



UITBREIDING ALDI ZETTEN

ruimtelijk-economisch onderzoek

12 maart 2021

RHO ADVISEURS



RHO ADVISEURS

DATUM 12 maart 2021
KENMERK 400804_20191599JV

PROJECTLEIDER ir. R.J.M.M. Schram

OPDRACHTGEVER Aldi Culemborg B.V.
PROJECTNUMMER 20191599

AUTEUR Julia Breukelman
STATUS Definitief





INHOUD

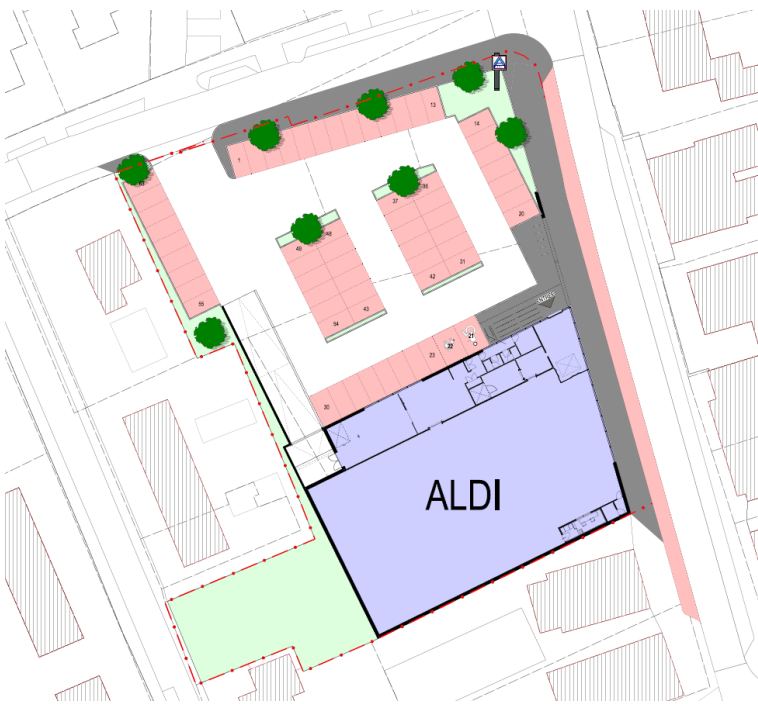
1. Hoofdstuk	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Vraagstelling	5
1.3 Leeswijzer	6
2. Behoeftte aan uitbreiding aldi zetten	7
2.1 Verzorgingsfunctie Aldi Zetten	7
2.2 Analyse dagelijkse goederensector primair verzorgingsgebied	8
2.3 Kwalitatieve behoefte: positionering Aldi	10
2.4 Kwantitatieve behoefte: distributieplanologische marktanalyse	12
2.5 Conclusie	15
3. Beleidskader en locatieafweging	16
3.1 Provinciaal beleid	16
3.1.1 Omgevingsvisie Gelderland	16
3.1.2 Omgevingsverordening	16
3.2 Regionaal beleid	17
3.2.1 Concept Regionaal Programma Werklocaties regio Arnhem/Nijmegen (02-12-2020)	17
3.3 Gemeentelijk beleid	17
3.3.1 Omgevingsvisie gemeente Overbetuwe (01-10-2019)	17
3.4 Locatieafweging in relatie tot beleidskader	18
3.5 Conclusie	19
4. Conclusie	20
4.1 Behoeftte	20
4.2 Locatieafweging in relatie tot beleid	20
4.3 Conclusie	20

1. HOOFDSTUK

1.1 Aanleiding

Aldi Culemborg B.V. heeft aan de Hoofdstraat 27 in Zetten een winkel van 571 m² wvo (winkelvloeroppervlak). Deze winkel is te klein en kan bovendien niet meer voldoen aan de wensen van de consument ten aanzien van een moderne harddiscounter. Om te kunnen voldoen aan de nieuwe formule-uitgangspunten en de winkel te behouden voor de inwoners van Zetten is uitbreiding van de supermarkt noodzakelijk. Op het huidige perceel is hier geen ruimte voor. Aldi is daarom voornemens naastgelegen percelen bij te ontwikkelen te betrekken, waardoor Aldi een winkel kan realiseren van 1.392 m² bvo (brutovloeroppervlak). Dit komt neer op een winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) van 1.026 m².

Figuur 1.1 geeft een impressie van de beoogde ontwikkeling inclusief de naastgelegen percelen, op de hoek van de Hoofdstraat en de Sleënburgsestraat (percelen 28397, 2580 en 2649), ten behoeve van de nieuwe supermarkt. Om de ontwikkeling mogelijk te maken zal alle bebouwing binnen het projectgebied gesloopt worden. Dit betreft naast de winkel van Aldi ook naastgelegen leegstaande bedrijfspanden met bovenwoningen en een eetcafé. Het totale projectgebied beslaat circa 4.500 m². Op de zuidzijde van het perceel wordt het supermarktpand gerealiseerd. Op de noordzijde van het perceel vindt parkeren plaats.



Figuur 1.1 Impressie beoogde ontwikkeling

1.2 Vraagstelling

Het ruimtelijk afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van stedelijke functies is de ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als nieuwe stedelijke ontwikkelingen planologisch mogelijk worden gemaakt. Wanneer er sprake is van een stedelijke ontwikkeling moet de behoefte aan die ontwikkeling aangetoond worden. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijke verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikkeling. De voorkeursvolgorde van de ladder is dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen 'bestaand stedelijk gebied' worden gesitueerd.

De eerste vraag is of de beoogde ontwikkeling aangemerkt wordt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Wanneer een bestemmingsplan voorziet in een planologische uitbreiding van meer dan 500 m² bvo wordt dit aangemerkt als stedelijke



ontwikkeling (ECLI:NL:RVS:2017:1724). De ontwikkeling bestaat uit het toevoegen van een supermarkt van circa 1.392 m² bvo en wordt daarom aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling', zoals bedoeld in de ladder. De vraag is of er behoefte is aan de beoogde ontwikkeling. Om de onderzoeksvraag te beantwoorden komen in dit onderzoek de volgende onderwerpen aan bod:

- een analyse van de kwalitatieve behoefte aan Aldi in het verzorgingsgebied;
- een analyse van de kwantitatieve behoefte in de vorm van een distributieplanologisch onderzoek;
- locatieafweging en toetsing aan het relevante detailhandelsbeleid.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is de behoefte aan uitbreiding van Aldi in beeld gebracht. Hierin is de dagelijkse goederensector in het verzorgingsgebied geanalyseerd en zijn de ruimtelijke effecten in beeld gebracht. In hoofdstuk 3 is de beoogde uitbreiding getoetst aan het vigerende beleid en wordt een locatieafweging gemaakt. Tot slot zijn in hoofdstuk 4 de belangrijkste conclusies opgenomen.

2. BEHOEFTE AAN UITBREIDING ALDI ZETTEN

In dit hoofdstuk wordt de behoefte aan de uitbreiding van Aldi in Zetten onderzocht. De behoefte is zowel in kwalitatieve als kwantitatieve zin onderbouwd.

- Allereerst is een beeld geschetst van het verzorgingsgebied van Zetten: omvang verzorgingsgebied, omvang winkelaanbod, vergelijking omvang winkelaanbod.
- Vervolgens is de behoefte geschetst met de kwalitatieve beoordeling van de segmentering van het supermarktaanbod en de positionering van harddiscounter Aldi binnen de supermarktstructuur als complementaire winkelvoorziening in de dagelijkse goederensector.
- Tot slot is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de bevolkingsontwikkeling enerzijds en de beoogde ontwikkeling van het winkelaanbod in de planperiode 2020-2030 anderzijds.

2.1 Verzorgingsfunctie Aldi Zetten

De gemeente Overbetuwe is een gefuseerde gemeente van de voormalige gemeenten Elst, Heteren en Valburg. Zetten ligt in het westen van de gemeente. Gelet op het aanbod in Zetten en het aanbod in de omliggende kernen bestaat het primair verzorgingsgebied uit de kern Zetten (figuur 2.1). Zetten heeft een compleet supermarktaanbod met 3 supermarkten, waarvan 2 full-servicesupermarkten en harddiscounter Aldi. Inwoners van Zetten zelf zullen veelal hun boodschappen in de eigen kern doen. Redenen voor uitwijken naar ander aanbod in de regio is er niet. De omliggende dorpen zoals Herveld, Heteren, de Hemmen, Andelst en Randwijk hebben een beperkt(er) boodschappenaanbod. In Heteren is een Jumbo gevestigd; in Herveld een Coop. De overige kernen zoals Andelst, Randwijk, Hemmen en Indoornik hebben geen supermarkt en zijn daarvoor aangewezen op het supermarktaanbod in nabijgelegen kernen. Dit betekent dat voor veel consumenten uit deze kernen Zetten een belangrijke aankoopplaats zal zijn als aanvulling op het eigen boodschappenaanbod; zij vormen het secundaire verzorgingsgebied. Dit verzorgingsgebied wordt begrensd door de A50 aan de oostkant, de rivieren de Nederrijn en de Waal aan de noord- en zuidkant en de gemeentegrens aan de westkant, zoals weergegeven in figuur 2.1. De westelijker gelegen dorpen zullen voor boodschappen gericht zijn op Opheusden en de dorpen ten oosten van de A50 zullen vooral gericht zijn op Elst.



Figuur 2.1 Regionaal supermarktaanbod (bron: Locatus, 2021)

2.2 Analyse dagelijkse goederensector primair verzorgingsgebied

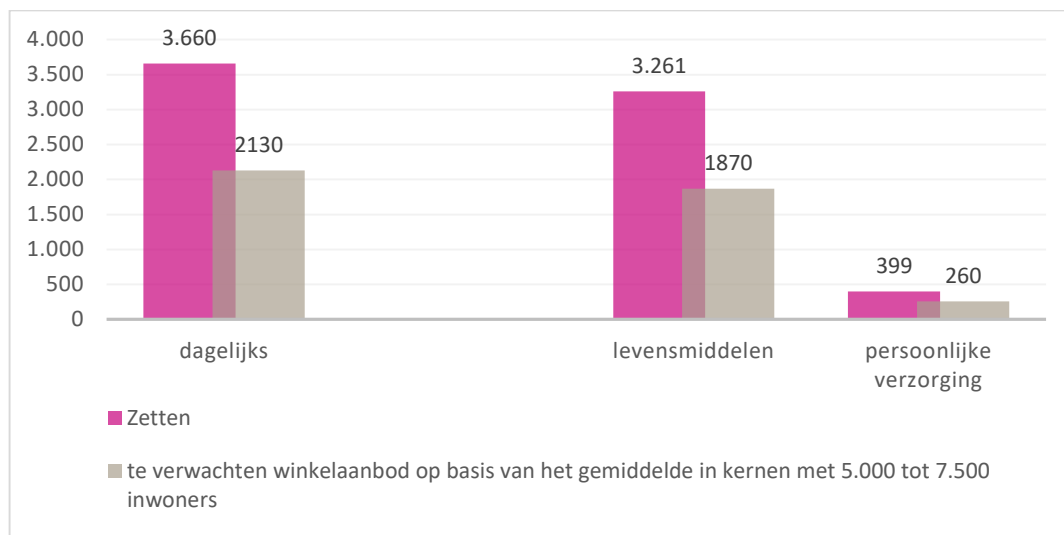
De kern Zetten (primair verzorgingsgebied) heeft een dagelijks winkelaanbod van 3.660m² wvo verdeeld over 11 verkooppunten (Locatus, 2021). Het dagelijks winkelaanbod bestaat uit levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisten). De opbouw van het dagelijks winkelaanbod is weergegeven in tabel 2.1.

Tabel 2.1 Omvang dagelijks winkelaanbod Zetten (bron: Locatus, 2021)

	aantal winkels	omvang (m ² wvo)
ALDI	1	571
Albert Heijn	1	1.198
Jumbo	1	1.087
supermarkten	3	2.856
speciaalzaken	6	405
levensmiddelen	9	3.261
persoonlijke verzorging	2	399
dagelijkse goederen	11	3.660

Gemiddeld wordt een supermarkt 2 à 3 keer per week bezocht door een consument (Deloitte Consumentenonderzoek, 2020). Circa 78% van het winkelvloeroppervlak aan dagelijkse goederen in Zetten wordt ingevuld door supermarkten.

Als het dagelijkse winkelaanbod in Zetten wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 5.000 tot 7.500 inwoners wordt geconcludeerd dat het aanbod in Zetten bovengemiddeld is (figuur 2.2). Het dagelijks winkelaanbod in Zetten is groter dan verwacht zou worden op basis van het landelijke gemiddelde in vergelijkbare kernen (qua inwonertal). Dit geldt zowel voor de levensmiddelen als persoonlijke verzorging. Het overaanbod duidt erop dat Zetten een bovenlokale verzorgingsfunctie heeft en er sprake is van toevloeiing vanuit de omliggende kernen.



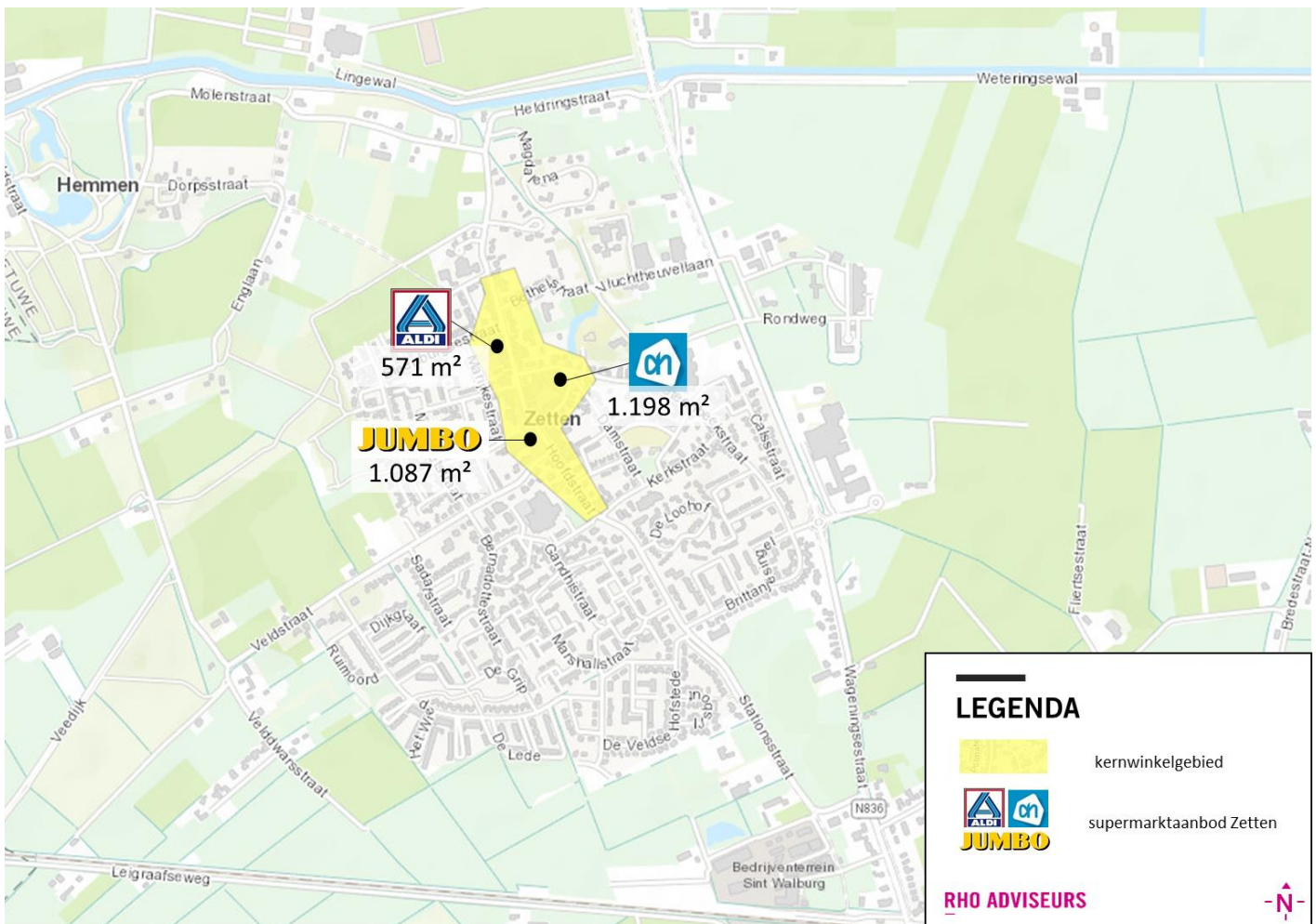
Figuur 2.2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Zetten met het landelijke gemiddelde in kernen met 5.000 tot 7.500 inwoners (bron: Locatus, 2021)

SUPERMARKTSEGMENTEN

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

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

De inwoners van Zetten hebben 3 supermarkten tot hun beschikking (figuur 2.3). In het centrum van Zetten aan de Hoofdstraat is Aldi gevestigd. Daarnaast zijn ook in het centrumgebied de Jumbo aan het Julianaplein en de Albert Heijn aan het Beatrixplein gevestigd.



Figuur 2.3 Supermarktaanbod Zetten (bron: Locatus, 2021)

Het supermarktaanbod in Zetten bestaat uit twee full-servicesupermarkten (Jumbo en Albert Heijn). Daarnaast is er een harddiscountier (Aldi) gevestigd. Het supermarktaanbod is in kwalitatieve zin compleet te noemen, door de aanvullende supermarktsegmenten. Behoud van Aldi is van belang voor de complementariteit van de supermarkten (in het centrumgebied). Aldi met 571 m² relatief klein van omvang. De supermarkten Albert Heijn en Jumbo hebben wel een moderne omvang.

2.3 Kwalitatieve behoefte: positionering Aldi

Aldi heeft als harddiscountier een specifieke positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur. Deze positie is hieronder nader onderbouwd.

SEGMENT EN ASSORTIMENT

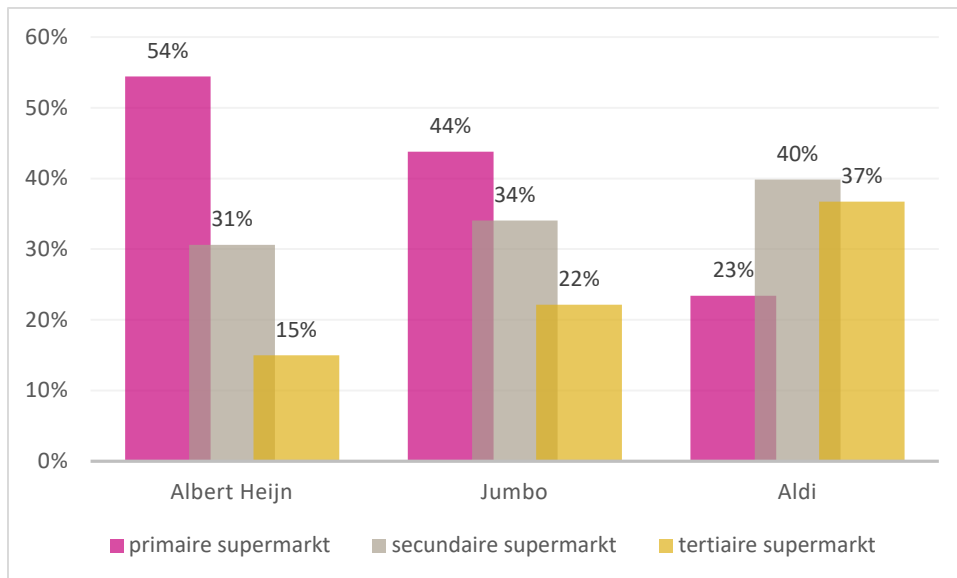
Consumenten bezoeken een harddiscountier vooral voor de aanschaf van specifieke producten (vaak in bulk) op basis van het motief prijs. Het credo van Aldi is dan ook: 'Hoge kwaliteit-lage prijs'. Om een hoge kwaliteit voor een lage prijs aan te kunnen bieden is een hoge omloopsnelheid van producten, lage kosten voor distributie en lage personeelskosten (en service) in de winkel belangrijk. Discounters zoals Aldi realiseren dit door het voeren van een relatief klein assortiment. Aldi heeft circa 1.200 tot 1.300 artikelen, terwijl een gewone full-servicesupermarkt 15.000 tot 30.000 artikelen heeft. Bovendien is de bedrijfsvoering geoptimaliseerd zodat alle handelingen, van distributie tot verkoop, zo efficiënt mogelijk verlopen.

Een belangrijke verklaring voor dit verschil in het aantal artikelen is, dat in de reguliere full-servicesupermarkt veel keuze is per artikel en in de discounters en buurtsupermarkt niet. Zo zijn er bijvoorbeeld van hagelslag grote en kleine verpakkingen, meerdere merken, van goedkoop/huiskamer tot A-merk. Bij Aldi is slechts één verpakking hagelslag te koop, van een eigen merk. Op deze wijze kan Aldi (met één artikel per product) toch veel verschillende producten aanbieden. In vaktermen gezegd

is het assortiment relatief breed (verschillende producten) maar niet diep (weinig keuze binnen een artikelgroep). In reguliere supermarkten is het assortiment breder (meer verschillende artikelen: bijvoorbeeld smaken jam) maar vooral ook veel dieper (meer verschillende merken jam per smaak). Vanwege het beperktere assortiment zijn discountsupermarkten qua omvang kleiner dan full-servicesupermarkten; waar een nieuwe full-servicesupermarkt in de optimale situatie minimaal 1.500 m² wvo moet zijn, heeft een discountsupermarkt een omvang van circa 1.200 m² wvo.

BEZOEK MOTIEF

Bij harddiscounters doen consumenten vooral aanvullende aankopen. Aldi wordt met name bezocht als aanvulling naast reguliere full-servicesupermarkten en speciaalzaken. De aanvullende functie van Aldi wordt onder andere aangetoond en onderbouwd in het jaarlijkse consumentenonderzoek van Deloitte (2020). In dit onderzoek wordt een overzicht gegeven van het koopgedrag door de consument bij de belangrijkste supermarktformules (figuur 2.4).



Figuur 2.4 Bezoekmotieven supermarkten (bron: Deloitte, 2020)

Primaire klanten zijn klanten die het grootste deel van hun aankopen bij de betreffende supermarkt kopen. Uit het onderzoek blijkt dat Aldi een laag aandeel primaire klanten heeft (23%). Aldi wordt aanvullend bezocht vanwege het discount assortiment. 77% van de Aldi-klanten geeft aan Aldi te zien als hun aanvullende = secundaire/tertiaire supermarkt. Dit betekent dat consumenten een relatief klein deel van hun bestedingen bij Aldi doen. Aldi wordt gemiddeld eens per 2 weken bezocht door de consument voor de specifieke harddiscountaankopen, terwijl de consument een full-servicesupermarkt gemiddeld bijna 2 keer per week bezoekt.

OMVANG VERZORGINGSGBIED EN AUTOGEBRUIK

Door de aanvullende functie en het daarmee samenhangende lage aandeel in de wekelijkse bestedingen heeft Aldi een relatief groot verzorgingsgebied nodig om voldoende omzet te genereren: 15.000 tot 25.000 consumenten. Het verzorgingsgebied voor een 'normale' full-servicesupermarkt is circa 5.000 consumenten. Dit grote verzorgingsgebied én het vaak in bulk kopen van een beperkt aantal producten zorgt ervoor dat de afstand die men af legt naar een Aldi relatief groot is en het autogebruik onder Aldi-klanten relatief hoog is. Uit onderzoek van Rho adviseurs (2017) onder 20.000 Aldi-klanten en langjarig onderzoek van Deloitte blijkt dat:

- de gemiddelde afstand die de consument aflegt naar de winkel bij Aldi bijna 5 kilometer is en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt 2 kilometer;
- het gemiddelde autogebruik bij Aldi tussen de 75% en 80% ligt en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt tussen de 40% en 60%.

COMBINATIEBEZOEK

Een ander opvallend kenmerk van Aldi is de mate van combinatiebezoek met speciaalzaken. Consumenten bezoeken een discounter relatief doelgericht. Hierdoor combineren bezoekers van discountsupermarkten dit bezoek minder vaak met een bezoek aan speciaalzaken (bij vergelijkbare omstandigheden) dan bezoekers van full-service supermarkten (figuur 2.5):

- gemiddeld combineert 45 tot 75% van de bezoekers van een reguliere supermarkt dit bezoek met een bezoek aan de nabijgelegen speciaalzaken (afhankelijk van de ligging ten opzichte van elkaar);
- bij een discounter combineert slechts gemiddeld 20% tot 40% van de bezoekers dit bezoek met een bezoek aan de nabijgelegen speciaalzaken (afhankelijk van de ligging ten opzichte van elkaar).



Figuur 2.5 Mate van combinatiebezoek bij service-supermarkten versus discountsupermarkten (bron: DTNP, 2016; bewerking Rho Adviseurs, 2021)

In tabel 2.2 is een samenvattend overzicht gepresenteerd van de kenmerken van de Aldi-formule en het consumentengedrag bij Aldi ten opzichte van reguliere vooral full-service supermarkten.

Tabel 2.2 Overzicht kenmerken Aldi ten opzichte van reguliere (full-)service supermarkten

Kenmerk	Aldi	(Full-)servicesupermarkt
Omvang assortiment	Circa 1.300 artikelen	10.000 tot 25.000 artikelen
Overwegend bezoekmotief	Secundair/tertiair	Primair
Gemiddeld autobebruik consument	75%-80%	40%-60%
Gemiddelde afstand tot supermarkt	4,5 – 5 kilometer	Circa 2 kilometer
Gemiddelde omvang verzorgingsgebied	15.000 – 25.000 inwoners	4.000 – 6.000 inwoners
Gemiddelde omvang winkel	Circa 1.200 m ² wvo	1.500 – 2.500 m ² wvo

2.4 Kwantitatieve behoefte: distributieplanologische marktanalyse

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

AANTAL INWONERS

De kern Zetten heeft momenteel 5.060 inwoners (CBS, 2021; gegevens over 2020). Uit de Primos prognose 2020 blijkt dat er de komende planperiode sprake zal zijn van een kleine bevolkingsgroei in de gemeente Overbetuwe. De verwachting is dat het aantal inwoners zal toenemen met 1,7%. Voor de kern Zetten betekent dat 5.148 inwoners in 2030.

GEMIDDELDE BESTEDING DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2019 € 2.602,- per persoon (Notitie Omzet-kengetallen 2020, gegevens over 2019). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in Zetten ligt 3,3% lager dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2021; gegevens over 2018). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in Zetten is daardoor circa 1,3% lager dan het Nederlands gemiddelde en bedraagt € 2.568,-.

KOOPSTROMEN

Er is voor de gemeente Overbetuwe een koopstromenonderzoek beschikbaar uit 2016. Dit koopstromenonderzoek heeft echter enkel de koopstromen op gemeenteniveau beschikbaar. Op basis van deze koopstromen en onze kennis van de marktsituatie hebben wij de koopstromen voor de kern Zetten ingeschat.

In het koopstromenonderzoek is de koopkrachtbinding voor de gemeente Overbetuwe berekend op 88%. Voor de kern Zetten komen wij tot een iets hogere koopkrachtbinding, namelijk 90%. Dit heeft te maken met het aanbod in Zetten in vergelijking tot het aanbod in de omliggende kernen. Zoals in paragraaf 2.1 en 2.2 aangegeven heeft Zetten een compleet supermarkt aanbod, met ook kwalitatief een aanvullend aanbod ten opzichte van de regio. Voor veel inwoners is Zetten de belangrijkste aankoopplaats. Er is niet veel reden voor uitwijking naar andere kernen voor het dagelijks aanbod. De verwachting is dat de koopkrachtbinding nog eens met 2%-punt zal toenemen als gevolg van uitbreiding van Aldi tot een moderne hard-discounter. De koopkrachttoevloeiing is berekend aan de hand van de ingeschatte koopstromen van de omliggende kernen. Zoals is beschreven in de kwalitatieve analyse, heeft de kern Zetten een secundair verzorgingsgebied waarbinnen verschillende kernen vallen waar slecht één of geen supermarkt is gevestigd. Hierdoor zijn de inwoners voor supermarkt aanbod aangewezen op Zetten. In tabel 2.3 is per kern in het verzorgingsgebied een inschatting van welk deel van de bestedingen aan dagelijkse goederen gedaan zal worden in Zetten. Dit is een inschatting op basis van het aanbod in de eigen kern in vergelijking met het aanbod in de omliggende kernen, waaronder Zetten.

- Zo ligt Hemmen vlak naast Zetten en heeft geen eigen supermarktaanbod. De verwachting is dat net als de inwoners van Zetten 90% van de bestedingen in Zetten terecht komen.
- Randwijk ligt ten noorden van Zetten en heeft geen eigen supermarktaanbod. Voor de inwoners van Randwijk zijn zowel Zetten als Heteren goed bereikbaar. Vanwege het aanbod in Zetten (3 supermarkten) in vergelijking met Heteren (1 supermarkt) verwachten we dat het grootste deel van de consumenten naar Zetten zal gaan.
- De kernen Heteren en Herveld hebben elk een eigen supermarkt. Andelst ligt vlak aan Herveld. De verwachting is dat de meerderheid de dagelijkse boodschappen in de eigen kern doet. Maar vanwege het aanbod in Zetten hier aanvullende boodschappen doet.

Tabel 2.3 Herkomst toevloeiing Zetten

Kern	Binding tot Zetten
Hemmen	90%
Randwijk	70%
Heteren	40%
Andelst	40%
Herveld	40%

Op basis van deze inschatting komen wij tot een toevloeiing van circa €15,3 miljoen, wat neer komt op 57%.

GEMIDDELDE OMZET PER M² DAGELIJSKE GOEDEREN

De gemiddelde omzet per m² (vloerproductiviteit) van winkels in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland € 7.564,- (Notitie Omzetkengetallen 2020, gegevens over 2019).

OMVANG WINKELAANBOD

Momenteel hebben de dagelijkse winkels in Zetten een omvang van 3.660 m² wvo (Locatus, 2021). Voor de komende planperiode wordt rekening gehouden met de uitbreiding van Aldi met 455 m² wvo. De huidige winkel van Aldi heeft een omvang van 571 m² wvo, het beoogde oppervlak bedraagt 1.026 m² wvo.

Tabel 2.4 Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector Zetten

	2020	2030	bron
inwonertal marktgebied	5.060	5.148	CBS, 2021; Primos prognose 2020
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.568	€ 2.568	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
bestedingspotentieel	€ 12.990.000	€ 13.220.000	
koopkrachtbinding (%)	90%	92%	inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€ 11.690.000	€ 12.160.000	
koopkrachttoevoeiing (%)	57%	57%	inschatting Rho
koopkrachttoevoeiing €	€ 15.267.902	€ 15.267.902	
totale omzet in marktgebied	€ 26.957.902	€ 27.427.902	
gemiddelde vloerproductiviteit per m ² wvo (excl. BTW)	€ 7.564	€ 7.564	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	3.560	3.630	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	3.660	3.660	Locatus, 2021
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 7.370	€ 7.490	
omzetclaim marktgebied	€ 27.680.000	€ 27.680.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	-2,6%	-1%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ -720.000	€ -250.000	
ruimte voor ontwikkeling (m ² wvo)	-100	-30	
uitbreiding Aldi	-	455	
ruimte voor ontwikkeling (m ² wvo)		-485	
toekomstige omzet ten opzichte van huidige functio- neren		-9,3%	

Uit de marktruimteberekening volgt dat in de huidige situatie de dagelijkse goederensector in het verzorgingsgebied iets benedengemiddeld presteert. Het winkelloppervlak is iets groter dan is te verwachten op basis van de totale omzet in dit gebied. De komende planperiode zal de ruimte voor ontwikkeling toenemen als gevolg van een beperkte bevolkingsgroei en stijging van de koopkrachtbinding. Deze ontwikkelingsruimte is met 70 m² wvo echter kleiner dan beoogde uitbreiding (455 m² wvo). Dit betekent dat de gemiddelde omzet per m² niet iets verder zal afnemen: van huidig € 7.370 naar € 6.670. Dit is een afname van ruim 9% procentpunt ten opzichte van de huidige situatie. Absoluut komt dit neer op een potentieel overaanbod van circa 500 m² wvo. De vraag is wat voor gevolgen dit heeft voor het dagelijks goederenaanbod van Zetten?

Aldi heeft momenteel een omvang van 571 m² wvo. Dit is (veel) te klein om op termijn goed te kunnen blijven functioneren. Uitbreiding van de winkel is nodig om toekomstbestendig te kunnen zijn. Uit de marktruimteberekening blijkt dat het draagvlak voor drie moderne supermarkten beperkt is. De totale omzet van de supermarkten zal toenemen, maar de gemiddelde omzet zal lager komen te liggen. Dit is niet ongebruikelijk; De ervaring leert dat bij uitbreiding van een supermarkt, de groei van de omzet niet gelijk loopt met de toename van het aantal meters. De uitbreiding is ook gericht op het bieden van meer kwaliteit en service voor de consument. Dit betekent soms dat een ondernemer met een lagere omzet per vierkante meter genoeg moet nemen; in dit geval naar verwachting ook Aldi. Geconcludeerd wordt dat bij deze marktomstandigheden wel degelijk effecten optreden op het ondernemersklimaat als gevolg van de uitbreiding van Aldi, maar dat deze niet onaanvaardbaar zijn.

Wanneer gekeken wordt naar het effect op de overige supermarkten is van belang of er sprake is van duurzame ontwrichting. In dit geval zal daar geen sprake van zijn. Alle supermarkten liggen in het centrum van Zetten. Mocht er onverhoopt een supermarkt omvallen, dan blijven er nog altijd twee moderne supermarkten in het centrum van Zetten over. Voor de consument betekent dit dat er nog steeds op aanvaardbare afstand een goed voorzieningenaanbod beschikbaar is.

2.5 Conclusie

Aldi werkt momenteel aan een moderniseringsslag van haar winkels, zo ook in Zetten. De huidige winkel van Aldi aan de Hoofdstraat is te klein en voldoet niet meer aan de formule-uitgangspunten. Het is op termijn geen duurzaam-economische vestigingslocatie meer. Uitbreiding van de winkel is gewenst. Binnen het huidige perceel is hier geen ruimte voor. Door aangrenzende percelen toe te voegen aan het plangebied kan er een moderne harddiscounter gerealiseerd worden. Voor de kwaliteit en compleetheid van het supermarktaanbod is het van belang om de harddiscounter te behouden voor de inwoners van Zetten. De harddiscounter Aldi vormt door haar specifieke positionering een aanvulling op het overige supermarktaanbod.

Uit het distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat beoogde uitbreiding van Aldi groter is dan geraamde groei in de dagelijkse goederensector. Hierdoor zal de gemiddelde omzet per m² wvo met circa 9% dalen. Dit zal echter niet leiden tot onevenredige effecten op de dagelijkse winkelstructuur van Zetten. Modernisering van een bestaande supermarkt op een gewenste locatie in het centrum is per saldo een versterking van de detailhandelsstructuur. Temeer het zich juist onderscheid van de andere twee aanbieders. Hiermee is er kwalitatief behoefte aan de versterking van het dagelijkse winkelaanbod in het centrum van Zetten.

3. BELEIDSKADER EN LOCATIEAFWEGING

Naast de behoefteonderbouwing is de ontwikkeling van Aldi in dit hoofdstuk getoetst aan het vigerende detailhandelsbeleid.

3.1 Provinciaal beleid

3.1.1 Omgevingsvisie Gelderland

Maart 2019 is de nieuwe Omgevingsvisie Gaaf Gelderland in werking getreden. De provincie zet een gezond, veilig, schoon en welvarend Gelderland centraal. De provincie legt bij de taakinvulling ten aanzien van een gezond, veilig, schoon en welvarend Gelderland de focus op duurzaamheid, verbondenheid en een krachtige economie. Dit wordt gedaan door zeven met elkaar samenhangende ambities na te streven op de volgende thema's: energietransitie, klimaatadaptatie, circulaire economie, biodiversiteit, bereikbaarheid, vestigingsklimaat, woon- en leefomgeving.

3.1.2 Omgevingsverordening

In december 2018 is ook de geactualiseerde Omgevingsverordening Gelderland vastgesteld. In artikel 2.13 van de Omgevingsverordening is geregeld dat perifere detailhandel slechts wordt toegestaan indien dit past binnen het vigerende Regionaal Programma Werklocaties. Regio Rivierenland hanteert een RPB (Regionaal Programma Bedrijventerreinen). Binnen het RPB worden detailhandel en kantoren buiten beschouwing gelaten. Hier worden nadere afspraken over gemaakt. Momenteel wordt het RPB herzien.

Detailhandel

Perifere detailhandel kan worden toegestaan onder de volgende voorwaarden:

1. er wordt voldaan aan de eisen van de Ladder voor duurzame verstedelijking;
2. er heeft aantoonbaar regionale afstemming plaatsgevonden, en;
3. gedeputeerde Staten stemmen in met de ontwikkeling.

Daarnaast wordt in lid 3 van artikel 2.13 gesteld dat detailhandelsvoorzieningen met een bovenlokale functie en groter dan 1.500 m² bvo regionaal afgestemd moeten worden. Daarnaast moet rekening gehouden worden met artikel 2.14. In artikel 2.14 is het volgende geregeld:

1. Een bestemmingsplan maakt de vestiging van een detailhandelsvoorziening op een perifere locatie alleen mogelijk als deze voorziening vanwege specifieke ruimtelijke eisen of veiligheidseisen binnenstedelijk moeilijk inpasbaar zijn.
2. Een bestemmingsplan maakt de vestiging van een supermarkt alleen mogelijk binnen of aansluitend aan een winkelcentrum, tenzij vanwege bijzondere omstandigheden vestiging op zo'n locatie niet mogelijk is.

Het doel van het beleid is het behoud van een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandelsstructuur in Gelderland, die bijdraagt aan de vitaliteit van steden en dorpen. Het vernieuwen en aanpassen van bestaande centra en winkelgebieden aan een afnemende vraag naar winkels en nieuwe marktontwikkelingen heeft prioriteit. Het doel is supermarkten te realiseren dicht bij de burgers en supermarkten dragen bij aan versterking van nieuwe en bestaande winkelgebieden. Detailhandel kan in principe alleen op een perifere locaties worden toegestaan, wanneer dit uit oogpunt van ruimte of veiligheid vereist is.

Supermarkten trekken veel bezoekers en zorgen voor synergie met ander dagelijks aanbod. Ze zijn daarom van belang voor de vitaliteit en het functioneren van winkelcentra als geheel. Zoals hiervoor aangegeven is het doel supermarkten te realiseren dicht bij de burgers. Daarbij dragen supermarkten bij aan de versterking van de winkelgebieden. Het vestigen van supermarkten in bestaande winkelcentra past binnen het algemene uitgangspunt van het beleid dat detailhandel die ruimtelijk inpasbaar is in een binnenstedelijk winkelcentrum daar een plek moet krijgen. Daarnaast is het doel de beschikbaarheid en bereikbaarheid van detailhandelsvoorzieningen te garanderen. Voor dagelijkse boodschappen, zoals een supermarkt, spelen centra in wijken en dorpen hierin een belangrijke rol. Vestiging van een supermarkt (waaronder ook dis-countsupermarkten) is daarom slechts toegestaan binnen of aansluitend aan een winkelcentrum. Een winkelcentrum is een ruimtelijk geheel met meerdere winkels voor de dagelijkse boodschappen, eventueel in samenhang met andere consu-

mentverzorgende voorzieningen, zoals horeca, leisure, culturele voorzieningen, baliefuncties etc. Het betreft zowel bestaande winkelcentra in stadscentra, stadsdeelcentra, dorpscentra en wijkcentra als nieuwe wijkgebonden winkelconcentraties in nieuwe woonwijken. De gemeente heeft de vrijheid om het gebied van de winkelcentra te begrenzen mits redelijkerwijs passend binnen de bovenstaande omschrijving.

Meestal zijn supermarkten ruimtelijk goed in te passen in winkelcentra. Er zijn echter gevallen denkbaar waar redelijkerwijs geen ruimte geschikt of geschikt te maken is voor de vestiging van een supermarkt in een winkelcentrum. Bijvoorbeeld in het historische centrum van een kleine kern of een vestigingsstad. Daarom kan in bijzondere gevallen worden afgeweken van de bepaling in het tweede lid van artikel 2.14. Daarbij moet onderbouwd worden dat vestiging in een winkelcentrum redelijkerwijs niet mogelijk is. In die gevallen wordt vestiging van een supermarkt toegestaan op een, vanuit een goede ruimtelijke ordening, geschikte locatie net buiten een centrum of op een goed ontsloten plek (ook voor langzaam verkeer) in een dorp of woonwijk. In de meeste gevallen zijn supermarkten op perifere locaties vanuit een goede ruimtelijke ordening niet gewenst. Tot slot dient de omvang van de supermarkt in overeenstemming te zijn met de verzorgingsfunctie en dienen er geen (blijvende) negatieve effecten op te treden op de bestaande detailhandelsstructuur.

3.2 Regionaal beleid

3.2.1 Concept Regionaal Programma Werklocaties regio Arnhem/Nijmegen (02-12-2020)

Het hoofddoel van het regionale beleid voor de detailhandel is het in onderlinge samenwerking tussen de tot de regio behorende gemeenten creëren en in stand houden van een evenwichtige en duurzame regionale structuur voor de detailhandel en perspectief voor ondernemers/ marktpartijen, zodat zij kunnen en willen investeren in vernieuwing.

Het regionale detailhandelsbeleid streeft naar de volgende doelstellingen.

- Het in stand houden en versterken van een evenwichtige en duurzame regionale detailhandelsstructuur met een zo compleet mogelijk voorzieningenpakket voor de consument én perspectief voor ondernemers/marktpartijen, zodat zij kunnen en willen investeren in vernieuwing;
- Het beschermen van de vitaliteit van binnensteden, dorpen en wijkcentra: perifere ontwikkelingen mogen niet concurreren met de reguliere detailhandel. Uitgangspunt is dat detailhandelsontwikkelingen in de centra een plek dienen te krijgen als ze ruimtelijk (qua volume en veiligheid) inpasbaar zijn.
- Het bereiken van een kwantitatief en kwalitatief evenwicht tot het jaar 2025. Overaanbod moet worden teruggedrongen, waarbij keuzen nodig zijn met betrekking tot de zachte en harde planvoorraad en onbenutte bestemmingsplan capaciteit.
- Gezien de beperkte uitbreidingsbehoefte focus op versterking van bestaande concentraties en het voorkomen van versnippering van het aanbod.

Om dit te bereiken, zullen de randvoorwaarden voor een goed functioneren van dergelijk aanbod geschapen moeten worden. Het gaat daarbij om:

- een goede bereikbaarheid en voldoende en goede parkeermogelijkheden;
- passende combinaties met andere winkels en voorzieningen;
- het zorgen voor aantrekkelijke verblijfsmilieus met een bijzonder karakter;
- inspelen op de vragen die de opkomst van internet aan ons stelt.

3.3 Gemeentelijk beleid

3.3.1 Omgevingsvisie gemeente Overbetuwe (01-10-2019)

De gemeente Overbetuwe heeft in 2019 de Omgevingsvisie vastgesteld waarin een integrale visie is opgesteld voor het gehele gemeentelijk grondgebied.

De Omgevingsvisie van Overbetuwe is erop gericht de kwaliteit van de leefomgeving op niveau te houden en waar mogelijk (verder) te verbeteren. Immers, het is goed toeven in Overbetuwe. Veel mensen dragen zorg voor hun leefomgeving. Samen

zorgen ze ervoor dat het goed wonen en werken is in Overbetuwe. Actuele maatschappelijke ontwikkelingen bieden hierbij kansen en vragen om een nieuwe kijk op zaken. Omdat de ambities tot 2040 gelden, willen ze de mogelijkheden voor toekomstige generaties niet verkleinen. Iedereen krijgt daarom de kans om toekomstbestendig en duurzaam te handelen. In deze visie worden de ambities integraal weergegeven. Een vitale en aantrekkelijke leefomgeving in Overbetuwe is belangrijk, voor nu en in de toekomst. Om deze optimaal te houden, wordt de identiteit als fundament beschouwd. De wereld om ons heen staat echter niet stil. Ook in de gemeente Overbetuwe moet rekening gehouden worden met de huidige trends. Deze trends dwingen de gemeente in de verdere ontwikkeling te kiezen voor een focus op zes opgaven:

1. **Vitaal buitengebied in beweging:** Agrarisch gebruik is een belangrijke en karakteristieke functie in het buitengebied. In de loop der jaren hebben zich soms andere functies gevestigd in het landelijk gebied. Omgaan met trends zoals digitalisering, verstedelijking en klimaatverandering zijn uitdagingen die het buitengebied in beweging brengen. Maar ook de schaalvergroting die enerzijds leidt tot grotere agrarische bedrijven en anderzijds zorgt voor meer stoppende boeren. Om alle belangen een plek te kunnen geven, moeten we meer durven te differentiëren. Op die manier werken we aan een vitaal buitengebied met meer en betere kansen om passende functies een plek te geven.
2. **Innovatieruimte voor ondernemerschap:** In Overbetuwe is ondernemerschap erg belangrijk. Op bedrijfsterreinen waar de werkfunctie domineert maar ook bijvoorbeeld in dorpscentra en in het buitengebied. Dit belang vraagt om goed om te gaan met veranderingen. Bijvoorbeeld economische en technologische ontwikkelingen noodzaken hiertoe. Ondernemers hebben steeds vaker te maken met verandering die ook steeds sneller gaat. Door de basisbehoefte op orde te houden en ruimte te geven aan flexibel en innovatief ondernemen wordt hier rekening mee gehouden.
3. **Samen werken aan energietransitie:** In Overbetuwe werken we hard aan energietransitie. Zo leveren de gemeente lokaal een bijdrage aan de afspraken die zijn gemaakt over het omgaan met klimaatverandering. De gemeente bespaart energie en verlaat de energiemix die gebaseerd is op fossiele brandstoffen. Behalen van de doelstellingen maakt het noodzakelijk dat vele partijen in Overbetuwe nauw samen werken aan de opgaven. De gemeente wil bij energietransitie het goede voorbeeld geven, maar het echte succes wordt gemaakt door partijen in Overbetuwe.
4. **Gevarieerde dorps woonomgeving:** Een eigentijdse, aantrekkelijke en herkenbare leefomgeving is gebaat bij een dorps en groen karakter die voldoende ruimte biedt voor (nieuwe) woonwensen. Als er (in de uitvoering en bij het maken van plannen) voldoende rekening gehouden wordt met een gezonde en veilige leefomgeving én demografische trends, wordt er blijvend bijgedragen aan een woonomgeving die bij iedereen past. Hieraan wordt gebiedsgericht gewerkt en wordt er gezorgd voor meer variatie en flexibiliteit.
5. **Netwerk verbonden met samenleving:** Fysieke en sociale netwerken zijn in Overbetuwe van groot belang. Op beide vlakken wil de gemeente vraag en aanbod goed met elkaar verbinden. Daarbij sluit de gemeente aan op én houden rekening met de kwaliteiten van de gemeenschap. Het belang dat wordt gehecht aan samen leven en participeren, maakt dat er slim omgegaan moet worden met sociale ontwikkelingen (zoals individualisering) en demografische trends (zoals vergrijzing).
6. **Voorzieningen geclusterd:** Vitaliteit van en toegang tot voorzieningen vragen aandacht.
7. **Digitalisering en schaalvergroting** maken dat werken aan een voorzieningenaanbod dat (blijvend) moet passen bij de behoefte en karakteristiek van de dorpen. Dit wordt gedaan door te focussen op een divers aanbod en door de voorzieningen te clusteren.

3.4 Locatieafweging in relatie tot beleidskader

Het provinciaal, regionaal en gemeentelijk beleid is gericht op concentratie van het detailhandelsaanbod. Met de verschillende beleidskaders wordt nagestreefd de bestaande detailhandelsstructuur te behouden.

Zowel het provinciaal als gemeentelijk beleid is gericht op versterking van de detailhandelsstructuur door clustering en concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden. Met het gemeentelijk beleid worden voorzieningen geclusterd in de hoofdkernen van de gemeente. De beoogde ontwikkeling van Aldi sluit hier op aan. Aldi is gelegen in het centrum van Zetten. De ontwikkeling zorgt voor een verdere versterking van de winkelstructuur van Zetten. Door de uitbreiding en modernisering van de Aldi in Zetten blijft de winkel behouden voor zowel kern als het verzorgingsgebied. Hiermee wordt de detailhandelsstructuur in stand gehouden. Daarnaast zorgt de Aldi voor een goed bereikbare winkel waarbij parkeren op eigen terrein

ervoor zorgt dat er geen verkeersoverlast voor de omgeving ontstaat. Daarnaast zorgt de modernisering voor een duurzame winkel en draagt zo bij aan de gezamenlijke energietransitie.

Door de uitbreiding kan de supermarkt ook op langere termijn behouden blijven en bijdragen aan het behoud van een goed functionerende detailhandelsstructuur. Dit houdt de kern van Zetten vitaal en blijft voorzien in de bereikbaarheid van voorzieningen. Geconcludeerd kan worden dat de beoogde ontwikkeling van Aldi aansluit bij de relevante beleidskaders.

Verder is in dit ruimtelijk-economisch onderzoek aangetoond dat er behoefte is aan uitbreiding van de Aldi, zeker in kwalitatief opzicht. Een harddiscounter is complementair op de reeds aanwezige full-service supermarkten. Inwoners van Zetten en omliggende kernen hebben daadwerkelijk iets te kiezen. Met drie moderne supermarkten krijgt Zetten een kwalitatief hoogwaardig supermarktaanbod. Maar bovenal wordt hen een nieuwe, ruim opgezette winkel geboden; een prettige winkelbeleving. Kwantitatief is de uitbreidingsruimte beperkt, maar als gevolg van de uitbreiding zijn er geen negatieve effecten op de detailhandelsstructuur te verwachten. Het is per saldo een versterking van het centrum van Zetten.

Binnen het primair verzorgingsgebied staan momenteel 10 panden leeg, met een totale oppervlakte van 1.707 m² wvo (tabel 3.1). De leegstand in winkelmeters is 12,6% en de leegstand in verkooppunten is 13,7. De ligt boven de gemiddelde leegstand in vergelijkbare kernen en de provincie Gelderland. Het huidige Aldi-pand heeft een centrumbestemming waarbinnen verschillende voorzieningen mogelijk zijn, en heeft een centrale ligging in het centrum van Zetten. Met de voorgenomen ontwikkeling worden de leegstaande panden en het incurante vastgoed aan de Hoofdstraat uit de markt genomen.

Tabel 3.1 Leegstandsanalyse (bron: Locatus, 2020)

	aantal verkooppunten			omvang (m ² wvo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
provincie Gelderland	24.424	1.743	7,1%	5.169.651	344.811	6,7%
gemeente Overbetuwe	552	32	5,8%	120.245	6.028	5,0%
Zetten	73	10	13,7%	13.551	1.707	12,6%
te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 5.000 tot 7.500 inwoners	134	8	6,0%	26.400	1.471	5,6%

Geconcludeerd wordt dat met de beoogde ontwikkeling van Aldi past binnen de gemeentelijke doelstellingen ten aanzien van de detailhandel.

3.5 Conclusie

Het provinciaal en gemeentelijk beleid is gericht op concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden om zo de detailhandelsstructuur te behouden en versterken. De beoogde nieuwe locatie ligt in het centrumgebied van Zetten. Met de ontwikkeling van Aldi wordt daardoor ruimte geboden aan schaalvergroting binnen de bestaande winkelstructuur, waardoor Aldi als harddiscounter behouden kan blijven voor de inwoners van Zetten. Met de uitbreiding kan Aldi haar winkel in kwalitatief opzicht verbeteren en moderniseren. De ontwikkeling voorziet in de opgave om een winkelbestand te behouden dat toereikend is om blijvend in de behoefte van Zetten aan dagelijkse boodschappen te voorzien in alle segmenten. Beleidsmatig wordt ingezet op versterking van het centrum. Met de uitbreiding en modernisering van Aldi wordt daar een bijdrage aan bijgedragen.

4. CONCLUSIE

In deze rapportage is de behoefte aan de beoogde uitbreiding en verplaatsing van Aldi in beeld gebracht. In dit onderzoek is de behoefte aan de gewenste uitbreiding van Aldi aangetoond. Hieronder zijn de belangrijkste conclusies weergegeven.

4.1 Behoefte

Aldi werkt momenteel aan een moderniseringsslag van haar winkelbestand. Ook voor de winkel in Zetten is modernisering gewenst. De huidige winkel is te klein en voldoet niet meer aan de wensen van de moderne harddiscountconsument. Binnen het huidige perceel is niet voldoende ruimte, maar als aangrenzende percelen worden aangekocht is er voldoende ruimte om een moderne harddiscounter te realiseren. De winkel wordt uitgebreid met 455 m² wvo. Deze beperkte uitbreiding is gericht op het bieden van meer service en comfort voor de bestaande klanten. Uit de analyse in hoofdstuk 2 blijkt dat er sprake is van zowel een kwalitatieve als kwantitatieve behoefte aan uitbreiding van Aldi. Aldi is door haar specifieke positionering in de supermarktbranche een aanvulling op het dagelijks winkelaanbod binnen het verzorgingsgebied. De consument heeft behoefte aan een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op aanvaardbare afstand. Met de uitbreiding van Aldi krijgt Zetten een kwalitatief hoogwaardig supermarktaanbod. Op basis van actueel distributieplanologisch onderzoek worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op de supermarktstructuur in het verzorgingsgebied als gevolg van uitbreiding van Aldi.

4.2 Locatieafweging in relatie tot beleid

In hoofdstuk 3 zijn de relevante beleidskaders uiteengezet. De winkel van Aldi is gelegen in het centrumgebied van Zetten. Het provinciaal en gemeentelijk beleid is gericht op een versterking van de detailhandelsstructuur en ondernemersklimaat. Clustering van functies staat hierbij centraal. De ontwikkeling van Aldi sluit aan bij dit beleid. De Aldi breidt uit op de huidige locatie door aangrenzende percelen bij het plangebied op te nemen en het hier aanwezige, incourant en leegstaand vastgoed uit de markt wordt genomen. De ontwikkeling zorgt daarmee voor een verdere concentratie en versterking van de winkelstructuur, en de versterking van Zetten als verzorgingskern. Er is sprake van een zorgvuldig ruimtegebruik.

4.3 Conclusie

Geconcludeerd wordt dat er behoefte is aan de beoogde uitbreiding van Aldi. Met de herontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.