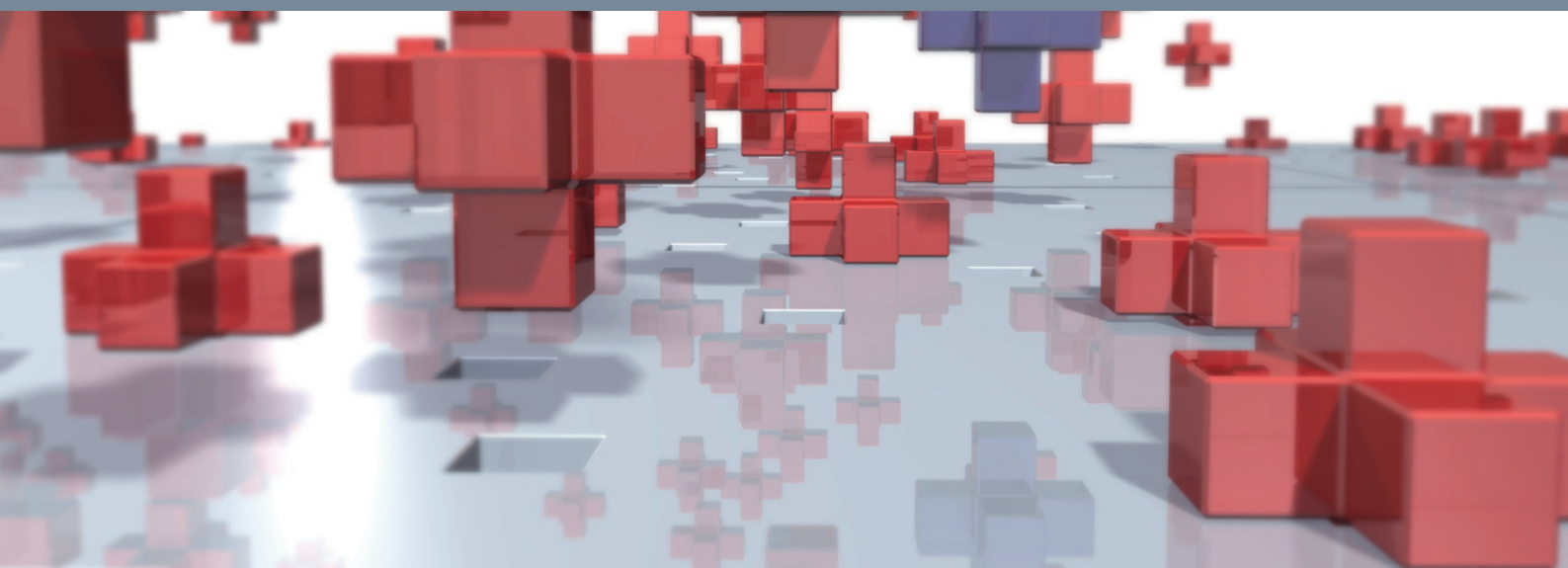


Steenbergen, beoordeling marktbehoefteonderzoeken supermarkten

Gemeente Steenbergen



Steenbergen, beoordeling marktbehoefteonderzoeken supermarkten

Gemeente Steenbergen

Rapportnummer:	203X01310.087864_3
Datum:	23 juni 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer S. Langenberg
Projectteam BRO:	Aiko Mein
Trefwoorden:	beoordeling, marktbehoefteonderzoeken, supermarkten
Bron foto kaft:	Abstract 3
Beknopte inhoud:	Een tweetal discount-supermarkten in Steenbergen-kern wil de verkooppriimte uitbreiden en verplaatsen naar een andere locatie. BRO is gevraagd de rapporten die hiervoor door Rho en Seinpost zijn opgesteld, te beoordelen op het punt van de berekening van de distributieve ruimte.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

B | BRO
Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	2
1.1 Achtergrond	2
1.2 Vraagstelling	2
2. BEOORDELING ONDERZOEK LIDL	4
2.1 Inleiding	4
2.2 De kwantitatieve analyse	4
2.2.1 De aannames	4
2.2.2 De berekende ruimte	6
2.3 Beoordeling kwalitatieve argumentatie	7
3. BEOORDELING ONDERZOEK ALDI	9
3.1 Inleiding	9
3.2 De kwantitatieve analyse	9
3.2.1 De aannames	9
3.2.2 De berekende ruimte	10
3.3 Beoordeling kwalitatieve argumentatie	11
4. DISTRIBUTIEVE UITBREIDINGSRUIMTE EN EFFECTEN NADER BESCHOUWD	13
4.1 Uitbreidingsruimte volgens BRO	13
4.2 Effecten op het bestaande aanbod	14
4.3 Slotconclusie	14

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond

Er zijn in de kern Steenbergen twee discount-supermarkten gevestigd die beide willen moderniseren en willen uitbreiden naar een meer moderne maatvoering. Het betreft de nu in het centrum gevestigde Aldi (790 m² vvo) en de net buiten het centrum gevestigde Lidl (ca. 800 m² vvo). Aldi wil uitbreiden met ca. 215 m² vvo, Lidl met ca. 400 á 500 m² vvo. In totaal bedraagt de beoogde uitbreiding daarmee 615 á 715 m² vvo.

Beide firma's hebben te kennen gegeven dat het niet mogelijk en/of gewenst is de beoogde uitbreiding op de huidige locaties te realiseren. Het gaat hierbij om de fysieke mogelijkheden, maar ook om aspecten als bereikbaarheid voor de consument, inpassing van voldoende parkeermogelijkheden en de (overlast door de) bevoorrading. Hierbij heeft men aangegeven dat er in het winkelcentrum zelf of in de direct daaromheen gelegen zone geen fysieke of financieel haalbare mogelijkheden zijn om een discounter in te passen. Men wil daarom verplaatsen naar een locatie buiten het centrumgebied. Hiervoor zijn meerdere locaties aangedragen.

1.2 Vraagstelling

Door beide partijen zijn op verzoek van de gemeente Steenbergen rapporten overhandigd waarin ingegaan wordt op de ruimtelijk-functionele wenselijkheid, haalbaarheid en effecten van de initiatieven. Het betreft:

- Marktverkenning Lidl Steenbergen (Seinpost juni 2016)
- Steenbergen, Uitbreidingsbehoefte Aldi Steenbergen, ruimtelijk economisch onderzoek (Rho 22 december 2015).

Centrale vraag hierbij was voor de gemeente of er voldoende marktruimte is voor een uitbreiding van het supermarktaanbod. De achtergrond hiervan vormt de eerste trede van de ladder voor duurzame verstedelijking. Die trede behelst: "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte". Door de gemeente Steenbergen is aan BRO gevraagd beide rapporten te beoordelen op met name het aspect kwantitatieve behoefte. Daarbij staat onder meer de validiteit van de aannames die gehanteerd zijn centraal. Het gaat met name om de aannames ten aanzien van:

- gerichtheid op de dagelijkse artikelensector, de supermarktbranche of beide;
- primair verzorgingsgebied;
- omvang inwonertal en bevolkingsprognoses (welk jaar?);
- bestedingscijfers;

- koopkrachtbinding en –toevloeiing;
- aanbodgegevens;
- normatieve vloerproductiviteiten.

Daarnaast zijn in het kader van de eventuele procedures de volgende beoordelingsaspecten van belang: of en in hoeverre is er rekening gehouden met de huidige leegstand, de onbenutte plancapaciteit, andere plannen en initiatieven, het beleid van de relevante overheden en de algemene trends en ontwikkelingen? Deze elementen spelen een rol bij het ramen van de toekomstige distributieve uitbreidingsruimte.

2. BEOORDELING ONDERZOEK LIDL

2.1 Inleiding

De rapportage van Seinpost over de Lidl betreft een marktverkenning en is geen uitgebreide ruimtelijk-functionele analyse. Het rapport bevat ook geen klassieke distributieplanologische berekening van de distributieve ruimte, maar de hiervoor benodigde onderliggende uitgangspunten en aannames zijn wel opgenomen. Deze worden door BRO beoordeeld en vervolgens in een berekening vertaald.

2.2 De kwantitatieve analyse

2.2.1 De aannames

Primair verzorgingsgebied

- De gehele gemeente Steenbergen is als primair verzorgingsgebied genomen. Dit is gezien de centrumfunctie van de kern Steenbergen binnen de gemeente een correcte aanname: het grootste deel van de omzet van de dagelijkse artikelensector in Steenbergen komt hier vandaan.

Aanbod

- Gebaseerd op de gehele sector dagelijkse artikelen, hetgeen gebruikelijk is. De aangegeven huidige omvang van 8.905 m² wvo is correct¹. Geconstateerd wordt dat de omvang van de sector (m² wvo per 1.000 inwoners) boven het landelijke gemiddelde ligt, maar dat hierbij rekening gehouden moet worden met de verzorgingsfunctie van de kern Steenbergen en de specifieke opbouw van het dagelijkse aanbod in de gemeente. Verder wordt aangegeven dat de omvang van het aanbod sinds 2004 in de gemeente in totaliteit nauwelijks is toegenomen, maar dat er wel enkele mutaties zijn geweest. Terecht wordt gewezen op de moderne omvang van de beide service-supermarkten Jumbo en Albert Heijn in Steenbergen-kern, en het achterblijven van de omvang van de Lidl bij de huidige maatstaven. De constatering dat de Lidl hierdoor en door de locatie een geringere regiofunctie vervult dan mogelijk is, acht BRO concreet.

Inwoneraantal

- Uitgegaan wordt van 23.484 inwoners per 1-4-2016 (CBS).
- Seinpost gaat er vanuit dat het inwonertal zich zal stabiliseren op ca. 23.370 inwoners voor het jaar 2025 (bron: Primos-prognose). De prognose van de Provincie Bra-

¹ Later wordt in het rapport 8.910 genoemd, maar dat is slechts een zeer gering verschil.

bant (2014) gaat uit van iets hogere inwonertallen, namelijk 23.500 in 2020 en 23.535 (2025). Het verschil is echter klein en nauwelijks van invloed op de marktruimte.

Bestedingen dagelijkse artikelensector

- Terecht wordt geen correctie voor het inkomensniveau uitgevoerd op de gehanteerde bestedingen omdat het inkomensniveau in Steenbergen slechts gering afwijkt van het Nederlandse gemiddelde (+1,3%).
- Het gebruikte bestedingscijfer van € 2.430,- (HBD-cijfer gecorrigeerd op basis van CBS cijfers) voor 2014 is iets lager dan andere veel gebruikte cijfers. BRO hanteert bijvoorbeeld € 2.593,- voor dat jaar met als bron Detailhandel.info (ook voor daarop volgende jaren, aangezien dit het meest recente cijfer betreft). Het door Seinpost gebruikte cijfer komt goed overeen met iets oudere cijfers, zoals BRO die ook eerder gebruikte, namelijk € 2.464,-. Op zichzelf is het niet problematisch dat wat oudere bestedingscijfers gebruikt worden, mits zij corresponderen met de datum van de gehanteerde vloerproductiviteit. Sinds het verdwijnen van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel zijn er geen algemeen geaccepteerd landelijke kengetal meer. Wel zal zeer binnenkort weer de publicatie "Omzetkengetallen 2015 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek" openbaar worden. De daarin opgenomen winkelomzet per hoofd voor dagelijkse artikelen bedraagt voor 2015 € 2.413, en de netto omzet per hoofd € 2.540,-. Het laatste cijfer betreft de totale omzet in dagelijkse artikelenwinkels (ook bijvoorbeeld levering aan niet-particulieren en internet), het eerste bedrag omvat de daadwerkelijke detailhandelsomzet via de winkel. Beide bedragen kunnen gebruikt worden mits daarbij ook het corresponderende vloerproductiviteit bij gebruikt wordt.

Ontwikkelingen supermarktbranche

- Enkele ontwikkelingen in de supermarktbranche worden bondig en naar de mening van BRO goed beschreven.

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

- Genoemde koopkrachtbinding van 92% is gebaseerd op het koopstromenonderzoek West-Brabant 2005. De veronderstelling dat dit ongeveer gelijk gebleven zal zijn, kan BRO onderschrijven. Wel vermeldt dit koopstromenonderzoek 93%. Voor de toekomst wordt door Seinpost uitgegaan van 90-95%. Dit is een reële aanname.
- Er wordt geschat dat de af- en toevloeiing elkaar nu in evenwicht houden (5-10% elk). Op basis van de geplande vergroting van Lidl wordt een toekomstige toevloeiing van 10% geschat. Naar de mening van BRO is dit aan de bescheiden kant, zeker als ook rekening gehouden wordt met een eventuele modernisering van Aldi en de eventuele vestiging van een Aldi in Dinteloord.

Normatieve vloerproductiviteit

- Seinpost gaat uit van een landelijk cijfer van € 7.200,- voor de dagelijkse artikelen-sector (geen bron). Dit cijfer is in het licht van het gehanteerde bestedingscijfer vol-

gens BRO duidelijk aan de lage kant. Op basis van Detailhandel.info kwam BRO eerder bijvoorbeeld uit op een landelijk cijfer van € 7.472,-. De eerder genoemde notitie "Omzetkengetallen 2015 geeft voor de winkelomzet € 7.518 per m² wvo en voor de netto-omzet € 7.904,-

- De gehanteerde vloerproductiviteit wordt gecorrigeerd voor de lokale omstandigheden (twee relatief grote servicesupermarkten, meerdere dorpssupermarkten) naar € 6.500,-. BRO onderschrijft de gedachte, maar door het uitgaan van een te laag landelijk gemiddelde, komt de gebruikte norm ook erg laag uit.

Conclusie: de gehanteerde uitgangspunten zijn, met uitzondering van de gehanteerde vloerproductiviteit, in grote lijnen goed of zelfs aan de voorzichtige kant.

2.2.2 De berekende ruimte

Zoals gezegd is door Seinpost in haar verkenning geen berekening uitgevoerd. Op basis van de aangedragen uitgangspunten kan die berekening gemaakt worden. BRO heeft dat in navolgende tabel gedaan.

Tabel 2.1: Berekening distributieve ruimte door BRO op basis van de uitgangspunten van Seinpost

Aantal inwoners gemeente Steenberg	23.484
Besteding/hoofd (€)	2.430
Bestedingspotentieel (€ mln.)	57,1
Koopkrachtbinding	90-95%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	51,4-54,2
Koopkrachttoevoeiing	10%
Omzet door toevoeiing (€ mln.)	5,7-6,0
Totale besteding (€ mln.)	57,1-60,2
wvo totaal (m ² wvo)	8.910
Omzet per m ² wvo (€)	6.410-6.760
Vergelijkbaar gemiddelde (€)	6.500
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	0-350

Uit de berekening komt naar voren dat Seinpost theoretisch net niet tot voldoende distributieve ruimte voor de door Lidl beoogde uitbreiding van 400-500 m² wvo komt. Maar het betreft slechts een verkenning waarbij men aangeeft dat de locatie van een nieuwe Lidl van invloed kan zijn op de haalbare koopstromen.

Nadrukkelijk moet hierbij ook aangegeven worden dat de uitkomst van deze berekening niet synoniem is voor 'actuele regionale behoefte' zoals bedoeld bij de eerste trede van de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarbij spelen ok kwalitatieve overwegingen een rol. Van belang daarbij is vooral het effect van de beoogde ontwikkeling op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand. Seinpost gaat hier ook op in, en in volgende paragraaf geeft BRO daar haar oordeel over.

2.3 Beoordeling kwalitatieve argumentatie

Omdat ten tijde van het opstellen van het Seinpostrapport er nog geen concrete locaties benoemd waren waar Lidl eventueel naar toe zou willen verplaatsen, zijn de effecten in hun rapport alleen in algemene termen aangegeven.

Consumentenverzorging

Seinpost stelt dat met het verdwijnen van C1000 en twee Edah's de Lidl de enige supermarkt is die het goedkope (soft discount) segment bedient, maar dat zij haar mogelijke functie niet goed kan invullen op de huidige locatie en bij de huidige maatvoering. De regionale verzorgingsfunctie van de winkel is hierdoor ook onder druk komen te staan. De vergroting is noodzakelijk voor de toekomstbestendigheid van Lidl en daarmee voor het voorzieningenniveau in Steenbergen. Dit argument wordt door BRO onderschreven. De vier aanwezige supermarktformules in Steenbergen-kern zijn redelijk complementair aan elkaar en bepalen daarmee in totaliteit sterk de aantrekkingskracht van Steenbergen-kern als boodschappencentrum. Een sterk boodschappenaanbod is daarbij ook positief voor het functioneren van de overige winkels en centrumvoorzieningen. Om aantrekkelijk te blijven, dienen de supermarkten te blijven voldoen aan de wensen en eisen van de consumenten. Is dat niet meer het geval, dan wijkt men snel uit naar andere aankoopplaatsen, want de hedendaagse consument is kritisch, goed geïnformeerd en bovenal mobiel.

Detailhandelsstructuur

Door Seinpost wordt niet uitgesloten dat door een vergroting van de Lidl omzeteffecten kunnen optreden bij andere ondernemingen. Indicatief geeft men aan dat dat om ca. 3 à 4% zal zijn (de helft van 6 à 7,5%). Dit percentage is zo laag omdat de vergroting vooral bedoeld is om de klant beter te bedienen met meer service, gemak en comfort (o.a. ruimere gangpaden). De mogelijke omzeteffecten zijn dusdanig beperkt dat men geen ontwrichting van de detailhandelsstructuur verwacht waarbij relevante leegstand zal optreden en waarmee het woon- en leefklimaat onder druk komt te staan.

Hoewel de effecten op de detailhandelsstructuur mede bepaald worden door de locatie waar de winkel naar toe zal verplaatsen, kan BRO toch meegaan in de conclusies van Seinpost. Hierbij speelt mee dat het om een vergroting van een bestaande zaak gaat, dat moderne discounters een relatief groot verzorgingsbereik kennen (ze trekken klanten uit een groot verzorgingsgebied). Wat het laatste betreft: een gemoderniseerde Lidl kan het eerdere omzetverlies aan de Lidl in Halsteren weer compenseren. Van belang is verder dat discounters maar een beperkt marktaandeel kennen (ca. 15%). We komen hier later op terug.

Leegstand

Seinpost brengt de huidige leegstandsituatie in de kern en gemeente Steenbergen in beeld. De leegstand is vrijwel gelijk aan het landelijke gemiddelde en het gemiddelde voor

kernen van vergelijkbare omvang. Aangegeven wordt dat dit in een latere rapportage nader kwalitatief uitgewerkt zal worden. Gezien de verwachte geringe omzeteffecten worden geen leegstandseffecten bij het bestaande aanbod verwacht. BRO wijst er wel op dat duidelijkheid over de herinvulling vanuit de onderbouwing voor een eventuele bestemmingswijziging voor een nieuwe locatie, sterk gewenst is. Anders blijven er immers 800 m² wvo supermarktmeters 'boven de markt' hangen, en die behoren dan meegenomen te worden in de distributieve berekening.

Beleid

Niet aangegeven is in hoeverre het initiatief past binnen het beleid van de overheden.

3. BEOORDELING ONDERZOEK ALDI

3.1 Inleiding

De rapportage van Rho is uitvoerig en compleet. Het rapport gaat niet alleen in op de marktmogelijkheden, maar omvat ook de beleidsuitgangspunten en een toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

3.2 De kwantitatieve analyse

3.2.1 De aannames

Primair verzorgingsgebied

- De gehele gemeente Steenbergen is als primair verzorgingsgebied genomen. Dit is gezien de centrumfunctie van de kern Steenbergen binnen de gemeente een correcte aanname.

Aanbod

- De aanbodanalyse is gebaseerd op de gehele sector dagelijkse artikelen. De aangegeven huidige omvang van 8.905 m² wvo is juist. De omvang van de sector is bovengemiddeld, hetgeen inderdaad toegeschreven kan worden aan de regionale verzorgingsfunctie van Steenbergen-kern. Aangegeven wordt dat de supermarkten in de gemeente over het algemeen een omvang hebben die past bij hun functie, discounters Aldi en Lidl uitgezonderd. Dit is een terechte constatering.

Inwoneraantal

- Uitgegaan wordt van 23.638 inwoners (Bron: CBS 2015). Dit inwonertal is hoger dan het huidige aantal van ca. 23.480. Het verschil tussen de eerste twee inwonertallen bedraagt ca. 150 inwoners. Dat komt grofweg overeen met op een distributieve ruimte van ca. 50 m² wvo aan dagelijkse artikelen. Een prognose van toekomstige inwonersaantallen wordt niet gegeven.

Bestedingen dagelijkse artikelensector

- Er wordt terecht geen correctie voor het inkomensniveau uitgevoerd op de bestedingen omdat het inkomensniveau in Steenbergen slechts gering afwijkt van het Nederlandse gemiddelde (+1,3%).
- Het gebruikte bestedingscijfer van € 2.593,- is gebaseerd op Detailhandel.info (de meest actuele cijfers uit 2014) en is overeenkomstig met wat BRO op dat moment zou gebruiken. De meest recente cijfers komen echter door een andere meetmetho-

de aanzienlijk lager uit (zie opmerkingen vorige hoofdstuk over de Notitie Omzetgetallen 2015).

Ontwikkelingen supermarktbranche

- Enkele ontwikkelingen in de supermarktbranche worden bondig en naar de mening van BRO correct beschreven.

Koopkrachtbinding en –toevloeiing

- Voor de koopkrachtbinding wordt 93% gehanteerd (KSO West-Brabant 2005).
- De koopkrachttoevloeiing is gesteld op 18%. De bron hiervoor is een postcodeonderzoek uitgevoerd bij Aldi in week 50 van 2015. Er wordt gezegd dat dit cijfer overeenkomt met de koopkrachttoevloeiing voor het dagelijkse artikelenaanbod als geheel. De bron hiervoor is eerder onderzoek van Rho in Steenbergen. BRO acht deze aanname aannemelijk.

Normatieve vloerproductiviteit

- Het gebruikte cijfer is actueel en afkomstig van dezelfde bron als gebruikt is voor de bestedingscijfers (Detailhandel.info). Wel is het gebruikte landelijke gemiddelde aan de hoge kant in het licht van de binnenkort te verschijnen nieuwe cijfer. Omdat ook de gebruikte bestedingscijfers hoger zijn, heeft dit nauwelijks effect op de berekening van de distributieve ruimte. Wel is het cijfer wellicht aan de hoge kant voor de specifieke situatie in de gemeente Steenbergen (veel aanbod in de kleine kernen buiten de hoofdkern).

Conclusie

- De voor de berekening van de distributieve ruimte gebruikte aannames zijn actueel en overwegend goed. Bij de gebruikte normatieve vloerproductiviteit en het aantal inwoners plaatst BRO wel vraagtekens, maar hier is geen sprake van 'foute' uitgangspunten.

3.2.2 De berekende ruimte

De slotconclusie van het rapport van Rho met betrekking tot de uitbreidingscapaciteit in de markt voor dagelijkse artikelen in de Gemeente Steenbergen, is dat er een uitbreidingscapaciteit aanwezig is van 260 m² vvo. Hiermee is er voldoende distributieve ruimte voor de gewenste vergroting van Aldi (215 m² vvo). Navolgende berekening is opgenomen in de rapportage van Rho.

Tabel 3.1 Berekening distributieve ruimte Rho

Gemeente	Steenbergen	Bron
Inwonertal primair marktgebied	23.638	CBS, 2015
Toonbankbestedingen dagelijkse goederensector	€ 2.593	Detailhandel.info, 2015
Bestedingspotentieel	€ 61.290.000	
Koopkrachtbinding %	93%	KSO West-Brabant, 2005
Omzet uit gebonden bestedingen €	€ 57.240.000	
Koopkrachttoevoeiing %	18%	Klantherkomstonderzoek Rho, 2015
Omzet uit toevoeiing €	€ 12.990.000	
Winkelomzet dagelijkse goederensector gemeente	€ 70.230.000	
Steenbergen		
Landelijk gemiddelde omzet per m ² in dagelijkse goederensector	€ 7.659	Detailhandel.info, 2015
Te verwachten omvang winkelaanbod dagelijkse goederensector	9.170	
Aanwezige omvang winkelaanbod dagelijkse goederensector	8.905	Locatus, december 2015
Ruimte voor ontwikkeling in %	3%	
Ruimte voor ontwikkeling in m² wvo	260	

Bron: Rho rapport

Uitgaande van de door Rho gehanteerde uitgangspunten is er niet voldoende distributieve ruimte voor een uitbreiding van zowel de Aldi als de Lidl. Wordt echter een normatieve vloerproductiviteit gehanteerd die 5% lager ligt dan het gehanteerde landelijke gemiddelde, en dat is naar de mening van BRO goed verdedigbaar, dan bedraagt de distributieve uitbreidingsruimte ca. 600 m² wvo. Dat is wel voldoende voor beide initiatieven.

3.3 Beoordeling kwalitatieve argumentatie

Consumentenverzorging

Rho stelt, samengevat weergegeven, dat Aldi als enige hard discounter in Steenbergen en omgeving een specifieke rol heeft in de consumentenverzorging in dit gebied en dat de aankopen bij deze winkel vooral aanvullend ten opzichte van de andere supermarkten en speciaalzaken gedaan worden. Voor de compleetheid van het aanbod is het gewenst dat er een dergelijke supermarkt in het verzorgingsgebied gehandhaafd blijft. Vanuit de gedachte dat het goed voor de consumenten is als zij meerdere keuzemogelijkheden hebben, is BRO het hier mee eens.

Detailhandelsstructuur

Een vergroting en verplaatsing van de Aldi zal volgens Rho geen substantiële effecten hebben op de detailhandelsstructuur rond de kern Steenbergen omdat het oppervlak en de spreiding van het harddiscountsegment op regio niveau nauwelijks wijzigt. BRO kan dit bevestigen. Ook kunnen we bevestigen dat het combinatiebezoek tussen een discounter en andere winkels lager ligt dan bij service-supermarkten, maar zoals Rho ook stelt, door de geringe omvang van het assortiment van Aldi worden andere winkels wel

bezoekt, zij het vaak op andere bezoekenmomenten. De stelling van Rho dat de Aldi op de huidige locatie nauwelijks functioneert als trekker voor centrumbezoek is naar de mening van BRO echter te stellig en ook niet echt onderbouwd.

Leegstand

Rho geeft aan dat er als gevolg van het initiatief van Aldi geen winkels hoeven te sluiten. Dit wordt gezien de beperkte omvang van de uitbreiding door BRO onderschreven. Wel is dit mede afhankelijk van de herinvulling van het te verlaten pand.

4. DISTRIBUTIEVE UITBREIDINGSRUIMTE EN EFFECTEN NADER BESCHOUWD

4.1 Uitbreidingsruimte volgens de nieuwste kengetallen

In navolgende berekening wordt uitgegaan van een stabilisatie op 23.500 inwoners voor de gemeente Steenbergen in de komende jaren). De winkel omzet per hoofd en de winkelomzet per m² wvo zoals aangegeven in de binnenkort uit te komen notitie "Kengetallen 2015" vormen het uitgangspunt. Hierbij is gezien de specifieke aanbodsituatie in de gemeente een 5% lagere omzet per m² wvo aangehouden (namelijk €7.142,-). Verondersteld wordt verder dat bij een versterking van het aanbod de koopkrachtbinding op 95% kan uitkomen. De koopkrachttoevloeiing wordt voor deze berekening op 18% gehouden. Hieraan liggen de volgende aannames ten grondslag:

- Het aandeel van de omzet van Aldi dat afkomstig is van buiten de gemeentegrenzen van Steenbergen is, in de huidige situatie al 18%
- Met de geplande modernisering- en uitbreidingsslag van zowel Lidl als Aldi zal dit percentage voor beide winkels nog kunnen oplopen. De ontwikkeling zal tevens tot een verdere versterking kunnen leiden van de regionale verzorgingsfunctie van de kern (en gemeente) Steenbergen in de markt van dagelijkse boodschappen en het 'boodschappen doen' in het bijzonder
- De Aldi kent door haar uniciteit een ruim verzorgingsbereik, en dat geldt ook voor de Lidl. Bovendien zijn de Albert Heijn en de Jumbo relatief (op regioniveau) grootschalige supermarkten, dus zijn ze ook relatief uniek. Er is geen reden om aan te nemen dat het aandeel omzet van buiten de gemeente bij deze winkels veel lager uitkomt dan bij de relatief matig bereikbare en kleine Aldi.
- Rho heeft in het kader van de uitbreiding van de Jumbo eerder onderzoek gedaan naar de herkomst van de omzet van deze winkel (en andere supermarkten). Men concludeert op basis daarvan dat de 18% van Aldi vrijwel overeenkomt met het toevoeiingspercentage voor de gehele sector.

Tabel 4.1: Uitbreidingsruimte dagelijkse artikelensector gemeente Steenbergen BRO bij versterking supermarktaanbod

Inwoners	23.500
Besteding/hoofd (€)	2.413,-
Bestedingspotentieel (€ mln.)	56,7
Koopkrachtbinding	95%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	53,9
Koopkrachttoevloeiing	18%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	13,5
Totale besteding (€ mln.)	65,7
wvo totaal (m ²)	8.910

Omzet per m ² wvo (€)	7.375
Vergelijkbaar gemiddelde (€)	7.142
Distributieve uitbreidingsruimte	300

Uit deze berekening komt naar voren dat er bij de aangegeven uitgangspunten theoretisch niet genoeg distributieve ruimte is voor de beoogde uitbreiding van beide discounters (615-715 m² wvo). Bij de maximale uitbreiding zal de omzet per m²wvo dalen naar € 6.810,-. Dat is ca. 7,5% beneden de nu theoretisch behaalde vloerproductiviteit, en ca. 4,5% beneden het vergelijkbare gemiddelde. Dit wordt gewoonlijk beschouwd als behorend tot het reguliere ondernemersrisico. Daarmee zijn er geen onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur of de leegstand te verwachten van de uitbreidingen.

Bovenstaande berekening is met name bedoeld om de effecten in te kunnen schatten. Er is echter nog een manier om dat te doen, namelijk uitgaan van het marktaandeel van discounters. In navolgende paragraaf gaan we hier nader op in.

4.2 Effecten op het bestaande aanbod

Het marktaandeel van Lidl binnen de supermarktsector bedroeg in 2015 10% en van Aldi 7,3%. Samen 17,3%.² Aangezien de supermarkten goed zijn voor ca. 80% van de omzet in de hele dagelijkse artikelensector, bedraagt het marktaandeel van beide zaken dus ca. 14%. Een andere bron³ geeft voor 2014 een supermarkt-marktaandeel van discounters aan van 15,9%. Bij een zeer sterk discountaanbod, zoals in Steenbergen het geval zal zijn na een uitbreiding/verplaatsing van beide zaken, kan dit aandeel uiteraard hoger uitvallen. We gaan hier daarom uit van 20%. Het totaal van de bestedingen is hiervoor op € 65,7 mln. berekend (tabel 4.1). Uitgaande van 20% voor de beide discounters, resteert voor het overige aanbod € 52,6 mln. Dit overige aanbod omvat $8.905 - 1.624 = 7.281$ m² wvo. Deling van de potentiële omzet door de omvang geeft een omzet per m² wvo van € 7.224,-. Dit ligt iets beneden het landelijke gemiddelde (€ 7.518,-), maar iets boven het aangegeven vergelijkbare gemiddelde. Dat houdt in dat het overige aanbod niet bedreigd wordt door de beoogde uitbreiding van de beide discounters. Wel zal de onderlinge concurrentie tussen beide discounters toenemen, maar daar zijn geen ruimtelijke effecten van te verwachten.

4.3 Slotconclusie

Op basis van de aangedragen gegevens in de rapporten van Seinpost en Rho en de eigen interpretatie van deze gegevens, komt BRO tot de conclusie dat de beoogde uitbreiding van de beide in Steenbergen-kern aanwezige discounters in combinatie met een

² Bron: A.C. Nielsen, distrifood.nl

³ Bron: IRI, distrifood.nl

verplaatsing (los van de exacte locatie) geen onaanvaardbare effecten zal hebben op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstandssituatie. Per saldo kunnen de initiatieven bijdragen aan een versterking van de regiopositie van Steenberg-kern en haar hoofdwinkelcentrum en een verbetering van de consumentenverzorging. Door modernisering en vergroting zullen Lidl en Aldi beter in staat zijn om op de veranderende wensen en behoeften van de Steenbergse (en regionale) consument in te spelen.

Misschien nog wel belangrijker is dat hiermee ook de totale supermarktbranche in Steenberg-kern en omgeving moderner wordt. De kern zal beschikken over een sterker aanbod in verschillende segmenten, wat resulteert in meer keuzemogelijkheden voor de lokale bevolking, en een aantrekkelijk aanbod voor kopers van buiten de gemeente. We merken hier bij wel op dat de uiteindelijke nieuwe locaties van invloed kunnen zijn op deze conclusies, evenals de herinvulling van de te verlaten panden.

