

DISTRIBUTIE-PLANOLOGISCHE ONDERBOUWING ALDI-ONTWIKKELING ZUIDBROEK

1. INLEIDING

Supermarktorganisatie Aldi heeft aan de gemeente Menterwolde een plan voorgelegd voor de verplaatsing met gelijktijdige uitbreiding van de Aldi-supermarkt in Zuidbroek. Het betreft een solitaire supermarkt, gelegen aan de noordrand van Zuidbroek. Door het noordelijk deel van het dorp Zuidbroek loopt de A7, de autosnelweg van de stad Groningen naar het oosten. Aan de noordzijde van de snelweg ligt de Aldi. Bijna alle andere winkelvoorzieningen in het dorp liggen een paar honderd meter zuidelijker aan de Spoorstraat. De huidige Aldi-supermarkt heeft een oppervlakte van ca. 835 m² bedrijfsvloeroppervlak (bvo), i.c. 670 m² winkelvloeroppervlak (wvo).

De maatvoering van de beoogde ontwikkeling omvat maximaal ca. 1.625 m² bvo aan winkelruimte en magazijnen (i.c. maximaal 1.225 m² wvo). Dat komt neer op een totale toevoeging van ca. 790 m² bvo ten opzichte van de huidige situatie (i.c. maximaal 555 m² wvo). Het plan houdt verder sloop in van het bestaande pand, waarna het meer naar achteren in het westelijk deel van het projectgebied wordt teruggebouwd.

De gemeente heeft Aldi gevraagd om deze plannen distributie-planologisch te (laten) onderbouwen. Aanleiding hiervoor is een verplichting van de gemeente Menterwolde voor dit soort structuurbepalende detailhandelsontwikkelingen ter verlening van een detailhandelsbestemming. Voor het beoogde project is een bestemmingswijziging gewenst. Om deze reden en om voldoende zicht te krijgen op de marktverhoudingen in dit gebied wordt het wenselijk geacht de haalbaarheid van de ontwikkeling te beoordelen en de effecten in kaart te brengen. De onderbouwing is onderdeel van de paragraaf waarin de ladder duurzame verstedelijking een plaats krijgt.

Tevens is er een wens van de Gemeente om inzicht te bieden aan de Provincie Groningen, die een principebesluit moet nemen over de planologische haalbaarheid van de uitbreiding, omdat deze provinciale belangen raakt zoals geformuleerd in de provinciale omgevingsverordening.

Onderdeel van deze verkenning vormt de beoordeling van de economische effecten in hoofdlijnen van de beoogde ontwikkeling voor de ruimtelijke winkelstructuur van Menterwolde. Doel van het onderzoek is te bezien of de beoogde ontwikkeling past in de bestaande, zorgvuldig opgebouwde verzorgingsstructuur, en niet leidt tot een duurzame ontwrichting ervan. Bekeken zal worden of het aannemelijk is dat de ontwikkeling als zodanig zal leiden tot blijvende leegstand en tot het risico dat inwoners niet langer hun dagelijkse boodschappen kunnen doen op aanvaardbare afstand van hun woonplaats. Bij de beoordeling wordt rekening gehouden met de ontwikkelingen in de bevolkingsomvang in het verzorgingsgebied, met de ontwikkelingen in de bestedingen bij supermarkten en in food-speciaalzaken, en met andere relevante ontwikkelingen in het verzorgingsgebied.

Uit onze werkzaamheden komt automatisch inzicht voort in de regionale behoefte aan de beoogde ontwikkeling, zoals deze vereist is voor de toepassing van de ladder duurzame verstedelijking in het bestemmingsplan. In onze rapportage zullen wij deze concreet benoemen.

Overigens zullen de marktverhoudingen en de effecten in kaart worden gebracht met behulp van de gebruikelijke distributie-planologische expertise en op basis van bestaande informatie.

In distributie-planologische zin beschikken wij niet over afdoend recente informatie, waarop wij ons voor deze verkenning kunnen baseren. De gemeente Menterwolde heeft ons laten weten dat zij niet beschikt over een detailhandelsnota, een integraal distributie-planologisch onderzoek, marktverkenningen of een koopstromenonderzoek.

Wel kunnen wij beschikken over een door Aldi beschikbaar gestelde omzetindicatie. Omdat Aldi ons tevens de juiste omvang van de huidige supermarkt heeft laten weten kunnen wij ook de vloerproductiviteit van de vestiging berekenen.

Aldi beschikt niet over een vestigingsplaatsonderzoek of klantenherkomstgegevens.

Een gevolg hiervan is dat wij zaken zoals koopkrachtbinding, koopkrachtafvloeiing, koopkrachttoevloeiing, toonbankbestedingen en overige vloerproductiviteiten moeten inschatten.

2. Aanpak in detail

Omdat het hier een quickscan betreft, richten wij ons in hoofdzaak op het centrale aspect van dit onderzoek, namelijk de verplaatsing en de uitbreiding van de Aldi. In distributie-planologische zin hebben wij ons wel een oordeel gevormd over de levensmiddelenwinkels in de hele gemeente Menterwolde. Daartoe hebben wij een bezoek gebracht aan de gemeente om een indruk te krijgen van de foodwinkels.

De winkelaanbodgegevens zijn verkregen van dataleverancier Locatus. Bijna alle winkels zijn door Locatus ter plekke beoordeeld en gemeten in augustus/september 2014. De meting betreft de omvang van de foodwinkels in m² winkelvloeroppervlak (=wvo).

De situatie is door ons ter plaatse in ogenschouw genomen en de ontwikkeling van de Aldi is beoordeeld in het ruimere kader van de totale winkelstructuur van Menterwolde. De verplaatsing en uitbreiding van de Aldi heeft zeker een bovenlokale component als gevolg van de prachtige ligging vlakbij de A7.

De uitgevoerde analyses, hebben de volgende kenmerken:

De *economische analyse* bestaat uit het in beeld brengen van de verwachte demografische ontwikkeling en van de winkelstructuur in hoofdlijnen in de gemeente Menterwolde, inschatting van het verzorgingsgebied van de Aldi, inschatting van de verzorgingsfunctie van de Aldi, waartoe raming van lokale en bovenlokale koopstromen (rekening houdend met de ontwikkelingen in de toonbankbestedingen in de foodsector¹), en raming van de haalbare omzet van Aldi.

De *effectenanalyse* bestaat uit vaststelling van de concurrentie en de positieve en negatieve effecten voor het bestaande winkelapparaat en voor de consument.

Tenslotte wordt een oordeel uitgesproken of sprake zal zijn van duurzame ontwrichting van de bestaande winkelstructuur.

Zoals gezegd is dit een inventariserend onderzoek en moet het worden gebaseerd op de genoemde beschikbare algemene informatie, winkelaanbodgegevens van de onderzoeker en van Locatus, en ervaring en expertise. Er wordt geen nieuw veldwerk uitgevoerd, geen

¹ Food- en dagelijkse sector worden in deze tekst door elkaar heen gebruikt.

nieuw basisonderzoek gedaan en de gegevens worden in de vorm van een quickscan gerapporteerd.

3. De economische analyse

3.1. De locatie en het winkelaanbod

Parallel aan de A7 en pal aan de noordkant daarvan loopt in Zuidbroek de Burgemeester Omtaweg. Vrijwel op de hoek van de Burgemeester Omtaweg en de Kerkstraat ligt het rechthoekige perceel waarop de Aldi is gevestigd. In de noordoosthoek van het perceel ligt de supermarkt. Op het perceel is ook een vrijliggende bloemenzaak gevestigd. Het perceel heeft ontsluitingen op de Kerkstraat en de Burgemeester Omtaweg, en via deze laatste vrijwel direct op de A7.

Het is de bedoeling dat de supermarkt (vrijwel volledig) binnen het perceel wordt verplaatst naar de noordwesthoek. Daardoor zal het zicht op de supermarkt duidelijk worden verbeterd en wordt het parkeerregime verhelderd. Hierdoor worden verkeersbewegingen naar en van de A7, de Burgemeester Omtaweg en de Kerkstraat minder gecompliceerd en kunnen ze sneller worden afgewikkeld.

Functioneel verandert er weinig, omdat zowel de oude als de nieuwe Aldi solitair functioneren en een eigen trekkracht ontwikkelen. Later zullen wij dit verduidelijken door op de functie en het functioneren van het winkelapparaat van Menterwolde en Zuidbroek, en de onderlinge verbanden met de Aldi nader in te gaan.

3.2. Verzorgingsfunctie

De verwachte verzorgingsfunctie van de nieuwe Aldi zal als gevolg van de veranderingen niet wezenlijk veranderen. Het verzorgingsgebied zal niet merkbaar worden vergroot; de verzorgingsintensiteit kan nog iets toenemen.

Wij onderscheiden een primair en een secundair verzorgingsgebied voor deze Aldi. Het primaire verzorgingsgebied is dat gebied waar een groot deel van de klanten vandaan komt, en waar een flink deel van de bewoners op deze Aldi georiënteerd is, maar zonder dat dit persé betekent dat het gróóteste deel van de inwoners op deze winkel georiënteerd is. Het secundaire verzorgingsgebied is het gebied waar ook nog een deel van de mensen op deze Aldi georiënteerd is, maar zonder dat sprake is van enkele individuele gevallen. Technisch gesproken is de koopkrachttoevloeiing vanuit de kernen in het primaire verzorgingsgebied naar deze Aldi beduidend groter dan vanuit het secundaire verzorgingsgebied.

Een harddiscountsupermarkt als Aldi heeft een specifieke verzorgingsfunctie in vergelijking met fullservicesupermarkten, en deze Aldi heeft dat in het bijzonder vanwege de ligging aan de A7. Om die laatste reden kan dan ook nog een tertiaire verzorgingsfunctie worden onderscheiden.

Het primaire verzorgingsgebied wordt bepaald door woon- en winkelgebieden die op korte afstand liggen. Harddiscounters beschikken over een beperkter assortiment dan fullservicesupermarkten, met als gevolg dat de consument een dual consumentengedrag laat zien. Daarbij laten zij zich leiden door een deel van hun boodschappen voor een lage prijs aan te schaffen in de discounter, en een ander deel op verscheidenheid, kwaliteit en service in een fullservicesupermarkt of bij speciaalzaken.

Uiteraard speelt dit koopgedrag ook een rol bij de secundaire en tertiaire verzorgingsfunctie. Maar als gevolg van dat prijskopen strekken die secundaire en tertiaire verzorgingsfuncties zich aanzienlijk verder uit dan die van fullservicesupermarkten. Harddiscounters hebben ook op redelijk grote afstand hun eigen klantenkring (als daar geen concurrenten zitten) en

bereiken dan ook op wat grotere afstand een min of meer vast percentage van 10 à 15% van de lokale koopkracht. Daardoor wordt het verzorgingsgebied van de discounter ook nog eens bepaald door de ligging van concurrerende discounters.

De tertiaire verzorgingsfunctie heeft als bijzonderheid het verzorgingsgemak. Automobilisten die regelmatig gebruik maken van de A7 en die wat verder weg wonen zullen ongetwijfeld een flink deel van hun discountaankopen elders doen. Maar als ze deze Aldi kennen, zullen ze ook regelmatig voor deze Aldi kiezen door even van de snelweg af te gaan.

Wij schatten in dat het primaire verzorgingsgebied van deze Aldi bestaat uit de volgende woongebieden:

- o Zuidbroek
- o Noordbroek

Voor de plaatsen die wij beschouwen als behorend tot het primaire verzorgingsgebied van deze Aldi, heeft deze een aantal sterke kanten:

- o Relatieve nabijheid
- o Directe verbindingen
- o Geen concurrentie van andere harddiscounters
- o Gratis en uitstekend parkeren.

Uiteraard spelen ook de lage prijzen en de omvang van deze Aldi een rol.

Zuidbroek heeft een redelijk sterk foodwinkelapparaat. De supermarkt en een paar foodspeciaalzaken zien er bijzonder goed verzorgd uit. Bovendien liggen deze winkels redelijk dichtbij elkaar, waardoor de inwoners een hoog koopgemak kennen. De concurrentiekracht van deze winkels achten wij, voor een plaats met minder dan 4.000 inwoners, groot.

Hoewel de inwoners van Noordbroek blij mogen zijn met de winkels die ze nog hebben, kennen de foodwinkels nog maar weinig dynamiek en zijn ze overwegend gedateerd. De concurrentiekracht van deze winkels is niet groot meer.

Wij schatten in dat het secundaire verzorgingsgebied van deze Aldi bestaat uit:

- o De rest van de gemeente Menterwolde
- o Siddeburen

Inwoners van Menterwolde van de lijn Tripscompagnie-Meeden, of zuidelijker (Muntendam), zullen echter niet veel gebruik maken van deze Aldi, omdat er ook harddiscounters zijn in het dichterbij gelegen Veendam en/of Scheemda. Voor deze inwoners kan deze Aldi echter een goed alternatief zijn als ze (regelmatig) via de N33 en de A7 richting Groningen rijden.

Inwoners van Siddeburen hebben via de N33 een even snelle verbinding naar deze Aldi als naar discounters in Appingedam, en rijden daar maar een kwartier over. Op de lijn Hoogezand-Siddeburen en verder naar het oosten bevinden zich geen discounters. Inwoners van Siddeburen zijn dan ook aangewezen op Zuidbroek of op Appingedam/Delfzijl. Inwoners die tussen Siddeburen en Hoogezand langs de N387 wonen zullen waarschijnlijk eerder voor Hoogezand kiezen.

Het tertiaire verzorgingsgebied kan niet geografisch worden aangegeven. Het zal vooral een functionele kwestie zijn. Bereikbaarheid is in dat geval doorslaggevend. Het zal dan ook gaan om gebruikers van de A7 en de N33, en wel die gebruikers die hier regelmatig langskomen. Afstand is in dat geval niet relevant, wel het punt dat ze deze Aldi kennen en er regelmatig passeren. Het kan dan ook alleen worden aangegeven in de vorm van een aandeel in de omzet zoals wij dat inschatten.

3.3. Inwonertal

Aan het CBS zijn de volgende inwonertallen uit 2014 ontleend van de woonkernen die samen het verzorgingsgebied van de Aldi in Zuidbroek vormen:

Tabel 1 Inwonertallen verzorgingsgebied Aldi Zuidbroek (per 1-1-2014)

o Zuidbroek	3.772
o Noordbroek	1.917
• Totaal primair verzorgingsgebied	5.689
o Muntendam	4.827
o Meeden	1.742
o Siddeburen	3.935
• Totaal secundair verzorgingsgebied	10.504
• Totaal verzorgingsgebied Aldi Zuidbroek	16.193

Bron: Locatus; en wb Siddeburen: Wikipedia

Verspreid wonende bevolking toegerekend aan de genoemde kernen

3.4. Draagvlak

Zoals al eerder gezegd is het in geen van de gevallen zo dat alle inwoners van een gebied volledig op de Aldi in Zuidbroek georiënteerd zullen zijn. Het koopgedrag van inwoners kent - ook in abstracte zin - een zeer grote verscheidenheid. We noemen er een paar:

- o Een harddiscounter heeft een beperkt assortiment waardoor consumenten alleen in hun koopbehoefte kunnen voorzien door een duaal koopgedrag. Vaste klanten van fullservicesupermarkten kunnen in principe wel al hun aankopen daar doen;
- o Met toenemende afstand hebben inwoners vaak meer keuzemogelijkheden en neemt de oriëntatie al snel af. Harddiscounters hebben bij dezelfde omvang een groter verzorgingsbereik dan andere supermarkten, tenzij er vergelijkbare en dus direct concurrerende winkels in de buurt liggen;
- o Mensen zijn vaak sterk georiënteerd op een bepaalde supermarktformule. Soms willen mensen echt nergens anders boodschappen doen dan bij Albert Heijn. Dat geldt ook voor andere formules, zij het in mindere mate. Het is dus belangrijk wat de branchesamenstelling is van een winkelcentrum, en dat geldt niet alleen voor de supermarktformule(s), maar ook voor de vraag of er ook een discountsupermarkt, foodspeciaalzaken en non-foodzaken zijn ondergebracht.
- o De afwezigheid van non-foodzaken betekent in de regel dat ook de foodoriëntatie afneemt. Moet men toch naar, zeg, de Hema in een andere plaats, dan neemt men daar in de buurt ook vaak zijn boodschappen mee.
- o De oriëntatie van een verzorgingsgebied op een centrumdorp als Zuidbroek is voor non-foodartikelen altijd relatief laag omdat sommige non-foodassortimenten in deze centrumdorpen (nagenoeg) volledig ontbreken (woninginrichting, grote delen van mode en luxe, electro e.a.). En dat heeft ook consequenties voor de binding in de foodsector in verband met combinatie-aankopen.
- o Überhaupt is het zo dat mensen sterker georiënteerd zijn op sterke winkelgebieden dan op kleinschalige. Zij combineren hun aankopen dan ook vaak, als zij toch al in of in de nabijheid van zo'n sterk winkelgebied moeten zijn.
- o In het geval van een plaats zoals Zuidbroek is het zo dat omliggende dorpen voor niet-dagelijkse artikelen in vergelijking met dagelijkse artikelen relatief sterk op Zuidbroek georiënteerd zullen zijn als bepaalde winkels met niet-dagelijkse artikelen wel in Zuidbroek voorkomen, maar niet in eigen dorp. En dan zullen ze in Zuidbroek juist weer wel combinatie-aankopen in foodwinkels doen.
- o Is ergens alleen een discountsupermarkt gevestigd, al dan niet met speciaalzaken, dan ligt de binding substantieel lager dan wanneer er ook een full-servicesupermarkt

gevestigd is. Mensen moeten wekelijks naar een full-servicesupermarkt, omdat discounters niet alles kunnen bieden. Is er dan geen full-servicesupermarkt bij gevestigd, dan zal de oriëntatie op de discounter aanzienlijk kleiner zijn. Tenzij (nagenoeg) het gehele winkelgebied een hard-discountsignatuur heeft. De keuze voor wel of geen full-servicesupermarkt is weer vooral afhankelijk van de aanwezigheid van concurrentie.

- o Anderzijds hebben full-servicesupermarkten meestal graag een harddiscounter in de buurt, omdat op die manier de koopkrachtbinding zo hoog mogelijk wordt. In die gevallen trekt de harddiscounter vaak klanten van verderweg dan de full-servicesupermarkt. Die klanten slagen niet altijd bij de harddiscounter en combineren vaak aankopen bij beide typen supermarkten, waardoor de full-servicesupermarkt bij die situatie meer baat dan nadeel heeft. Hoe dichter de discounter gevestigd is bij de andere winkels, des te groter is het positieve effect van de discounter voor die andere winkels.

Dit soort overwegingen maken dat wij tot het volgende overzicht zijn gekomen voor de oriëntatie voor dagelijkse artikelen op de Aldi in Zuidbroek, vanuit de verschillende delen van het verzorgingsgebied.

Tabel 2 Oriëntatie voor dagelijkse artikelen op de Aldi in Zuidbroek

	Oriëntatie Dagelijks op Aldi Zuidbroek
Primair verzorgingsgebied:	
o Zuidbroek	30%
o Noordbroek	35%
Secundair verzorgingsgebied:	
o Muntendam	1%
o Meeden	2%
o Siddeburen	5%

Bewerking: Antea 2015

Door deze oriëntatiepercentages te combineren met de inwonertallen van deze kernen, ontstaat het voor de Aldi in Zuidbroek ingeschatte consumentendraagvlak:

Tabel 3 Ingeschat consumentendraagvlak² van de Aldi in Zuidbroek (afgerond)

Herkomst	Draagvlak Aldi Zuidbroek Circa
o Zuidbroek	1.125
o Noordbroek	675
• Totaal primair verzorgingsgebied	1.800
o Muntendam	50
o Meeden	25
o Siddeburen	200
• Secundair verzorgingsgebied	275
Aandeel koopkrachttoevoeiing vanuit	
o Tertiair verzorgingsgebied (5%)	100
Totaal consumentendraagvlak Aldi Zuidbroek	2.175

Bewerking: Antea 2015

² Technisch gesproken gaat het hier om zg. 'standaardconsumenten'. Dit zijn theoretische consumenten die 100% van hun inkopen bij de Aldi Zuidbroek doen.

3.5. Koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing

Het is gebruikelijk om de koopkracht uit de eigen woonplaats 'binding' te noemen, en de koopkracht die van elders komt 'toevloeiing'.

De Aldi is gevestigd in Zuidbroek. De Aldi 'bindt' derhalve 1.125 (standaard-) consumenten uit Zuidbroek (zie tabel 3). Omdat in Zuidbroek 3.772 mensen wonen, en dat dus het totale consumentendraagvlak vormt, betekent dit dat wij het aandeel koopkracht uit binding aan de Aldi op ca. 30% (zie tabel 2) inschatten. Alle overige oriëntatie op de Aldi is derhalve koopkrachttoevloeiing. Van het totale consumentendraagvlak van de Aldi van 2.175 bestaat die 1.125 dus uit binding (ic. ca. 52%) en bestaat de rest (ic. ca. 48%) uit toevloeiing. Het aandeel binding in de omzet wordt (dus) eveneens op 52% en het aandeel toevloeiing op 48% geschat.

We kunnen de binding aan en de toevloeiing naar de Aldi ook gebruiken om de binding en de toevloeiing aan de verschillende kernen in Menterwolde in te schatten.

Muntendam is met ca. 4.800 inwoners de grootste kern van de gemeente; Zuidbroek met ca. 3.700 inwoners de tweede kern. Volgens een handboek detailhandel is het zo dat woonkernen met 2.500 à 5.000 inwoners, en die op 7 à 15 km van een plaats met een groter winkelapparaat liggen (zoals Zuidbroek), gemiddeld een binding bereiken van 73% voor food, en een aandeel toevloeiing in de omzet van ca. 13%. Voor plaatsen die op minder dan 4 kilometer van een grotere plaats liggen (zoals Muntendam ten opzichte van Veendam), komt die binding uit op 50% en het aandeel toevloeiing eveneens op 13%.

Noordbroek en Meeden zijn kleiner dan 2.500 inwoners. Daar is de binding zelden groter dan 35% en zal de toevloeiing minimaal zijn.

Er zijn weinig redenen om aan te nemen dat Muntendam voor food een hogere binding en toevloeiing zal bereiken dan de genoemde resp. 50 en 13%. Muntendam bevindt zich in een zeer moeilijke concurrentiepositie door de nabije ligging van Veendam. Muntendam heeft zelf een klein winkelaanbod waardoor het nauwelijks concurrerend kan zijn, en kan dat winkelaanbod niet versterken door de concurrentiekracht van Veendam. Het is dan ook niet verbazend dat Muntendam de enige plaats in Menterwolde is met structureel leegstaande panden. Het draagvlak van Muntendam is te klein om de panden gevuld te krijgen. Dat neemt niet weg dat Muntendam het maximale heeft gedaan om de consument zo goed mogelijk te voorzien, en wel door in een klein maar redelijk geconcentreerd foodwinkelareaal over een enkele fraaie, up-to-date winkel te beschikken.

Een groot deel van de koopkracht van Muntendam vloeit dus af. Maar een zeer klein deel daarvan komt bij de Aldi in Zuidbroek terecht, temeer omdat Veendam over meerdere harddiscounters beschikt. De Aldi in Zuidbroek is dus niet bepalend voor het koopgedrag in Muntendam.

Voor Zuidbroek is het juist wel aannemelijk dat er redenen zijn waarom het winkelapparaat er een bovengemiddelde binding en toevloeiing bereikt. De Aldi speelt daarin een belangrijke rol. Wij denken zelfs dat Zuidbroek met een voor een plaats van deze omvang fraaie Coop van bijna 1.000 m² wvo en een Aldi van 670 m² wvo, en daarnaast nog een aantal fraaie foodspeciaalzaken een zeer hoge foodbinding van rond de 90% zal behalen. Het foodwinkelapparaat is voor een plaats van deze omvang heel compleet, is (op de Aldi na) heel behoorlijk geconcentreerd en ziet er zeer verzorgd uit.

Zoals gezegd schatten wij dat de Aldi 30% van de koopkracht in Zuidbroek bindt. De Coop gaat daar met zijn zeer volledige assortiment zeker overheen met 50%. Het restant van de binding (10%) komt voor rekening van de foodspeciaalzaken.

Als gevolg van het zeer hoge aandeel koopkrachttoevloeiing naar Aldi van 48% verwachten wij dat het totale aandeel toevloeiing naar Zuidbroek ver boven het landelijk gemiddelde van

13% uitkomt. Wij schatten dit in op 30%. In dit percentage zit een aandeel naar Aldi van ruim 20%, en een aandeel naar Coop en de speciaalzaken van krap 10%.

3.6. Bestedingen en omzetten

De volgende stap in de vraag of de uitbreiding van de Aldi in Zuidbroek in deze vorm haalbaar is, is de berekening van de bestedingen en de omzetten.

Uit een analyse van door het gerenommeerde onderzoeksbureau BRO in de afgelopen jaren gehanteerde toonbankbestedingscijfers kan worden opgemaakt dat de crisis in de jaren 2008-2011 ook in de dagelijkse sector heeft geleid tot een daling in de bestedingen, en wel met ca. 6%. Sindsdien is er volgens BRO sprake van enig herstel in deze sector met 2%. Wij hanteren daarom het laatst bekende bestedingscijfer incl. BTW van € 2.345 uit 2013. Het was de verwachting van BRO dat dit bestedingscijfer in 2014 niet of nauwelijks zou wijzigen.

Via een technische berekening waarbij rekening wordt gehouden met BTW zijn voor deze regio de bestedingen per inwoner berekend.

Wordt dit bedrag vermenigvuldigd met de standaardconsumenten uit tabel 3 dan kan via een technische berekening worden vastgesteld dat de inwoners van Zuidbroek en de regioconsumenten bij de foodwinkels in Zuidbroek het afgelopen jaar afgerond resp. € 11,4 mln besteedden voor dagelijkse artikelen.

Deze gegevens worden in tabel 4 bewerkt aangegeven voor de Aldi in Zuidbroek:

Tabel 4 Basisgegevens voor de berekening van de totale omzet van Aldi Zuidbroek

	Dagelijkse artikelen
Landelijke toonbankbestedingen	€ 2.345
Totaal aantal standaardconsumenten Aldi Zuidbroek	2.175
Toonbankbestedingen Aldi Zuidbroek	€ 5,1 mln

Bewerking: Antea 2015

De totale bestedingen bij Aldi vormen uiteraard de totale omzet van de supermarkt.

3.7. De functie en het functioneren van de foodwinkels in Zuidbroek

Wij komen naar aanleiding van de bevindingen tot het volgende analyse-overzicht voor de foodwinkels in Zuidbroek:

Tabel 5 Samenvattend overzicht van de huidige functie en het functioneren van de foodwinkels in Zuidbroek

	Dagelijkse artikelen
Inwonertal Zuidbroek	3.772
Alle foodwinkels in Zuidbroek (incl. Aldi):	
Koopkrachtbinding aan Zuidbroek	90%
Omzetaandeel toevloeiing	30%
Totale omzet per jaar	€ 11,4 mln
Aantal winkels	8
Omzet per winkel per jaar	€ 1,4 mln
Aantal m ² w.v.o.	1.850
Omzet per m ² (vloerprod.) per jaar	€ 6.171
Aldi:	
Koopkrachtbinding uit Zuidbroek	30%
Omzetaandeel toevloeiing	48%
Aandeel toevloeiing op totale toevloeiing naar Zuidbroek	21%
Totale omzet Aldi per jaar	€ 5,1 mln
Aantal m ² wvo	670
Vloerproductiviteit per jaar	€ 7.573
Alle foodwinkels in Zuidbroek excl. Aldi:	
Koopkrachtbinding aan Zuidbroek	60%
Aandeel toevloeiing op totale toevloeiing naar Zuidbroek	9%
Totale omzet per jaar	€ 6,3 mln
Aantal winkels	7
Omzet per winkel per jaar	€ 0,91 mln
Aantal m ² w.v.o	1.180
Vloerproductiviteit per jaar	€ 5.375

Bewerking: Antea 2015

De koopkrachtbinding, de toevloeiing en de omzet per m² (de vloerproductiviteit) vormen vervolgens cruciale analysemiddelen om te beoordelen of de uitbreiding van de Aldi verantwoord is.

De vloerproductiviteit is de enige variabele die in het voorgaande nog niet is behandeld. Op basis van informatie van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel over 2013 over de landelijke vloerproductiviteit voor dagelijkse artikelen, een analyse van adviesbureau Panteia over de vloerproductiviteit voor dagelijkse artikelen in 2008, en een doorrekening van deze vloerproductiviteiten aan de hand van de ontwikkelingen in de toonbankbestedingen³ in de afgelopen jaren, schatten wij de landelijke vloerproductiviteit voor dagelijkse artikelen in 2014 in op € 6.743 en die voor supermarkten op € 7.693.

De vloerproductiviteiten in Zuidbroek liggen dus ca. 8% lager dan landelijk, die van Aldi liggen ca. 2% lager dan die voor supermarkten. Weliswaar betekent dit dat de resultaten van de winkels gemiddeld lager liggen dan landelijk, maar elders liggen de kosten (bv. van huisvesting) hoger dan in deze regio. Harde cijfers bestaan hier niet over.

³ De totale winkelomzet in Nederland is gelijk aan de totale winkelbestedingen; er bestaat dus een direct verband tussen (de ontwikkelingen in) de totale omzet per m² en de totale bestedingen per m²

3.8. De marktruimte in Zuidbroek

Het is de wens van Aldi om de winkel in Zuidbroek binnen het eigen perceel te verplaatsen en daarbij uit te breiden tot maximaal 1.225 m² wvo. Dit betekent een uitbreiding met 555 m² wvo. Dit betekent dat het foodwinkelareaal van Zuidbroek gaat worden uitgebreid met 555 m² wvo.

Is er redelijkerwijze marktruimte in Zuidbroek voor deze uitbreiding?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden gaan we terug naar tabel 5. De grote vraag is namelijk of de cijfers in deze tabel gaan veranderen als gevolg van ontwikkelingen in de tijd of als gevolg van de uitbreiding van het winkelapparaat en de kwaliteitsverbetering die daarvan mag worden verwacht.

Wat gaat er veranderen?

Het inwonertal in deze regio is al decennia opvallend stabiel en de verwachting is dat daar de komende jaren niet veel verandering in zal komen. Het inwonertal van de gemeente Menterwolde varieerde tussen 2005 en 2014 tussen 12.600 en 12.300, licht dalend. Tot 2035 wordt een daling verwacht tot ca. 11.000 inwoners, tot 2020 een daling tot ca. 12.000 inwoners.

Omdat er weinig te zeggen valt over hoe de landelijke toonbankbestedingen en dito vloerproductiviteiten zich de komende jaren zullen ontwikkelen, worden ook die stabiel gehouden. Mochten de toonbankbestedingen gaan dalen, bijvoorbeeld vanwege internet (hetgeen voor de foodsector vooralsnog niet in aanzienlijke mate te verwachten is), dan zullen de vloerproductiviteiten navenant dalen als gevolg van het landelijke verband tussen beide.

Blijven over de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing. De hoogte daarvan hangt direct samen met de perceptie van de consument van het winkelapparaat. Wij hebben eerder uitvoerig aangegeven hoe de consument reageert op de winkelvoorzieningen. Het is heel aannemelijk dat als er veranderingen in het winkelapparaat ontstaan dit direct zal leiden tot veranderingen in de bestedingen, zowel in eigen plaats als vanuit de regio.

Welke directe effecten zijn te verwachten van de plannen van Aldi?

De supermarkt wordt verplaatst. Het gevolg van de verplaatsing zal zijn dat de directe zichtbaarheid van de supermarkt vanaf de doorgaande wegen duidelijk zal verbeteren. Het is aannemelijk dat de supermarkt daardoor door meer mensen die regelmatig over de A7 rijden (vooral van west naar oost) zal worden waargenomen.

De ontsluiting van de parkeergelegenheid zal worden verduidelijkt. Een gevolg zal zijn dat de verkeersafwikkeling in de directe omgeving zal worden verbeterd en daardoor sneller kan plaatsvinden.

De parkeergelegenheid zal worden verduidelijkt. Ook daardoor zal het koopgemak voor de klanten worden verbeterd.

De supermarkt zal worden vernieuwd en met maximaal 555 m² wvo worden uitgebreid. Volgens informatie van Aldi zelf zal het assortiment niet worden uitgebreid. De aantrekkelijkheid van de supermarkt na uitbreiding is normaal gesproken sterk afhankelijk van verandering van de omvang en de variatie van het assortiment. In dit geval zal dat beperkt blijven tot fysieke factoren zoals ligging en uitstraling.

Omdat wij een positieve impact van deze ontwikkelingen verwachten op de inwoners van Zuidbroek zelf en die uit de regio, hebben wij ons net zoals in tabel 2 en 3 gebogen over de vraag waar het reëel gesproken aannemelijk is dat de oriëntatie op de winkels in Zuidbroek zal gaan toenemen.

Wat betreft de inwoners van Zuidbroek zelf hebben wij in hoofdstuk 3.5 al aangegeven dat de koopkrachtbinding aan de foodwinkels in het dorp met 90% al heel hoog is. Altijd zal in de cijfers rekening moeten worden gehouden met combinatie-aankopen, zoals in 3.5 beschreven, en met het feit dat mensen vaak een hang hebben naar een supermarktformule die niet in eigen dorp aanwezig is. Wij achten het bovendien heel aannemelijk dat er binnen Zuidbroek weinig verschuivingen zullen gaan optreden tussen de Aldi en de andere levensmiddelenwinkels. De inwoners kennen de Aldi wel; en zeker omdat het assortiment ook al niet wordt vergroot, verandert de winkel niet wezenlijk van karakter ten opzichte van de huidige situatie. Bovendien ligt voor de meeste inwoners de Aldi toch verderweg dan de centraal gelegen winkels aan de Spoorstraat. Ons inziens hebben de winkels aan de Spoorstraat zoveel kwaliteit dat zij niet veel zullen inleveren.

Anderzijds hebben wij de indruk dat de winkels aan de Spoorstraat in de huidige situatie meer koopkracht van buiten trekken dan ze zouden doen zonder de Aldi. Hoewel het niet om grote aantallen gaat – temeer omdat de Aldi niet tussen de andere winkels in gevestigd is – denken wij dat klanten van de Aldi die van elders komen en bij Aldi niet kunnen slagen, voor een klein deel naar de Spoorstraat zullen gaan om te proberen daar te slagen. Wij denken dat een eventueel klein verlies aan koopkracht uit Zuidbroek zelf door een eveneens kleine winst van elders zal worden gecompenseerd.

Wat betreft de koopkrachttoevloeiing naar de Aldi hebben wij met behulp van vergelijkingscijfers al aangetoond dat deze extreem groot is. Daarom verwachten wij ook wat dat betreft geen grote veranderingen. Een wat grotere toevloeiing vanuit Noordbroek achten wij echter reëel. We zijn er voor de huidige situatie van uitgegaan dat 35% van de koopkracht van Noordbroek naar de Aldi gaat. Wij achten het reëel dat dit gaat oplopen naar 40%. Weliswaar zijn ook de inwoners van Noordbroek gewend aan de Aldi en zullen er om die reden na de veranderingen niet en masse naartoe gaan, maar Noordbroek heeft in vergelijking met Zuidbroek als nadeel dat het eigen winkelapparaat heel zwak is. De winkels kunnen amper weerstand bieden aan de concurrentie elders. Bedacht moet worden dat Noordbroek minder dan 2.000 inwoners heeft. Ter vergelijking wordt er landelijk van uitgegaan dat een supermarkt minimaal (een equivalent van) 5.000 inwoners nodig heeft voor zijn bestaansrecht. Voor Noordbroek zou er daarom een enorme toevloeiing van koopkracht moeten zijn voor levensvatbare levensmiddelenwinkels. Noordbroek mag daarom blij zijn dat er überhaupt nog een zelfbedieningszaak is.

Voor het gebied Muntendam/Meeden geldt ten aanzien van de Aldi hetzelfde als voor eventuele klanten van verderweg. Vooral voor mensen die van west naar oost over de A7 rijden zal de zichtbaarheid van de Aldi toenemen en dat zal, tezamen met een verbeterde bereikbaarheid en ontsluiting tot een lichte toename van het aantal bezoekers van verderweg leiden. De uitbreiding van de supermarkt zal daar nauwelijks een rol in spelen (vanaf de snelweg kan men niet zien dat de supermarkt is uitgebreid). Voor Muntendam en Meeden kan dit tot een kleine verschuiving van de afvloeiing leiden, in plaats van naar Veendam naar de nieuwe Aldi.

Vanuit deze overwegingen komen wij tot de volgende verwachtingen ten aanzien van de oriëntatie vanuit het primaire en het secundaire verzorgingsgebied op de Aldi in Zuidbroek.

Tabel 6 Oriëntatie voor dagelijkse artikelen op de Aldi in Zuidbroek na verplaatsing en uitbreiding van de Aldi

	Oriëntatie dagelijks
Primair verzorgingsgebied:	
o Zuidbroek	35%
o Noordbroek	40%
Secundair verzorgingsgebied:	
o Muntendam	2%
o Meeden	3%
o Siddeburen	7%

Bewerking: Antea 2015

Verder verwachten wij een lichte toename van het aandeel koopkrachttoevloeiing uit het **tertiaire** verzorgingsgebied van 5% naar 5-10% van de omzet.

Aan de hand van deze cijfers verwachten wij dat de koopkrachtbinding voor dagelijkse artikelen aan Zuidbroek nog licht zal stijgen op 90-95%. Wij achten het reëel dat het aandeel koopkrachttoevloeiing in de omzet van Zuidbroek (incl. Aldi) zal toenemen naar 35%.

Na doorrekening van deze cijfers met behulp van de (overigens vrijwel ongewijzigde) inwonertallen en bestedingscijfers kan de volgende cijferopstelling worden gemaakt.

Tabel 7 Samenvattend overzicht van de functie en het functioneren van de foodwinkels in Zuidbroek na verplaatsing en uitbreiding van de Aldi

	Dagelijkse artikelen
Inwonertal Zuidbroek	3.700
Toonbankbesteding per inwoner food	€ 2.354
Koopkrachtbinding aan Zuidbroek	90-95%
Omszetaandeel toevloeiing	35%
Totale omzet per jaar	€ 12,4 mln
Aantal winkels	8
Omzet per winkel per jaar	€ 1,5 mln
Aantal m² w.v.o.	2.405
Omzet per m² (vloerprod.) per jaar	€ 5.154
Normatieve (landelijke) vloerproductiviteit	€ 6.890

Bewerking: Antea 2015

Bij een licht gedaald inwonertal, gelijkblijvende toonbankbestedingen per inwoner, een licht toenemende binding van koopkracht aan Zuidbroek (incl. Aldi) en een nog iets toenemende koopkrachttoevloeiing, zal de totale omzet van de foodwinkels in Zuidbroek (incl. Aldi) toenemen van € 11,4 naar € 12,4 mln per jaar. Bij een ongewijzigd aantal van 8 winkels en een naar 2.405 m² wvo toenemend foodwinkelaanbod, betekent dit dat de gemiddelde omzet per winkel met 8% zal toenemen naar € 1,5 mln per jaar, maar dat de vloerproductiviteit zal dalen met 16% naar € 5.154 per m².

De vloerproductiviteit zal dus sterk gaan dalen. In detail verwachten wij de volgende ontwikkelingen. De koopkrachtbinding aan Zuidbroek neemt nog licht toe tot 90 à 95%. Wij verwachten binnen Zuidbroek een lichte verschuiving van een enkel procent van de winkels in het centrum van Zuidbroek naar de Aldi. De koopkrachttoevloeiing zal iets toenemen, Wij verwachten dat de toenemende koopkrachttoevloeiing ook enige extra oriëntatie op de overige foodwinkels met zich zal meebrengen.

Al met al verwachten wij een omzettoename bij de Aldi met € 1,0 mln naar € 6,1 mln. Door de uitbreiding van de winkel zal deze 1.225 m² groot worden. Door de daarmee onevenredig kleine omzettoename zal de omzet per m² afnemen met 34% van € 7.573 naar € 5.015.

Voor de andere foodwinkels in Zuidbroek betekenen de hierboven aangegeven verschuivingen in de marktverhoudingen het volgende voor de omzetten en de vloerproductiviteiten: de totale omzet van de 7 winkels daalt van € 6,34 naar € 6,25 mln, de omzet per winkel daalt met 1,5% van € 0,91 mln naar € 0,89 mln, en de vloerproductiviteit daalt ook met 1,5% en wel van € 5.375 naar € 5.289.

Samenvattend verwachten wij maar kleine verschuivingen en zal de uitbreiding van de Aldi vooral ten koste gaan van de eigen vloerproductiviteit. Dat neemt niet weg dat de omzet zal stijgen. Het is overigens bijna volledig de daling van de vloerproductiviteit van de Aldi die de oorzaak is van de daling van de vloerproductiviteit in heel Zuidbroek.

4. Effecten voor de regionale winkelstructuur

De effecten van de verplaatsing en de uitbreiding van de Aldi in Zuidbroek zullen in de winkels elders in de gemeente amper worden gevoeld. Het effect van een uitbreiding van een bestaande discountsupermarkt naar een voor 2015 normale maatvoering van ruim 1.200 m², is in een markt waarin overwegend sprake is van goed geoutilleerde winkelapparaten nou eenmaal niet groot. Het zal er niet toe leiden dat de consument zijn aankopen en masse gaat verleggen; dat zal blijven bij een totale verschuiving van rond de € 1 mln. Dat zou heel anders zijn als zich in een bestaande markt zonder een discounter een nieuwe discounter zou vestigen.

De effecten voor Zuidbroek hebben we reeds beschreven. De bestaande winkels zullen een geringe omzetzak van slechts een enkel procent ondergaan. Wij gaven al aan dat Zuidbroek voor een plaats van nog geen 4.000 inwoners beschikt over opvallend goedogende foodwinkels die redelijk bij elkaar in de buurt liggen, waardoor dat het koopgemak bevordert. Een ander element dat maakt dat wij de indruk hebben dat de lokale winkels goed concurrerend zijn, is dat in Zuidbroek helemaal geen leegstand voorkomt. En dat terwijl de landelijke tendens is dat al 8 jaar achtereen de leegstand toeneemt en op dit moment al 7,5% van het aantal winkelpanden betreft.

Voor Noordbroek verwachten wij een verschuiving van bestedingen naar deze Aldi van 35% naar 40%. Gemiddeld zal dat een procent of 5 zijn. Dat wil niet zeggen dat de bestedingen in het dorp zelf zullen afnemen.

In een dorp met een supermarkt van nog geen 500 m² verwachten wij dat de koopkrachtbinding ca. 30-35% zal zijn. Dat betekent dat 65-70% van de foodkoopkracht zal afvloeien. Daarvan zal op dit moment dus 35% naar de Aldi gaan. Van het restant verwachten wij dat 10-15% naar de Albert Heijn in Siddeburen gaat, en de rest zal verspreid in een grote regio terecht komen. In dat geval zullen de consumenten het doen van boodschappen combineren met het winkelbezoek in grotere plaatsen, of zij combineren het met andere activiteiten, zoals elders werken, familiebezoek en dergelijke. Wij verwachten daarom dat de vergroting van de Aldi niet of nauwelijks ten koste zal gaan van de aankopen in eigen dorp. Die aankopen liggen vaak heel vast in de vorm van vaste klanten of het feit dat dorpsbewoners niet veel mogelijkheden hebben om hun boodschappen elders te doen.

Voor Muntendam en Meeden geldt exact hetzelfde verhaal. Bovendien speelt daar de afstand naar Aldi al een zodanige rol, dat de inwoners er niet specifiek voor het doen van boodschappen heen zullen rijden.

5. Risico van duurzame ontwrichting?

Ons is gevraagd om ons in ruimtelijk-economische zin ook te buigen over de toepassing van de ladder duurzame verstedelijking in het bestemmingsplan. Het is de vraag of de verplaatsing en uitbreiding van de Aldi in Zuidbroek zou kunnen leiden tot duurzame ontwrichting van de winkelstructuur.

In dat verband maken wij gebruik van een notitie van onderzoeksbureau Panteia uit 2010. Zij heeft zich destijds uitvoerig over dit onderwerp gebogen en de vragen beantwoord wanneer sprake is van structuurverstoring en van ongewenste machtsconcentratie. Panteia heeft de vragen beantwoord vanuit een aantal optieken.

6.1 Beoordeling vanuit de marktruimte

Nu de marktruimte is bepaald en de verwachte effecten van de ontwikkelingen bij Aldi zijn aangegeven voor de gemiddelde omzetten en vloerproductiviteiten per winkelgebied, luidt de vraag vervolgens wanneer sprake is van structuurverstoring, van een duurzame ontwrichting van de winkelstructuur. Doorgaans wordt (in de academische literatuur) het effect van nieuwe uitbreidingen uitgedrukt in een percentage omzetverlies van de bestaande voorzieningen (Guy, 2007). Effecten die leiden tot omzetverliezen van meer dan 10% worden als structuurverstoring aangemerkt (Norris, 1990; Williams, 1995; DHV, 2005). Nu is dit percentage van 10% wel arbitrair en dus discutabel. Er zijn immers tal van factoren die niet in deze kwantitatieve maatstaf worden uitgedrukt, zoals de kwaliteit en de reacties van bestaande ondernemers en de invulling en de kwaliteit van de nieuwe winkelmeters (Norris, 1990; Williams, 1995). Dit neemt niet weg dat het percentage van 10% doorgaans als maatstaf wordt gehanteerd. Met inachtneming van alle nuances die daarop van toepassing zijn. Zoals voor Zuidbroek aangegeven, is het de verwachting dat omzetten en vloerproductiviteiten van de foodwinkels exclusief Aldi met 1,5% zullen dalen. Aldi zelf zal het leeuwendeel merken van haar plannen: bij een toename van de omzet van € 1,0 mln een daling van haar vloerproductiviteit met 34%!

6.2 Beoordeling vanuit de verzorgingsstructuur

Eind 2009 heeft de Raad van State uitspraak gedaan in een zaak betreffende de gevolgen van de vestiging van een supermarkt met een bvo van 4.000 m² voor de verzorgingsstructuur in Halfweg. Het ging daarbij om de vraag of de vestiging van deze supermarkt zou leiden tot duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau in het verzorgingsgebied. [...].

Volgens de Raad zullen met name de supermarkten in Zwanenburg de gevolgen ondervinden. Bij de uitspraak is de Raad uitgegaan van de volgende (onderzoeks)gegevens:

- o dat de vestiging van deze supermarkt gevolgen zal hebben voor de bestaande supermarkten in Zwanenburg;*
- o dat het aannemelijk is, dat de omzet van de bestaande supermarkten in Zwanenburg zal verminderen en dat op termijn één of meer ondernemers van deze supermarkten de bedrijfsvoering zal moeten beëindigen;*
- o dat ondanks deze aanname mag worden verwacht dat naast de in het plan voorziene supermarkt, ruimte zal blijven voor een volwaardige fullservicesupermarkt en 1 of 2 prijsagressieve supermarkten.*

Op basis van deze gegevens acht de Raad van State het aannemelijk, dat de vestiging van een supermarkt met een bvo van 4.000 m² bvo zal leiden tot een overaanbod in de supermarktsector in Zwanenburg. Ook acht de Raad het niet uitgesloten dat een bestaande supermarkt in Zwanenburg zal verdwijnen. De Raad van State heeft voorts in haar uitspraak te kennen gegeven dat voor de vraag of sprake is van duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau doorslaggevend is of de inwoners van een bepaald gebied hun geregelde inkopen op aanvaardbare afstand van hun woonplaats kunnen blijven doen. Ook

stelt de Raad dat het niet van belang is of het winkelaanbod geconcentreerd is in winkelgebieden of fijnmazig verspreid ligt over een bepaald gebied.

De Raad verwacht niet dat alle supermarkten in Zwanenburg zullen verdwijnen, en dat een deel van de bestaande voorzieningen zal blijven bestaan met als gevolg dat het niet aannemelijk is dat 'voor een relevant gedeelte van de inwoners van Zwanenburg wezenlijke beperkingen zullen ontstaan bij het doen van de dagelijkse boodschappen'. Dit verwacht de Raad ook niet voor de overige plaatsen in het verzorgingsgebied. Gelet hierop heeft de Raad 'zich in redelijkheid op het standpunt kunnen stellen dat het plan in zoverre niet zal leiden tot een duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau in de supermarktbranche.

6.3 Beoordeling vanuit concentratie op een lokale markt

Een vraag die zich nog kan voordoen is, of sprake kan zijn of kan worden van ongewenste concentratie [in de zin van te weinig keuzemogelijkheden, van teveel marktmacht bij één aanbieder]. [.....].

In een aantal [.....] uitspraken (met name de zaak Ahold - Konmar in 2006 en de zaak Jumbo - Super de Boer in 2009) heeft de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) de grens voor ongewenste concentratie gelegd bij een marktaandeel van 50%. Indien zou blijken dat geen van de marktpartijen een marktaandeel heeft van meer dan 50%, dan gaat de NMa ervan uit dat de consument op de betrokken markt voldoende keuzemogelijkheden heeft. De NMa meet het marktaandeel bij voorkeur op basis van omzet, en bij afwezigheid van omzetgegevens op basis van m² wvo. Als het marktaandeel van een der marktpartijen meer dan 50% bedraagt, wordt de situatie op de desbetreffende lokale markt als problematisch aangemerkt. Als vertrekpunt voor de afbakening van een lokale markt gaat de NMa uit van een straal van 15 autominuten rond een bepaalde locatie en/of van de gemeentegrenzen, omdat de consument in het algemeen niet geneigd is om zijn dagelijkse boodschappen buiten de eigen gemeentegrenzen te doen.

In voorkomende gevallen doet de NMa onderzoek naar problematische marktsituaties waarbij met eventuele relativerende factoren rekening kan worden gehouden. Relativerende factoren kunnen te maken hebben met bepaalde lokale omstandigheden, bijvoorbeeld met de grootte van de concurrentie en met de koopstromen. Is er een sterke koopkrachtbinding en een geringe concurrentiedruk op een bepaalde lokale markt dan typeert de NMa een marktaandeel van meer dan 50% als een machtspositie die de daadwerkelijke mededinging op die lokale markt belemmert.

Er kunnen bij deze uitspraken van de NMa enkele kanttekeningen worden geplaatst. In de eerste plaats hebben de uitspraken betrekking op marktconcentraties die het gevolg zijn van overnames. In de tweede plaats betreffen het situaties binnen gemeenten en niet binnen dorpen of stadsdelen. [.....].

Dit neemt niet weg dat de uitspraken van de NMa steun geven aan een diverse supermarktstructuur die consumenten voldoende keuzemogelijkheden biedt. Zolang ontwikkelingen binnen aanvaardbare grenzen blijven, dient niettemin de algemene regel te worden gehandhaafd dat bij ondernemen in Nederland sprake is van vrije mededinging en vrije ondernemersgewijze productie en dat de overheid voorgenomen ontwikkelingen bij bedrijven niet mag verhinderen op grond van economische motieven, zoals het risico van faillissement van bedrijven."

Tot zover de analyse en de tekst van Panteia.

Naar aanleiding van de bevindingen van Panteia kan voor Zuidbroek worden vastgesteld dat de plannen van Aldi absoluut binnen aanvaardbare grenzen blijven. De effecten blijven beslist beperkt tot minder dan 5% afname van de foodomzet elders in de winkelgebieden in de gemeente. En er is geen sprake van machtsconcentratie, aangezien het niet aannemelijk is dat als gevolg van de plannen van Aldi het aantal supermarkten van uiteenlopende signatuur in de gemeente zal afnemen.

7. Wenselijkheid verplaatsing en uitbreiding Aldi vanuit de regionale behoefte aan de beoogde ontwikkeling in het kader van de ladder duurzame verstedelijking in het bestemmingsplan

Omdat in Nederland anders dan in de meeste andere landen sprake is van een zorgvuldig opgebouwde winkelstructuur, een fijnmazig netwerk van winkelveorzieningen waarbij de consument zijn boodschappen altijd dichtbij huis kan doen, is het lastig om de wenselijkheid van een verandering als bij Aldi aan te geven vanuit de optiek van de regio.

De verandering is voor Aldi zelf nodig, niet zozeer vanwege de uitbreiding, als wel vanwege het feit dat het pand een ongemakkelijke ligging op het perceel heeft, waardoor het pand zelf vrij slecht zichtbaar is en bovendien voor een belangrijk deel het zicht vanaf de doorgaande weg op de parkeergelegenheid beneemt. Door het pand te slopen en opnieuw op te bouwen op de verstweg gelegen hoek van het perceel, worden zowel het pand zelf als de parkeergelegenheid beter zichtbaar vanaf zowel de Burgemeester Omtaweg als de Kerkstraat. Een betere zichtbaarheid en een betere ontsluiting maken dat de verkeersafwikkeling sneller en veiliger plaatsvinden.

Omdat er om deze redenen toch een nieuw pand moet worden gebouwd wordt in de plannen rekening gehouden met een uitbreiding om het pand zo efficiënt mogelijk af te stemmen op de bedrijfsvoering.

De plannen zijn er kortom op afgestemd om de situatie voor de lokale en de regionale consument zo klantvriendelijk mogelijk te maken, en de negatieve effecten ervan tot een minimum te beperken.

Binnen de gemeente Menterwolde is deze Aldi de enige discountsupermarkt. Het is een bekend feit dat discounters een ander koopgedrag genereren dan fullservicesupermarkten. De fullservicesupermarkten trekken in de regel veel klanten over korte afstand en met toenemende afstand neemt de klandizie snel af: de binding is dus heel hoog, de toevloeiing laag. Bij discounters is het precies andersom, voorzover de concurrentie van andere discounters dat toelaat. In het geval van Aldi Zuidbroek gebeurt het ook zo. De consequentie daarvan is dat een discountsupermarkt relatief veel autoklanten trekt (hetgeen niet wil zeggen dat die klanten daar ook speciaal voor gaan rijden, maar er in de combinatie van hun activiteiten wel rekening mee houden) en daar dus ook voldoende parkeergelegenheid voor moet hebben. Voor het koopgemak van de regionale klanten moet de discounter daar dan dus in voorzien.

Tenslotte is het zo dat kan worden gesteld dat de voorgenomen ontwikkelingen bij Aldi als zodanig niet zullen leiden tot leegstand lokaal noch regionaal. Zoals uit de analyses is gebleken verwachten wij maar een kleine verschuiving van koopkracht, en dus van omzet, van de concurrerende winkels in de regio naar deze Aldi. Bovendien zal deze verschuiving zich spreiden over een enorm gebied en dus over veel andere supermarkten.

8. Conclusies

Supermarktorganisatie Aldi wil haar supermarkt in Zuidbroek slopen en verder naar achteren op het perceel terugbouwen. Daarbij wordt de winkelruimte met maximaal 555 m² winkelvloeroppervlak (wvo) vergroot.

De conclusies van deze distributie-planologische verkenning naar deze uitbreiding zijn:

Het assortiment, het aantal artikelen blijft ongewijzigd. De aantrekkelijkheid van de supermarkt neemt alleen iets toe als gevolg van fysieke factoren zoals ligging en uitstraling.

De verwachte verzorgingsfunctie van de nieuwe Aldi zal als gevolg van de beperkte veranderingen niet wezenlijk veranderen. Het verzorgingsgebied zal niet merkbaar worden vergroot; de verzorgingsintensiteit kan nog iets toenemen.

Mede doordat het assortiment niet wordt uitgebreid, zal de omzet van Aldi maar zeer beperkt toenemen. Het enige economische effect van deze ontwikkeling van duidelijke belang is dan ook dat de omvang van de winkel toeneemt en de omzet nauwelijks, en dat dus de omzet per m² van deze Aldi aanzienlijk, en wel met 34%, zal afnemen.

De effecten van de verplaatsing en de uitbreiding van de Aldi in Zuidbroek zullen in de winkels elders in de gemeente amper worden gevoeld.

Er zal zo weinig verschuiving van omzet optreden, dat wat betreft de winkels in Zuidbroek (exclusief Aldi) een klein verlies van koopkracht uit Zuidbroek aan Aldi door een eveneens kleine winst van elders zal worden gecompenseerd. De omzet (exclusief Aldi) zal afnemen met 1½%.

De inwoners van Noordbroek zullen iets vaker naar de Aldi gaan dan tot nu toe, maar dat zullen zij eerder doen door die aankopen minder in bijvoorbeeld Hoogezand te gaan doen dan door ze minder in de eigen winkels te doen. De veranderingen zullen voor Muntendam en Meeden minimaal zijn. De regiofunctie van Aldi zal iets toenemen en de toevloeiing naar Zuidbroek iets vergroten.

Voor wat betreft de beoordeling in het kader van de ladder duurzame verstedelijking geldt dat het belang van deze ontwikkeling bij Aldi dan ook vooral gelegen is in een betere verkeersafwikkeling en een verbeterde interne logistiek. Aldi kan hiermee kosten besparen. Het belang voor de regio is erin gelegen dat voor klanten die van de supermarkt gebruik maken, zowel lokaal als regionaal, een helderder verkeersbeeld ontstaat, zonder dat dat gepaard gaat met enorme effecten voor de winkels in de regio.

Op basis van een uitgebreide analyse is vastgesteld dat de beoogde ontwikkelingen niet zullen leiden tot een duurzame ontvruchting van de verzorgingsstructuur. De conclusie is dat de verschuiving van omzet klein is en vanuit een grote regio zal komen, waardoor sprake zal zijn van een grote spreiding van dat kleine effect.