkt realiseren als vervanging van bestaand aanbod (verplaatsing Lidl Schelphoekstraat, circa 2.000 m² BVO) en een nieuwe vestiging van Albert Heijn (circa 2.000 m² BVO). Op 14 Mei 2018 is het bestemmingsplan definitief vastgesteld.

- De Entree van Nieuwerkerk

Nieuwerkerk is een kleine kern ten oosten van Zierikzee. Jumbo en Aldi verplaatsen hier naar een locatie aan de zuidkant van de kern. Jumbo breidt uit naar 1.700 m² BVO en Aldi gaat naar 1.250 m² BVO. Daarnaast wordt ook maximaal 600 m² aanvullende winkels gerealiseerd, onder andere voor een drogisterijketen. Na lange procedures is het complex nu in aanbouw en wordt in het derde kwartaal van 2018 opgeleverd

⁹ (9.805 m² / 33.765 inwoners) = 0,29 m² /inwoner

3.2 Overig winkelaanbod in het dorp Bruinisse

Huidige aanbod

Het aanbod in het dorp Bruinisse bestaat uit de volgende branches:

Tabel 4: Branchering dorp Bruinisse 2018¹⁰

Branche	units	WVO
leegstand	4	716
dagelijks	7	1.827
mode en luxe	6	856
Vrije tijd	2	191
In en om het huis	6	920
overig	1	55
totaal	26	4.565

Zie voor een volledig overzicht de bijlage.

- Het aanbod bestaat uit 7 winkels in de dagelijkse sector, 12 in de niet-dagelijkse sector en twee kappers.
- Albert Heijn is de trekker in het aanbod.
- Het aanbod is sterk verspreid over zes locaties; Dreef, Nieuwstraat, Korte/Lange Ring, Poststraat, Singel en Oudestraat. Er is daardoor geen aaneengesloten winkel-/horecalint en geen aantrekkelijke concentratie van winkels en horeca.
- Het aanbod is zeer divers, met relatief veel gespecialiseerde winkels.
- Er zijn ook veel combinaties van een winkel en andere/aanvullende dienstverlening (ETB Huibers, Ampersant, tevens interieuradvies) of een branche-overstijgend assortiment (Prima, Koekeloere, Boek, Sfeer en Meer). BRU17 combineert de viswinkel met horeca. Andere ondernemers beschikken over een eigen pand of hebben bijzonder lage huisvestingslasten.

Het food aanbod in het dorp bestaat uit de Albert Heijn, bakker Ten Hove (levert vanuit de bakkerij in Nieuwerkerk) met beperkte openstelling op de Poststraat en Jumelet Otte (bakker/slijterij). Op vrijdag is er een kleine markt met 4 stallen, waaronder een AGF-kraam en een slager.

Er is sprake van leegstand in een viertal panden verspreid over de Nieuwstraat, Weststraat, Korte Ring en Schoolstraat. In totaal gaat het om 716 m² WVO.

Het gebrek aan massa en coherentie zorgt er voor dat winkelen gericht plaats zal vinden. Een deel van het aanbod ligt verscholen in de woonomgeving. Het concentreren van het aanbod zou de aantrekkelijkheid en synergie tussen de verschillende aanbieders aanzienlijk versterken.

¹⁰ Bron: Locatus april 2018

In het recreatiegebied zijn ook een tweetal winkelvoorzieningen, de Attent supermarkt op recreatiepark Aquadelta (510 m² WVO) en de SuperBru (152 m² WVO) in de jachthaven van Bruinisse. Beide supermarkten hebben een zeer beperkt supermarktassortiment tegen een hoog prijsniveau en dienen vooral voor de vergeten boodschap.

Ontwikkeling

De voormalige muziektent-locatie aan de Korte Ring wordt door lokale ondernemer Jeroen Hoep ontwikkeld. Het betreft een woning met onderliggende commerciële ruimte van in totaal 170 m² BVO. De ontwikkelaar denkt qua invulling aan een soort versmarkt (combinatie van bakker, slager, kaasboer o.i.d.) met een lichte horecafunctie. Er zijn nog geen concrete gegadigden. Oplevering van het pand zal in het eerste kwartaal van 2019 plaatsvinden.



Conclusie m.b.t. het aanbod

- Er vindt een modernisering plaats van het supermarktaanbod elders op Schouwen-Duiveland;
- Er is sprake van een beperkte kwantitatieve marktruimte door de ontwikkeling in Zierikzee en de vergunde ontwikkeling in Nieuwerkerk;
- het aanbod in Bruinisse is beperkt en zonder samenhang, het belang van Albert Heijn als trekker is daardoor groot.

4. Confrontatie van vraag en aanbod

In het navolgende wordt een globale benadering gemaakt van het economisch functioneren van het supermarktaanbod in Bruinisse. De berekening is expliciet niet bedoeld voor een claim op de kwantitatieve marktruimte op Schouwen-Duiveland. Het is uitsluitend bedoeld om aan te geven hoe de huidige Albert Heijn functioneert en wat de effecten zullen zijn van een uitbreiding op kwalitatieve gronden.

Bestedingspotentieel

Om inzicht te krijgen in het totale bestedingspotentieel op Schouwen-Duiveland als geheel en Bruinisse in het bijzonder, is inzicht in de gemiddelde besteding per inwoner een vereiste. Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) presenteerde tot 2012 jaarlijks omzetcijfers per hoofd van de bevolking naar branche. Deze cijfers worden nu up-to-date gehouden door de speciaal daarvoor opgerichte Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij (StiDEM) op de website www.detailhandel.info. Op basis van deze cijfers kan nauwkeurig de omzet per hoofd van de bevolking en per m² berekend worden, voor de hele levensmiddelenbranche én voor supermarkten apart. Deze cijfers worden algemeen erkend als de (nieuwe) standaard ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek. De gemiddelde detailhandelsomzet in de winkel voor supermarkten bedraagt € 1.981,-¹¹ per hoofd van de bevolking. Dit cijfer is een landelijk gemiddelde en is exclusief BTW. Voor de overige levensmiddelen bedraagt de besteding € 263,- per persoon.

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking ligt in Schouwen-Duiveland rond het gemiddelde van Nederland (€ 24.100,-). Het gemiddeld besteedbaar inkomen in Bruinisse bedraagt € 24.200,-¹²; dit betekent een inkomensindex van 100. Er hoeft geen inkomenscorrectie toegepast te worden.

Bestedingen aan levensmiddelen zijn in beperkte mate conjunctuurgevoelig. De verwachting is dan ook dat de detailhandelsomzet voor levensmiddelen per hoofd van de bevolking in de toekomst niet drastisch zal wijzigen. De laatste twee jaar gaf een stijging te zien van de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking.

Bij de benadering van de marktruimte is de toeristische toevloeiing vanuit de verblijfsrecreatieve voorzieningen in de omgeving uitdrukkelijk meegenomen. De toevloeiing is van groot belang voor het functioneren en in stand houden van de supermarktvoorzieningen.

Het verzorgingsgebied van Albert Heijn Bruinisse beslaat het gebied Bruinisse, Oosterland, Sirjansland, Nieuwerkerk, Ouwkerk en St. Philipsland. Verder draait deze

¹¹ www.detailhandel.info - Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij (StiDEM), Omzetkengetallen 2016

¹² Bron: CBS 2015, Inkomen per gemeente en wijk.

winkel een relatief hoge zondagomzet doordat de supermarkten op geheel Goeree-Overflakkee gesloten zijn.

Toelichting bij de benadering:

- De binding aan Bruinisse wordt conservatief ingeschat op 90%. Enige afvloeiing zal plaatsvinden naar de Aldi en Jumbo in Nieuwerkerk.
- Het omzetaandeel gegenereerd door toeristen is op basis van informatie van Market Plaza. Het aandeel strookt met het geschatte omzetaandeel in de DSV van 25% van toeristen voor geheel Schouwen-Duiveland. Dat gemiddelde geldt voor geheel Schouwen-Duiveland. Door de combinatie van Aquadelta en de jachthaven, is het verklaarbaar dat het omzetaandeel in Bruinisse op circa 25% ligt.
- Omzetaandeel van de omliggende kernen in het verzorgingsgebied wordt ingeschat op 10%.
- Naast de verblijfsrecreanten zijn er ook dagrecreanten die Bruinisse bezoeken. Hetzij vanaf de eigen woning, hetzij vanaf andere eilanden. De omvang van deze bestedingen zijn moeilijk te ramen, maar leveren wel een extra bijdrage op aan de bestedingen.

Benadering functioneren van de supermarkt in Bruinisse

Tabel 5: Benadering functioneren Albert Heijn Bruinisse

Marktruimtebenadering	Strabo 2018
Inwoners	3.880
Bestedingen supermarkt per hoofd in €	€ 1.981
Bestedingspotentieel in € mln	€ 7.7
Koopkrachtbinding	90%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 6.9
koopkrachttoevoeiing uit omliggende kernen	10%
Koopkrachttoevoeiing vanuit toerisme	25%
Omzet door toevoeiing in € mln	€ 3.7
Totale bestedingen in € mln	€ 10.6
Metrage Albert Heijn Bruinisse	1.004
Indicatieve vloerproductiviteit in € per m ² WVO	€ 10.600
Gemiddelde vloerproductiviteit NL in € per m ² WVO	€ 8.189

De hieruit resulterende vloerproductiviteit van de Albert Heijn ligt op circa € 10.600/m² WVO en daardoor ruim boven het landelijk gemiddelde. Dit is des te opmerkelijker gezien het feit dat een dergelijke supermarkt op deze locatie ook met een benedengemiddelde vloerproductiviteit goed kan functioneren door de lagere huisvestingslasten.

Er is een tweetal aanvullende verklaringen voor de relatief hoge omzet in Bruinisse. Allereerst de bestedingen door Belgische toeristen en ligplaatshouders. Belgen zijn sterk oververtegenwoordigd onder de ligplaatshouders uit het buitenland. De Belgi-

sche consument besteedt gemiddeld meer geld aan goed eten en drinken dan de Nederlander.

De tweede verklaring ligt in het feit dat er op Goeree Overflakkee geen koopzondag gehouden wordt om religieuze redenen. Consumenten (huishoudens en toeristen) die toch op zondag willen winkelen, wijken dan uit naar Bruinisse of andere plaatsen op Schouwen-Duiveland. Door de ligging is het logisch dat Bruinisse maximaal profiteert van deze extra koopkrachttoevloeiing.

De hoge vloerproductiviteit gaat gepaard met een hoge vloerdruk hetgeen weer duidt op behoefte aan een kwalitatieve uitbreiding van de huidige supermarkt.

5. Kwalitatieve behoefte

In het navolgende wordt ingegaan op het concept van Market Plaza en de kwalitatieve vraag die ten grondslag ligt aan de gewenste uitbreiding van de Albert Heijn in Bruinisse.

Market Plaza concept

De Albert Heijn in Bruinisse maakt onderdeel uit van het Market Plaza concept. In feite een mini-winkelcentrum met een Albert Heijn-supermarkt, een Etos en Gall&Gall. Allen onder één dak die het assortiment van de Albert Heijn aanvullen en versterken.

Een Versmarkt is onderdeel van het in ontwikkeling zijnde Market Plaza concept, dat voorziet in meer ruimte voor blurring (het mengen van detailhandel en horeca-elementen) en seizoen gebonden versconcepten, alsmede horeca-elementen voor bereiding en afhaalproducten. De supermarkt speelt daarmee in op de behoefte van de consumenten om op alle eetmomenten van de dag in te spelen.

Situatie in Bruinisse

De Albert Heijn in Bruinisse wijkt af van de reguliere Albert Heijns op een aantal terreinen:

1. de aandacht voor lokale producten. Deze Albert Heijn biedt ruimte om de producten te etaleren en te verkopen. In totaal gaat het om (afhankelijk van het seizoen) 25 producten. Na uitbreiding wordt het assortiment vergroot van 25 naar 100-200 producten;
2. de bijzonder hoge klantenaantallen in het toeristenseizoen met een piek in de zomervakantie met bijna 18.000 kassa-aanslagen¹³ ofwel 25.000-30.000 bezoekers per week op slechts 1.000 m² WVO;
3. de zeer gedateerde uitstraling, smalle gangpaden en onpraktische lay-out van de winkel. Dit is bijvoorbeeld de reden dat de winkel niet overdag gevuld kan worden in het hoogseizoen. Er is onvoldoende ruimte voor personeel en klanten;
4. het ontbreken van een pick-up-point in de winkel als gevolg van het gebrek aan ruimte op deze locatie;
5. Afgezet tegen de gerealiseerde omzet en hoge omzetdruk in toeristenseizoen, te kleine en onpraktisch ingedeelde magazijnruimte.

Op een aantal aspecten wordt in het navolgende ingegaan.

¹³ Een klant (kassa-aanslag) bestaat gemiddeld uit meer dan 1 persoon, met name in de zomerperiode waar toeristen vaak met het hele gezin gaan winkelen.

Huidige situatie



Gewenste situatie



Klantendruk

In de drukste week in het hoogseizoen trekt Albert Heijn Bruinisse 80% meer bezoekers dan in het laagseizoen. De vloerdruk is in die periode hoog. Verder is er een concentratie van bezoek op vrijdag, zaterdag en in iets mindere mate de zondag (extra bezoek vanaf Goeree Overflakkee). De winkel is op deze momenten overvol, de consument wordt niet het comfort geboden dat men wenst en gewend is. De gangpaden zijn relatief smal en er ontstaan daardoor opstoppen in de winkel. Daardoor is de ondernemer niet in staat de winkel tijdens winkeltijden in de piekperiode te vullen. Dit leidt in de loop van de dag tot toenemende out-of-stock situaties.

Uitbreiding van de winkel is daarom allereerst nodig voor een verbreding van de huidige gangpaden met twee tegelbreedtes. Ruimtebeslag van een verbreding bij 7 paden en 0,6 m² extra per pad resulteert in een extra ruimtebeslag van 168 meter m² WVO¹⁴.

De uitbreiding wordt dus vooral ingezet om de druk per m² in de winkel te verlagen, niet om assortiment aan AH toe te voegen.

Vanaf Pasen tot en met de herfstvakantie neemt de drukte op de winkelvloer toe en is er onvoldoende bewegingsruimte voor de klant om artikelen te pakken. De druk

¹⁴ 7 gangpaden x 40 meter x 0,6 meter (2 tegelbreedtes) = 168 m²

wordt nog verhoogd omdat veel toeristen onbekend zijn in de winkel en dus onlogische verkeersbewegingen maken in de winkel en er langer dan noodzakelijk verblijven.

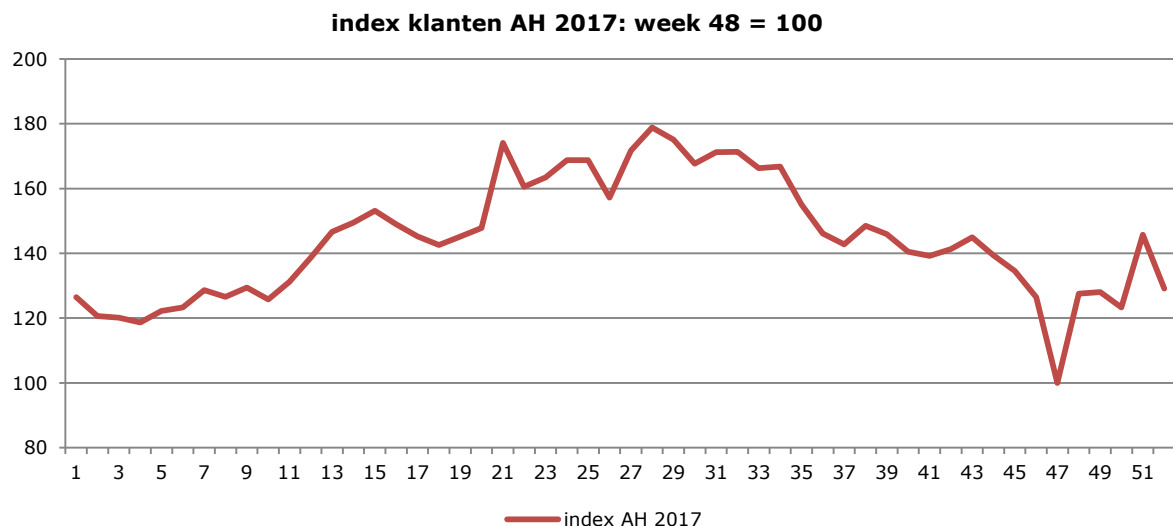
Huidige situatie



Gewenste situatie



Afbeelding 3: Drukbeeld Albert Heijn



Inrichting van de winkel

Om de producten in de winkel kwijt te kunnen, zijn de schappen – naar de standaard van een moderne Albert Heijn- relatief hoog. Dit maakt de winkel minder overzichtelijk, minder ruimtelijk en daardoor is het verblijfsklimaat suboptimaal.

Lagere stellingen met meer overzicht, in combinatie met een nieuwe pui en daardoor een grote winst aan daglichttoetreding, maakt de winkel aangenamer om er te verblijven. Een lagere stelling resulteert in circa één extra gangpad en een ruimtebeslag van circa 140m² WVO¹⁵. De lagere stellingen betekenen, in combinatie met bredere gangpaden, dat de uitbreiding van het assortiment beperkt zal zijn (volgens Market Plaza circa 500 standaardproducten). De uitbreiding van de winkel moet vooral bijdragen aan een beter comfort voor de consument.

Daarnaast wordt ruimte gecreëerd voor het toevoegen van horeca-achtige elementen in de winkel, zoals het in de winkel zelf bereiden van Kant-en-klaar maaltijden, in plaats van op een anonieme locatie buiten de winkel. Dit speelt in op de wens van de moderne consument, die behoefte heeft aan versbereide producten en beleving in de winkel. Dit vergt een ruimtebeslag van circa 40-50 m² WVO.

Onder andere wordt er ruimte gecreëerd voor een uitbreiding van de huidige kleine koffiecorner om de klanten te kunnen ontvangen en een foodkiosk waar seizoen-aanbiedingen een plek kunnen krijgen. Een koffiecorner met een grote tafel en stoelen vergt een extra ruimtebeslag van circa 20-30 m² WVO.

¹⁵ Stelling en gangpad beslaan 4 meter breedte. uitgaande van 35 meter stelling beslaat dit 140m².

Nieuwe concepten en presentatie

Grill&Steak, bereiding in de winkel



Bedieningsafdeling



Bedieningsafdeling vleeswaren



Bredere gangpaden tussen stellingen

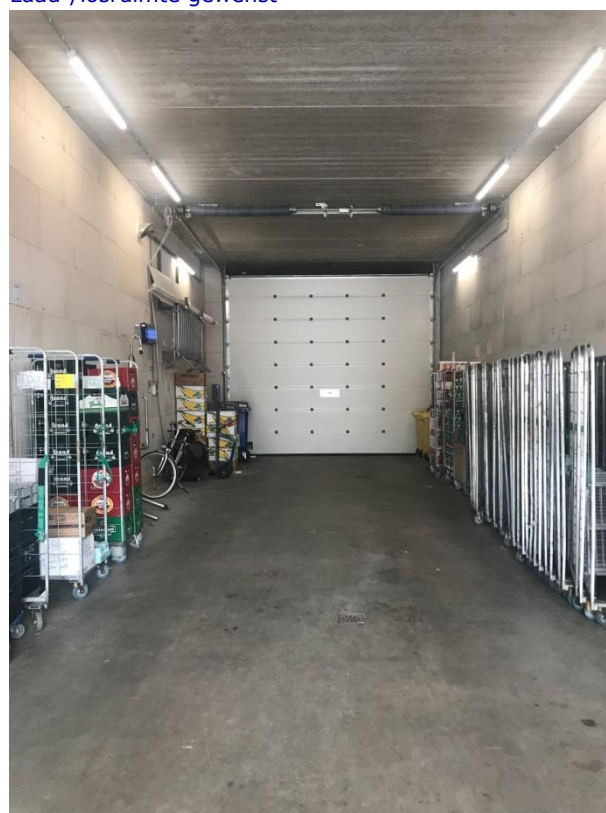


Door een uitbreiding kan de magazijnruimte vergroot worden en efficiënter ingedeeld worden. Dat betekent dat er minder vrachtwagens overdag nodig zijn om in de piekperiode de winkel te bevoorraden. Ook maakt een uitbreiding van de magazijnruimte het mogelijk om na sluitingstijd de winkel te vullen, wat noodzakelijk is in het hoogseizoen door de hoge vloerdruk. Nu is er onvoldoende ruimte om alle benodigde producten op te slaan en later in de winkel te zetten. Het huidige magazijn is 106 m² BVO groot. Een moderne supermarkt van 1.500 m² WVO heeft een magazijn van 200-300 m² BVO. In de nieuwe winkel is een vergroting van het magazijn nodig met 100-120 m² BVO.

Ladden/lossen huidige situatie



Laad-/losruimte gewenst



Assortiment

In de huidige winkel worden circa 12.000 artikelen op 1.000 m² gevoerd ofwel 12 artikelen per m². In een nieuwe winkel worden dat circa 12.500 artikelen op een groter metrage. Dit betekent dat het aantal artikelen per m² WVO daalt. De uitbreiding van de streekproductenhoek zal resulteren in een extra ruimtebeslag van circa 15-20m² WVO.

Totale ruimtebehoefte

Het ideale ruimtebeslag van een kwalitatieve uitbreiding is in onderstaande tabel weergegeven.

Tabel 6: Kwalitatieve ruimtebehoefte Albert Heijn Bruinisse

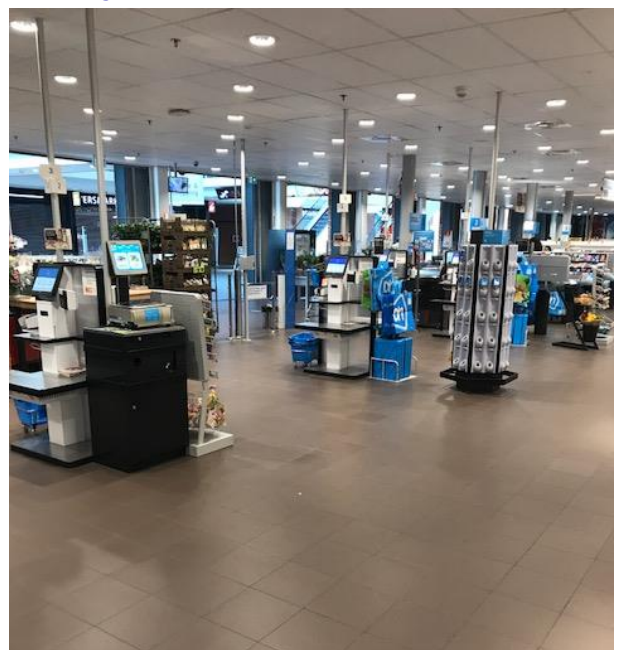
Kwalitatieve aanpassing	Ruimtebeslag in m ² BVO
Verbreiding gangpaden	140-160 m ²
Lagere stellingen	140 m ²
Streekproducten	15-20 m ²
Voedselbereiding in de winkel	25-30 m ²
Uitbreiding koffiecorner	15-20 m ²
Uitbreiding magazijnruimte	100-120 m ²
Totaal	435-490 m ²

Vrijwel de totale uitbreiding valt dus te scharen onder een modernisering van de huidige, naar Albert Heijn maatstaven-, verouderde winkel. Dit levert niet direct een groter marktaandeel op. Wel zal de huidige klant nog beter bediend kunnen worden.

Kassa huidige situatie



Zelfscan gewenste situatie



Belang van de uitbreiding voor Bruinisse

De supermarkt is met afstand de belangrijkste trekker binnen het winkelaanbod van Bruinisse. Er is geen informatie over het combinatiebezoek tussen de supermarkt en de overige winkels en horecavoorzieningen, maar deze zal substantieel zijn. Het versterken van de kwaliteit van Albert Heijn, in combinatie met de herinrichting van de Dreef en de bebouwing aan de noordzijde, zal een positieve bijdrage leveren aan het winkelklimaat in Bruinisse.

De Dreef is de entree van Bruinisse en daardoor ook beeldbepalend. De combinatie van het braakliggende terrein van het 'Gat van Bru' met een gedateerd en volledig op de eigen winkel gericht parkeerterrein van Market Plaza maakt het een onaantrekkelijk gebied.

Het gebied heeft geen zichtrelatie met de rest van het dorp. Een goed ingericht gebied zorgt voor een betere verbinding met het overig winkelgebied. En daardoor aansluiting van de Dreef op Nieuwstraat en het aanbod op het Kerkplein. In de uitbreiding is voorzien in een nieuwe, transparante gevel, in plaats van de huidige, gesloten gevel. De nieuwe gevel voorziet in een behoefte aan meer daglichttoetreding. Het zal ook het gebied uitnodigender maken, zeker in combinatie met de uitplaatsing van Gall&Gall en Etos. Wanneer ook het bouwblok aan de noordzijde gerealiseerd kan worden, ontstaat een aantrekkelijk entreegebied voor Bruinisse, waar ook de andere ondernemers van zullen profiteren.



6. Ruimtelijke effecten kwalitatieve uitbreiding Albert Heijn Bruinisse

In de beschrijving van de ruimtelijke effecten dient inzichtelijk te worden gemaakt dat het plan niet tot onnodig nieuw ruimtebeslag leidt en geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in het verzorgingsgebied van de voorziene ontwikkeling zal leiden.¹⁶

De uitbreiding van de Albert Heijn supermarkt in Bruinisse bedraagt 335 tot 400 m² winkelvloeroppervlak¹⁷. De uitbreiding van de supermarkt is vooral kwalitatief van aard en wordt beperkt assortiment toegevoegd. De vloerproductiviteit van deze uitbreidingsmeters is daardoor lager dan een nieuwe meter, naar schatting de helft. De extra omzetclaim bedraagt derhalve € 1,4 tot € 1,6 miljoen per jaar (berekening: $335 \text{ m}^2 * € 8.189 * 0,5$; $400 \text{ m}^2 * € 8.189 * 0,5$).

Naar schatting drie kwart van deze extra omzetclaim gaat ten koste van het supermarktaanbod op het eiland, onder meer de Entree van Nieuwerkerk. De andere kwart is versnipperd afkomstig van het dagelijks aanbod in Bruinisse en omgeving (inclusief ambulante handel), de foodretail en andere aanbieders en kanalen. De negatieve omzeteffecten voor individuele aanbieders zijn dusdanig klein, hooguit 2%¹⁸, dat exploitaties niet in de gevarezone komen. Van oplopende leegstand is dan ook geen sprake.

Slotsom

De ruimtelijke effecten van de voorziene ontwikkeling zijn niet van dien aard dat een onaanvaardbare situatie in het verzorgingsgebied ontstaat. De voorzieningenstructuur krijgt juist een nieuwe, gewenste impuls.

¹⁶ Zie hiervoor de Overzichtsuitspraak van de Raad van State, Uitspraak 201608869/1/R3.

¹⁷ Voor de berekening van economische effecten wordt altijd gerekend in winkelvloeroppervlakte (WVO) in plaats van BVO. Voor de berekening van het WVO is het BVO aangehouden verminderd met de beoogde extra magazijnruimte.

¹⁸ De effecten zijn vermoedelijk het grootst voor de nieuwe supermarkten in de Entree van Nieuwerkerk. Stel dat een derde van de extra omzetclaim voor rekening komt van deze supermarkten dan bedraagt de verdringing maximaal 2%. Berekening: $1/3 * 3/4 * € 1,5 \text{ miljoen} / 2.360 \text{ m}^2 \text{ WVO}$ (de nieuwe Jumbo en Aldi) * € 8.189

7. Samenvatting en conclusie

Draagvlak en functioneren

- Bruinisse neemt een bijzondere positie in door een hoge toeristische toevloeiing;
- Het profiel van een belangrijk deel van de bewoners past bij een full service supermarkt in het hogere prijs- en servicesegment;
- De Albert Heijn supermarkt realiseert daardoor een bovengemiddelde omzet per m².

Kwalitatieve behoefte

- De huidige supermarkt is technisch verouderd, een kwalitatieve verbeteringslag zal nauwelijks tot een extra omzetclaim leiden.
- De omzetdruk in de winkel is bijzonder hoog vanaf Pasen tot en met november, comfort voor klanten en personeel is zeer laag door te smalle gangpaden en geringe bewegingsruimte;
- Door een uitbreiding is deze Albert Heijn in staat het aanbod aan lokale en regionale producten uit te breiden;
- Uitbreiding is nodig om de omvang van de magazijnruimte in lijn te brengen met de omzet en deze efficiënter en daardoor doelmatiger in te kunnen richten;
- Door seizoensverlenging is de toeristische toevloeiing gegarandeerd, toerisme in Bruinisse vertoont een beperkte groei;
- Door de groei van het aantal buitenlandse (met name Belgische) toeristen zullen de bestedingen minimaal gelijk blijven maar hoogstwaarschijnlijk toenemen.
- De uitbreiding van Albert Heijn en het daaraan gekoppelde Market Plaza concept draagt bij aan een verhoging van het kwaliteitsniveau van de voorzieningen in Bruinisse en daarmee de aantrekkelijkheid als woonplaats, tweede woonplaats en toeristische verblijfsplaats.
- De beoogde kwalitatieve aanpassingen vergen een totaal ruimtebeslag van circa 435-550 m² BVO.

Effecten

- De ruimtelijke effecten van de voorziene ontwikkeling zijn niet van dien aard dat een onaanvaardbare situatie in het verzorgingsgebied ontstaat. De voorzieningenstructuur krijgt juist een nieuwe, gewenste impuls.

Bijlage 1: Bestuurlijk kader

Detailhandelsstructuurvisie Gemeente Schouwen-Duiveland

De Visie op de supermarktstructuur in Schouwen-Duiveland is neergelegd in de Detailhandel Structuurvisie (DSV) uit 2013 en de aanpassing daarop uit november 2015. De DSV is leidend in de discussie over de uitbreidingen van het supermarkt-aanbod in Schouwen-Duiveland.

Op 28 maart 2013 heeft de Raad van de gemeente Schouwen-Duiveland de detailhandelsstructuurvisie (DSV) vastgesteld. Het detailhandelsbeleid van de gemeente Schouwen-Duiveland heeft als hoofddoelen te komen tot een goede verzorgingsstructuur voor haar inwoners en de toeristen in het gebied, een duurzame voorzieningenstructuur en een sterk ondernemersklimaat voor haar ondernemers.

Een apart hoofdstuk is gewijd aan de visie op de ontwikkelingsmogelijkheden voor de boodschappenstructuur. In de visie op de boodschappenstructuur zijn richtlijnen vervaardigd over het aantal supermarkten en de maximale maatvoering van de supermarkten. Met betrekking tot de maatvoering golden destijds de volgende uitgangspunten:

- Full-service supermarkten met een streekfunctie (Zierikzee): maximaal circa 1.875 m² BVO.
- Full-service supermarkten met een bovenlokale functie (Burgh-Haamstede, Renesse en Bruinisse): maximaal circa 1.500 m² BVO.
- Full-service supermarkten met een lokale functie (Scharendijke, Brouwershaven en Oosterland): circa 1.250 m² BVO. Voor Nieuwerkerk mag, vanwege een groter lokaal draagvlak, een maximale maat van circa 1.500 m² BVO worden gehanteerd.
- Discountsupermarkten: hier wordt één maat voor gehanteerd omdat zij, afgezien van de locatie, veelal een bovenlokaal verzorgingsbereik hebben, maximaal circa 1.375 m² BVO.

Addendum op de DSV

In 2015 heeft de raad besloten, gelet op de modernisering van de supermarktbranche, om het advies uit het BSP-rapport van 2014 voor wat betreft de uitbreiding van de Bruto Vloeroppervlakte (BVO) over te nemen en de vigerende detailhandel structuurvisie uit 2013 daarop aan te passen.

Dit betekent dat full-service supermarkten met een streekfunctie in Zierikzee mogen uitbreiden naar 2.500 m² BVO. Full-service supermarkten met een bovenlokale functie (Burgh-Haamstede, Renesse en Bruinisse) naar 2.000 m² BVO, voor full service supermarkten met een lokale functie wordt de maat van 1.250 m² BVO aangehouden en voor discountsupermarkten de maat van 1.375 m² BVO (met uitzondering van de Lidl in Zierikzee).

Prioritering

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

1. Zierikzee: hoofdplaats van de gemeente. Moderne supermarkten versterken de positie als regionaal verzorgend koopcentrum van het eiland.
2. De Westhoek, Burgh-Haamstede en Renesse. De Westhoek (56% alle overnachtingen) heeft een veel sterkere toeristische functie dan de oostkant. Het detailhandelsaanbod in deze plaatsen is in grote mate gericht op deze toeristisch-recreatieve component.
3. Bruinisse, aan de Oosthoek, met een toeristische en waterrecreatieve functie.

Voor de verdeling van de distributieve mogelijkheden en beoordeling van nieuwe supermarktinitiatieven wordt eenzelfde prioritering aangehouden. 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.

Masterplan Bruinisse

Masterplan centrumgebied en haven, 2010

Door de gemeenteraad is op 25 februari 2010 het Masterplan Bruinisse vastgesteld. Het Masterplan heeft tot doel om een duidelijke visie neer te leggen op de toekomstige ontwikkeling van het centrumgebied, inclusief de Vissershaven van Bruinisse. Het plan dient als toetsingskader voor ontwikkelingen die zowel marktpartijen als de gemeente in gang zouden willen zetten. Het Masterplan bevat tevens een beeldkwaliteitskader neergelegd in een Beeldkwaliteitplan. De randvoorwaarden en uitgangspunten die daarin zijn opgenomen vormen eveneens een toetsingskader voor toekomstige ontwikkelingen. De volgende doelen worden met het masterplan beoogd:

- creëren van een levendig hart in de vorm van het Dorpsplein en het Kerkplein in het centrum van Bruinisse;
- concentreren van winkelveorzieningen in Dreef, Nieuwstraat en aan het Dorpsplein;
- concentreren van horeca rond het nieuwe Dorpsplein;
- versterken van de relatie dorp en water;
- inzetten op visserij/cultuur/ambacht en toerisme in de Oudestraat en op het Havenplateau;
- verbeteren van de bereikbaarheid en de parkeervoorzieningen;

- verbeteren van de oost-west verbindingen onder de N59;
- scheppen van een nieuw woonmilieu in het centrum (starters/senioren);
- verbeteren van de woonkwaliteit in het centrum;
- verbeteren van de inrichting van de openbare ruimte

Het masterplan wordt in 2018 door bureau KuiperCompagnons geactualiseerd. In een raadsinitiatief is aangedrongen op het uitvoeren van het masterplan. Obstakels vormen het 'op slot zitten' van de woningmarkt die geplande woonprojecten onmogelijk maakten. Daarnaast de onmogelijkheid om winkels, in het kader van het concentratiebeleid, om te zetten in woningen. Ook dit in het kader van de ontbrekende plancapaciteit voor Bruinisse.

Woningmarktbeleid

Woonvisie en advies Stec

Ten aanzien van de samenstelling van het woningaanbod in Bruinisse wordt geconstateerd dat in Bruinisse een overschot aan huurwoningen tussen de € 357,- en de € 511,- bestaat. Hiertegenover staat een aanzienlijk tekort aan nultredenhuurwoningen en een klein tekort aan woningen tussen de € 220.000,- en € 300.000,-. Ook is behoefte aan een beperkt aantal koopappartementen. Verder valt hier het grote aanbod aan dure eengezinskoopwoningen op. Veel huishoudens die zich in de afgelopen decennia in deze woningen hebben gevestigd, willen nu goedkoper gaan wonen, gaan huren of het eiland gaan verlaten.

Bijlage 2: Aanbod Bruinisse dorp

Jumelet-Otte	Kerkstraat	20	11.010.477-Slijter
Lena's	Nieuwstraat	20	11.010.522-Tabak/Lectuur
Albert Heijn	Dreef	927	11.010.519-Supermarkt
Jumelet-Otte	Kerkstraat	65	11.010.309-Minisuper
Etos	Dreef	180	11.020.156-Drogist
Gall & Gall	Dreef	75	11.010.477-Slijter
Bruinisse	Lange Ring	10	11.020.024-Apotheek
Van den Bos	Molenstraat	85	22.040.138-D&H Mode
Magnifiek	Nieuwstraat	190	22.040.138-D&H Mode
Koekeloere	Lange Ring	55	22.070.264-Cadeau-Art
Prima	Oudestraat	178	22.070.240-Huishoud Art
Splash	Poststraat	132	22.040.258-Kindermode
3S	Dreef	216	22.070.264-Cadeau-Art.
Jachtwerf Oosterschelde	Havenkade	40	35.100.627-Watersport
Boek Sfeer & Meer	Poststraat	151	35.120.090-Boekhandel
Bloemenhuis Magnolia	Molenstraat	388	37.130.087-Bloem/Plant
Haeck	Kerkstraat	75	37.160.177-Fietsen
Ampersant	Korte Ring	125	37.180.651-Woondecoratie
Duivellands Meubelhuis	Dreef	179	37.180.348-Meubelen
Goedkoop Bloemschikken	Schoolstraat	128	37.180.651-Woondecoratie
de Eilanden	Kerkstraat	25	37.180.648-Woningtext
Habbekrats	Schoolstraat	55	38.200.013-2Eh Kleding