



AANTEKENEN

Het College van Burgemeester en Wethouders
van de gemeente Dinkelland
Postbus 11
7590 AA DENEKAMP

29/10/2013 113.035935

Vooraf per fax: 0541 – 854320 (exclusief bijlage)

datum: 28 oktober 2013
onze referentie: 65460_EMTÉ Supermarkten B.V./Bestemmingsplan Eurowerft-Noord
betreft: zienswijze Detailhandelsvisie Dinkelland – Tubbergen
documentnummer: 20428897
uw referentie: -
behandeld door: mr. A.H.E. van de Klift, advocaat
T rechtstreeks: +31 (0) 24 381 14 01
F rechtstreeks: +31 (0) 24 381 14 42
e-mail: a.vandeklift@pvdb.nl

Geacht College,

Mijn cliënten, Plus Jan Ter Steege B.V. en EMTÉ Supermarkten B.V., hebben kennis genomen van de 'Detailhandelsvisie Dinkelland-Tubbergen', zoals deze vanaf 11 oktober 2013 gedurende drie weken ter inzage gelegd is. Hierbij willen cliënten u hun zienswijze (tijdig) kenbaar maken.

Voorop staat dat het project Eurowerft-Noord nog niet onherroepelijk is, aangezien daar – onder andere door cliënten - beroep tegen ingesteld is. Voor zover de detailhandelsvisie deze ontwikkeling als fait accompli presenteert, dient dat gecorrigeerd te worden. Het is evengoed denkbaar -en zeker zo wenselijk- dat het plan er niet van komt.

De keuze om te komen tot een verdere uitbreiding van winkelmeters, waaronder een vierde supermarkt, wordt in de visie op veel plekken ontraden:

- In Denekamp is nu al sprake van veel meer m2 wvo dan in vergelijkbare plaatsen. Dat wil zeggen zonder dat er nog een vierde supermarkt bij komt. (Hierbij worden betreffende het aanwezige metrage wvo overigens in de tekst begrippen "kern" en "centrum" naast elkaar gebruikt, zonder dat deze gedefinieerd zijn).
- De leegstand is met 6 of 7% nu al groter dan in vergelijkbare plaatsen.
- Het aanbod is in alle hoofdbanches nu al groot, met name op het gebied van supermarkten.
- Macro-ontwikkelingen leiden er toe dat er minder behoefte is aan meer winkelmeters.
- Centrumgebieden van middelgrote plaatsen (zoals Denekamp) zijn kwetsbaar. Op termijn zullen hier formules gaan verdwijnen.

Ondanks deze aangevoerde ongunstige signalen wordt in het rapport het uitbreiden van winkelmeters door middel van het project Eurowerft-Noord –ten onrechte- als gegeven beschouwd. De eerste alinea van pagina 19 maakt duidelijk dat de opsteller van het rapport zelf ook wel wat moeite heeft met deze redenering. Er wordt dan ook aan toegevoegd dat het dan maar klaar moet zijn met de uitbreidingen. Echter op pagina 25 wordt voor de Rabobank-locatie "de deur weer open gezet", het zou kansen bieden voor de herontwikkeling van het kernwinkelgebied. Aangezien het rapport zich op meerdere plekken tegensprekt is het niet duidelijk wat nu precies de visie van de gemeente is. Als deze detailhandelsvisie wordt vastgesteld als beleid van de gemeente dan is het

volstrekt onduidelijk wat de gemeente Dinkelland nu voor ogen staat met de detailhandelsstructuur van Denekamp. De gemeente handelt dan zeer onzorgvuldig.

Van consistentie in beleid is sowieso geen sprake. Kijk naar het gebied Vledderstraat- Brinkstraat. Het vigerend beleid gaat nog uit van "een compact en aantrekkelijk kernwinkelgebied". In de voorliggende visie wordt al weer afscheid genomen van dit – toch nog niet zo oude- idee en wordt er het predikaat "gemengd gebied" op geplakt. De term "gemengd gebied" is een eufemisme voor de huidige, zorgelijke situatie, die alleen maar verder achteruit zal gaan. Dat de achterliggende reden hiervan het -onterecht verschuiven- van de winkeltrekkkracht naar Eurowerft-Noord is, moge duidelijk zijn.

Pagina 25 beschrijft dat de komst van een vierde supermarkt zal leiden tot een verdringingsmarkt. Ook wordt kort gemeld dat distributieve uitbreidingsruimte zal ontbreken. Dat is nogal wat: in een paar zinnen worden hier zaken genoemd, die vergaande consequenties hebben voor Denekamp. Het is onduidelijk wat hier nu de bedoeling én de onderliggende argumentatie is. Het roept ten minste de volgende vragen op:

- Is het bewust creëren van een verdringingsmarkt het doel van het gemeentelijk detailhandelsbeleid? Wat is daar de reden van?
- Geldt het creëren van een verdringingsmarkt voor alle sectoren?
- Is het aanwezig zijn dan wel ontbreken van distributieve uitbreidingsruimte voor de gemeente een criterium dat een rol speelt in het detailhandelsbeleid?
- In de onderbouwing van de vierde supermarkt heeft u onder meer aangevoerd dat de massale komst van de Duitse (toeristische) consument voor het noodzakelijk draagvlak zou zorgen. Is dat nog aan de orde?
- Hoe past het bewust creëren van een verdringingsmarkt bij de ambitie (pagina 15) van duurzaam en intensief ruimtegebruik?
- Hoe past het bij de ambitie om "voor ondernemers een gezond ondernemersklimaat met ruimte voor kwaliteit en innovatie"(pagina 15) te bewerkstelligen?
- Is dit "een ontwikkelingsgerichte visie, die marktpartijen stimuleert om te investeren?"
- Meer over de distributieve ruimte is te vinden in bijlage 7. De tabel op pagina 47 geeft op creatieve wijze de omzet per m² (vloerproductiviteit) als variabele weer. Klaarblijkelijk geeft de meer gebruikelijke vergelijking tussen vloeroppervlak bestaand en nieuw een te duidelijk beeld van het gecreëerde / te creëren ruime overaanbod. De hier berekende omzet per m² ligt ruim 20% lager dan de cijfers die het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (2012) hanteert voor supermarkten. Dit roept de vraag op of de gemeente enig idee heeft welke cijfers noodzakelijk zijn voor een rendabele exploitatie van een supermarkt?

Bij cliënten ontstaat het beeld dat de gemeente meebuigt met plannen van een ontwikkelaar zonder dat daarvoor een goede onderbouwing gegeven kan worden.

Opmerkelijk is het verder dat de voorliggende visie op veel punten de eerder door cliënten, in de procedure met betrekking tot het bestemmingsplan 'Eurowerft-Noord' naar voren gebrachte kritiek, zoals verwoord in het rapport van Bureau Stedelijke Planning (zie bijlage), bevestigt. Nu lijkt wel te worden onderkend dat het doorzetten van de plannen voor de vierde supermarkt in het project Eurowerft-noord inderdaad tot verdere leegstand in Denekamp leidt. Op pagina 25 wordt over "herschikking" gesproken en pagina 16 maakt duidelijk dat leegstand toch een onderwerp van belang is, waarover keuzes gemaakt moet worden. Nog recent geeft de gemeenteraad, in het verweerschrift, inzake de procedure die aanhangig is bij de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot het bestemmingsplan 'Eurowerft-Noord' aan (pagina 5, laatste alinea) "*dat niets erop wijst dat het plan zou leiden tot leegstand van winkels elders in Denekamp*". Op pagina 6 onder 1.14 wordt dit herhaald.

Consistentie in beleid is ver te zoeken, zoals eerder ook opgemerkt toen het over het gebied Vledderstraat-Brinkstraat ging. Het is niet eens zo lang geleden dat de gemeente de ontwikkeling van de locatie van Welkoop en PLUS als aanwinst voor Denekamp mogelijk maakte. Op kaart 6 van

pagina 24 is deze locatie nu grijs gekleurd. Cliënten vragen zich af of het de bedoeling van de gemeente is dat door de bewust gecreëerde verdringingsmarkt het publiek hier weg moet blijven? Is dat wat bedoeld wordt met duurzaam ruimtegebruik of een gezond ondernemersklimaat?

Dat dit gelegenheidsbeleid tot voortschrijdende leegstand leidt is evident. Op pagina 16 wordt de oorzaak genoemd: overaanbod. Vanzelfsprekend versterken consumentenvoorkeuren (meer internetaankopen) en de crisis deze trend. Cliënten vinden het erg jammer dat deze, in Denekamp bewust gecreëerde, leegstand koeltjes als interessante nieuwe opgave gepresenteerd wordt: "de ruimtelijke ordening van de leegstand". Het is natuurlijk veel beter om ervoor te zorgen dat het optreden van leegstand beperkt wordt, dat wil zeggen: niet met open ogen een verdringingsmarkt laten ontstaan.

Het mag duidelijk zijn dat deze detailhandelsvisie niet op de instemming van cliënten kan rekenen. De visie is ook feitelijk onjuist daar waar het de vestiging van de vierde supermarkt betreft: hierover is nog geen besluit genomen. Cliënten verzoeken u dan ook de detailhandelsvisie niet vast te stellen.

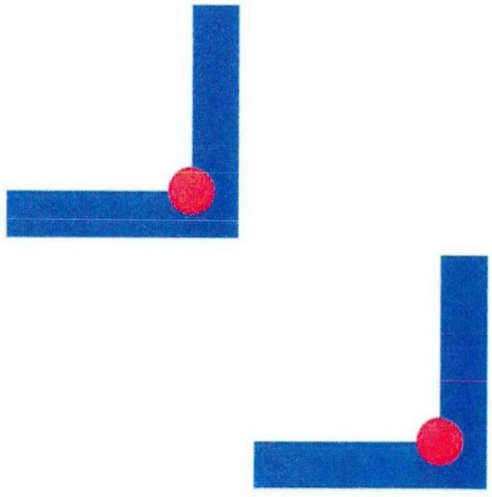
Met vriendelijke groet,
Poelmann van den Broek N.V.



Annelies (A.H.E.) van de Klift

Denekamp - Eurowerft-Noord
Analyse onderbouwing en
effecten vierde supermarkt

4 juni 2013



Eindrapport

BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING

Status:

Eindrapport

Datum:

4 juni 2013

Een product van:

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

Team Detailhandel en Leisure:

Dr. Aart Jan van Duren

Anne Risselada MSc.

Voor meer informatie: Aart Jan van Duren, ajvd@stedplan.nl

In opdracht van:

Em-Té Supermarkten BV en PLUS Jan ter Steege BV

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

Projectnummer: 2013.A.545

Referentie: Denekamp, analyse onderbouwing en effecten 4e supermarkt

Inhoudsopgave

	Pagina
Samenvattende conclusies	4
Inleiding	7
1 Contextanalyse	8
1.1 Planbeschrijving Eurowerft Noord	
1.2 Vraag- en aanbodverhoudingen	
1.3 Trends en ontwikkelingen en beleidskader	
2 Distributieve analyse	16
2.1 Distributieve ruimte	
2.2 Benchmark	
3 Terugkoppeling: de verschillen met SAB verklaard	20
4 Effectenstudie	23
4.1 Effecten op bestaande supermarkten	
4.2 Ruimtelijke effecten	
Bijlage 1 Overzicht benchmarkkernen	28
Bijlage 2 Overzicht belangrijke trends en ontwikkelingen	29

Samenvattende conclusies

De belangrijkste conclusies in het voorliggende rapport zijn als volgt:

- Op dit moment is het supermarktaanbod in Denekamp (3 supermarkten met in totaal 3.102 m²) al in beperkte mate groter dan waartoe de uitgeoefende vraag aanleiding geeft, de relatief hoge binding en toevloeiing van koopkracht in de kern ten spijt.
- Dit beperkte overaanbod komt uitdrukking in het feit dat de supermarktsector in Denekamp gemiddeld genomen niet meer dan redelijk functioneert. Het benedengemiddelde functioneren duidt er op dat het aanbod in de huidige zin in beperkte mate te groot is in relatie tot de uitgeoefende vraag. Die beperkte mismatch tussen vraag en aanbod is echter niet van dien aard dat het autonome perspectief van de drie supermarkten ter discussie staat.
- Dat perspectief staat wel ter discussie indien een vierde supermarkt zich in Denekamp zal vestigen. De effecten hiervan zullen erg groot zijn, zowel voor de reeds gevestigde supermarkten als voor het centrum als geheel.
- Door deze vierde supermarkt neemt het supermarktaanbod in de plaats (in termen van oppervlak) namelijk met ruim één derde toe. De uitgeoefende vraag kan echter met niet meer dan 10% kan toenemen. Deze groei, door een verdere groei van de nu reeds hoge binding en toevloeiing, is veel te weinig om elk van de vier supermarkten voldoende toekomstperspectief te kunnen bieden.
- De distributieve motivering die in het SAB-rapport wordt gemaakt, en waaruit blijkt dat er zelfs ruimte is voor maximaal 2.150 m² wvo aan supermarkten, berust op een groot aantal onjuiste aannames.
- Twee daarvan zijn doorslaggevend, in die zin dat ze het grootste effect hebben op de marktruimte. De eerste is de aanname dat liefst 50% van de dagelijkse bestedingen een toeristisch-recreatieve herkomst heeft. Dit uitgangspunt, dat het belangrijkste houvast is in de distributieve motivering van SAB, is volstrekt irreal. Informatie van de gevestigde supermarkten over de klantherkomst en over de verdeling van de omzet over het jaar bewijst dat. Het toont aan dat de door I&O gemeten koopkrachtoevloeiing van 38% een reëel beeld geeft. Van een zomerpiek in de omzet, een goede indicator van een belangrijke toeristisch-recreatieve functie, is in de gevestigde supermarkten bovendien geen sprake.
- De tweede cruciale aanname (beter gezegd: fout) die SAB maakt heeft betrekking op de kengetallen ten aanzien van de vraag (de bestedingen): de kengetallen voor de gehele dagelijkse sector worden geconfronteerd met slechts het supermarktaanbod als relevant aanbod.

- Deze onjuiste aannames verklaren het overgrote deel van het gat tussen een marktruimte in de huidige situatie van meer dan 2.000 m² wvo in de supermarktsector (zoals becijferd door SAB) en een bescheiden overaanbod van ruim 600 m² wvo (zoals in dit rapport becijferd). Onder verwijzing naar het huidige functioneren van de supermarkten achten wij de uitkomsten van SAB volstrekt onrealistisch.
- De komst van een vierde supermarkt betekent dat vooral de twee gevestigde full-service supermarkten geconfronteerd worden met een forse vermindering van het toekomstperspectief. Op de langere termijn is het voorstelbaar dat minimaal één van deze supermarkten te weinig perspectief heeft voor continuering van de exploitatie.
- Indien de nieuwe supermarkt qua omzet niet aan de verwachtingen voldoet, is het beeld niet veel anders. De pijn wordt dan over meerdere supermarkten verdeeld, en niet “slechts” over Plus en Em-Té. In het ergste en ook reële geval dat de nieuwe supermarkt niet aan de verwachtingen voldoet, is het perspectief van alle vier de supermarkt op zijn best matig. In elk van beide scenario's zijn de ruimtelijke effecten voor het centrumgebied van Denekamp groot.
- Dit komt omdat - gelet op de verhoudingen tussen vraag en aanbod - een invulling van de Eurowerft-Noord met een nieuwe supermarkt het perspectief van de dagelijkse sector in zijn totaliteit aanzienlijk zal verslechteren. In ruimtelijk opzicht betekent dit dat minimaal een pool aan aantrekkingskracht verliest, met negatieve gevolgen voor het centrale gebied (verlies aan doorbloeding). In het ergste geval verliezen beide polen aan aantrekkingskracht omdat de supermarkten – gegeven het te grote aanbod - allen matig functioneren, met een vergelijkbare uitkomst tot gevolg.
- In het meest reële geval (het verlies van het bestaansrecht van de supermarkt(en) aan de zuidelijke pool), zal ook een groot deel van het overige winkelaanbod ten zuiden van de knip zijn bestaansrecht kunnen verliezen. Het gevolg is een toename van de leegstand, die gelet op de grote mismatch tussen vraag en aanbod van een aanzienlijke omvang zal zijn. Zeker in het licht van de regionale en generieke ontwikkelingen, respectievelijk de bevolkingskrimp en de ontwikkelingen met betrekking tot e-commerce, die een fors verminderde vraag naar winkelmeters als gevolg heeft. Door deze ontwikkeling komt ook de in het gemeentelijke beleid voorgestane tweepolenstructuur fors onder druk te staan.
- Het ware beter, vanuit het functioneren van het centrumgebied als geheel, dat de op zichzelf welkome versterking van de noordkant van het centrumgebied werd ingevuld met een non-food trekker. Ten eerste draagt dat meer bij aan de versterking van de bovenlokale functie van Denekamp (inclusief de toeristisch-recreatieve functie) en ten tweede draagt dat (ook in ruimtelijk opzicht) wel bij aan de voorgestane tweepolenstructuur. De nu ingeslagen route doet aan beide doelstellingen juist in grote mate afbreuk. Immers, het versnelt de neergang van het gebied Vledderstraat-Brinkstraat, met als groot risico dat het centrumgebied op termijn slechts uit twee ongelijkwaardige polen bestaat, waarbij de noordoostelijke pool de zuidwestelijke pool zwaar domineert.

Inleiding

Op 19 maart 2013 heeft de gemeenteraad van Dinkelland het bestemmingsplan 'Eurowerft Noord' in Denekamp vastgesteld. In dit bestemmingsplan wordt de vestiging van een vierde supermarkt in Denekamp mogelijk gemaakt. Dit bestemmingsplan is opgesteld om een plan van Assen-Projecten/Berginvest voor de nieuwvestiging van een Albert Heijn supermarkt van 1.617 m² bvo en 854 m² bvo aan aanvullende winkelruimte op de Eurowerft planologisch te faciliteren.

EM-TÉ supermarkten B.V. en Plus Jan ter Steege B.V. hebben een zienswijze ingediend tegen het bestemmingsplan Eurowerft Noord. Deze zienswijze is voor de gemeenteraad geen reden geweest vaststelling van het bestemmingsplan te onthouden. Volgens bovengenoemde partijen is het bestemmingsplan, en de toevoeging van een vierde supermarkt in Denekamp, gebaseerd op een ondeugdelijke distributieve onderbouwing. EM-TÉ supermarkten B.V. en Plus Jan ter Steege B.V. hebben derhalve besloten om beroep bij de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State tegen het bestemmingsplan in te dienen.

Het door ons opgestelde en hier voorliggende rapport stelt de distributieve onderbouwing van het initiatief centraal, met daarbij een kritische beoordeling van de door SAB opgestelde rapportage. Centraal staat ook de vraag wat de ruimtelijk-economische effecten zijn van de komst van een vierde supermarkt in Denekamp. Daarbij is specifieke aandacht voor de effecten voor de ruimtelijke structuur van het centrumgebied en voor het perspectief van de gevestigde supermarkten. Er is daarbij vooral aandacht voor de vraag of er met de voorgenomen ontwikkeling sprake is van een overcapaciteit aan supermarkten, waardoor leegstand in de hand wordt gewerkt, met als gevolg daarvan onaanvaardbare gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de kern.

Opbouw van het rapport

De opbouw van het rapport is als volgt. In hoofdstuk 1 wordt de contextanalyse gegeven, bestaande uit de vraag- en aanbod verhoudingen, de trends en ontwikkelingen en het beleidskader. Hoofdstuk 2 confronteert vraag en aanbod door het berekenen van de distributieve ruimte en een benchmark. In hoofdstuk 3 worden de aannames en uitkomsten van de distributieve analyse van SAB nader geanalyseerd. Tot slot volgen in hoofdstuk 4 de uitkomsten van de studie naar de (ruimtelijke) effecten.

1 Contextanalyse

Dit hoofdstuk begint met een korte planbeschrijving van de Euowerft Noord. Daarna komt de marktsituatie in Denekamp aan bod voor specifiek de dagelijkse sector c.q. de supermarktsector, uitgesplitst in vraag en aanbod verhoudingen. Tevens wordt in dit hoofdstuk kort ingegaan op de belangrijkste trends en ontwikkelingen en op het relevante beleidskader.

1.1 Planbeschrijving Euowerft Noord

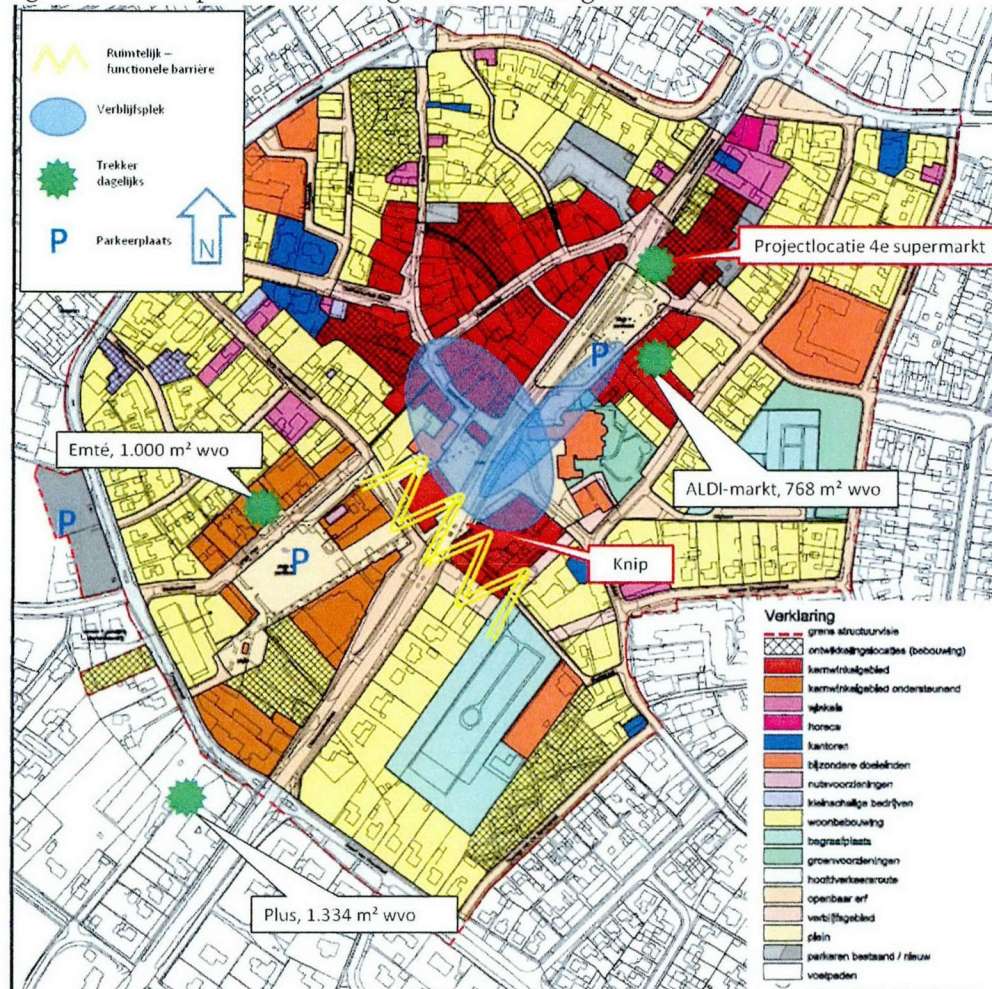
Het centrum van Denekamp huisvest nagenoeg de gehele dagelijkse sector van de plaats. De dagelijkse sector – bestaande uit 19 winkels met in totaal 4.101 m² winkelvloeroppervlak (wvo) – wordt gedragen door een drietal supermarkten, zijnde de Emté en de Plus aan de zuidwestzijde van het centrum en de Aldi aan de noordoostzijde.

De winkels in het centrum van Denekamp zijn geconcentreerd in en rondom de Brinkstraat, de Grotestraat, de Vledderstraat en de Euowerft.

In 2007 is er in het centrum van Denekamp een infrastructurele knip aangebracht die de voormalige doorgaande route via de Oldenzaalsestraat/Nordhornse straat verhindert. Het is hierdoor niet meer mogelijk om het centrum met de auto te doorkruisen en daarmee is het centrum autoluw gemaakt. Ter hoogte van de knip in de infrastructuur is ook het Nicolaasplein gerealiseerd, waarmee een verblijfsplaats is gecreëerd. De ontwikkeling van de knip en het plein hebben echter ook geleid tot een tweedeling van het centrumgebied.

De bebouwing die nu nog aanwezig is op de noordelijke kop van de Euowerft wordt deels gesloopt/gestript en opnieuw opgebouwd. Daarna wordt op de locatie een winkelcomplex gebouwd met op de begane grond winkels en op een gedeelte van de verdieping ook winkelruimte. Verder komt er een supermarkt met een ingang aan de Nordhornsestraat. De locatie voor de nieuwe supermarkt en de dagwinkels krijgt de bestemming 'centrum' in het bestemmingsplan Euowerft-Noord.

Figuur 1 Locatie planontwikkeling in het centrumgebied



Bron: Structuurvisie centrumgebied Denekamp, bewerking Bureau Stedelijke Planning.

1.2 Vraag- en aanbodverhoudingen

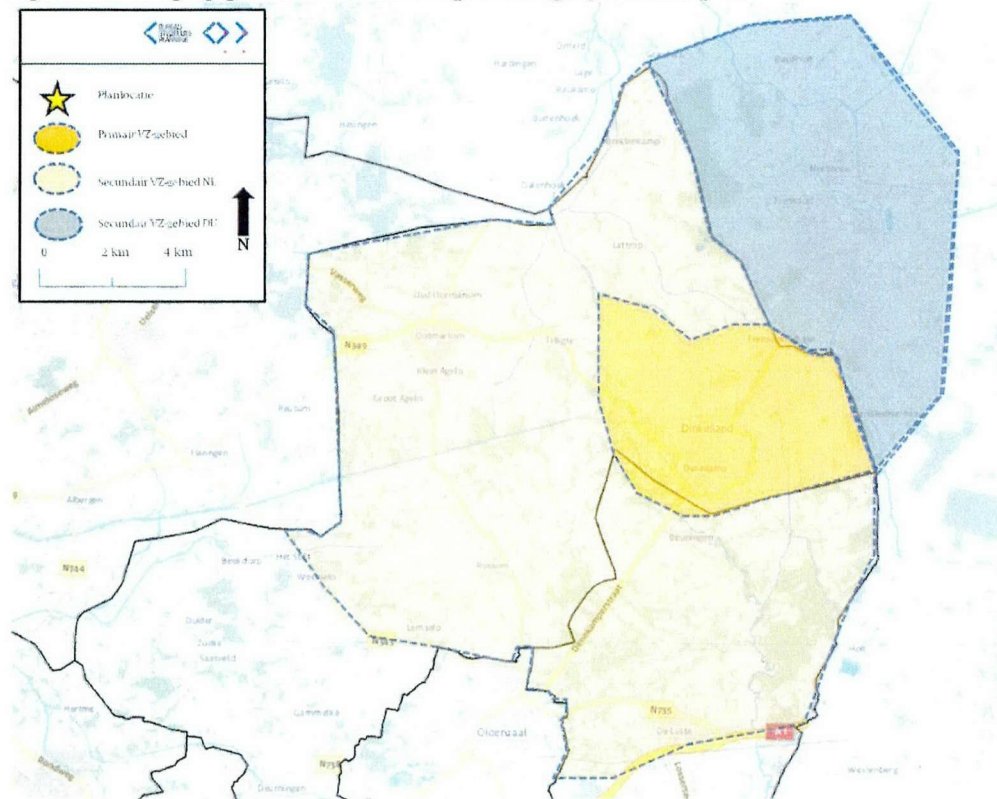
Verzorgingsgebied

De dagelijkse sector in het centrumgebied heeft de kern Denekamp als primair verzorgingsgebied. Het secundair verzorgingsgebied bestaat uit het deel van de gemeente Losser noordelijk van de A1, een deel van de gemeente Dinkelland noordelijk van de N323 en de Duitse gemeente Nordhorn. Deze afbakening is gebaseerd op het meest recente koopstromen onderzoek van I&O Research uit 2010¹ waaruit blijkt dat 62% van de omzet in de dagelijkse sector afkomstig is uit de kern Denekamp. De overige 38% is afkomstig uit omliggende kernen en gemeenten. Meer dan 10% van de omzet komt volgens het onderzoek voor rekening van de overige kernen in Dinkelland en van inwoners van Nordhorn, en 5 tot 10% voor rekening van klanten uit de gemeente Losser. Het is aannemelijk dat inwoners van zuidwestelijk Dinkelland en van zuidelijk Losser voor de dagelijkse boodschappen het zuidelijk

¹ Koopstromenonderzoek 2010, Deelrapportage Gemeente Dinkelland - kern Denekamp, I&O Research.

gelegen Oldenzaal boven Denekamp verkiezen vanwege de kortere afstand en de grotere keuzemogelijkheden.

Figuur 2 Verzorgingsgebied kern Denekamp voor dagelijkse aankopen



Bron: PDOK, bewerking Bureau Stedelijke Planning.

Kenmerken bevolking

Het primaire verzorgingsgebied telt een kleine 9.000 inwoners. Het secundaire verzorgingsgebied binnen Nederland telt ruim 18.000 inwoners. De Duitse gemeente Nordhorn telt ca. 53.000 inwoners. Inclusief Nordhorn, dat overigens een hogere positie vervult in de verzorgingshiërarchie dan Denekamp en daarmee niet alleen (op de schaal van Nordhorn in beperkte mate) dagelijkse koopkracht ziet afvloeien naar Denekamp, maar deze ook aan weet te trekken (zie later), telt het secundaire verzorgingsgebied dus 71.000 inwoners. Wanneer het bevolkingsprofiel van de kern Denekamp en het secundaire verzorgingsgebied vergeleken wordt met het Nederlandse gemiddelde valt op dat er relatief veel ouderen wonen. Ook wordt het verzorgingsgebied gekenmerkt door een relatief grote huishoudgrootte, vooral in het secundaire verzorgingsgebied. Het percentage niet-westerse allochtonen is nihil. Het inkomen per inwoner ligt 12% lager dan het Nederlandse gemiddelde. Inwoners van Denekamp en het omliggende secundaire verzorgingsgebied hebben dus minder te besteden dan de gemiddelde Nederlander, ook als het gaat om dagelijkse boodschappen.

Tabel 1 Demografische kenmerken verzorgingsgebied dagelijks aanbod kern Denekamp

Gebied	Aantal inw. 2012	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem. hh- grootte	% Niet- westerse allocht.	Gem. inkomen per inw.
Primair	8.860	18	12	23	29	19	2,5	0	€ 19.000
Secundair (excl. Nordhorn)	18.215	20	12	21	28	18	3	0	€ 19.000
Nederland		17	12	26	28	16	2,2	12	€ 21.500

Bron: CBS Statline 2012, inkomen betreft 2010

Ontwikkeling draagvlak

Uit de meest recente cijfers (regionale prognose kerncijfers; 2011-2040 van het CBS, opgesteld in oktober 2011) blijkt dat het aantal inwoners in de gemeente Dinkelland licht zal dalen van 26.200 inwoners in 2012 naar 25.700 in 2020, en verder vooruitkijkend naar 2030 zal dalen tot 25.000. Tot 2020 is dit een lichte daling, van een kleine 2% van het huidige aantal.

Koopkrachtbinding en toevloeiing.

Volgens het reeds aangehaalde koopstromenonderzoek van I&O Research uit 2010 is de koopkrachtbinding binnen de kern Denekamp 80%. Dit betekent dat van elke euro die door de inwoners van Denekamp wordt uitgegeven aan dagelijkse goederen, 80 cent in de kassa's van de winkels in Denekamp belandt. De overige 20 cent belandt voornamelijk in de kassa's van winkels in de dagelijkse sector in Oldenzaal en het Duitse Nordhorn (elk 5 tot 10%). Ten opzichte van 2000 is de koopkrachtbinding met 13%-punt gedaald, maar is deze nog steeds hoog in vergelijking met kernen van vergelijkbare omvang. Het aandeel klanten van elders dat in Denekamp dagelijkse boodschappen doet, is verantwoordelijk voor 38 procent van het draagvlak. Deze toevloeiing is in 2010 met 17%-punt gestegen ten opzichte van 2000. Vooral inwoners uit de overige kernen in de gemeente Dinkelland en klanten uit de gemeente Nordhorn (Duitsland) doen hun boodschappen in Denekamp. Beide gebieden nemen meer dan 10 procent van het totale draagvlak voor hun rekening. Klanten uit de gemeente Losser zijn goed voor 5 tot 10 procent van het draagvlak voor de dagelijkse sector in Denekamp.

Supermarktstructuur

Binnen de kern Denekamp zijn 3 supermarkten gevestigd (zie figuur 1). Een Emté met een winkelvloeroppervlakte (wvo) van 1.000 m² en Plus supermarkt van 1.334 m² aan de zuidelijke kant van het centrum. Aan de noordelijke kant van het centrum is een Aldi gevestigd op de Eurowerft. Deze Aldi is dichtbij de planlocatie waar de vierde supermarkt is geprojecteerd.

Huidig functioneren supermarkten

De beide full-service supermarkten in Denekamp, Plus en Emté, vervullen primair een lokale functie: op grond van klantherkomstinformatie van beide supermarkten is bekend dat 65 tot 80% van de klanten afkomstig is uit Denekamp. Uit het secundaire gebied (inclusief Duitsland) komt 15 tot 30% van de omzet. Het aandeel van de omzet van deze supermarkten dat van buiten het primaire en secundaire verzorgingsgebied

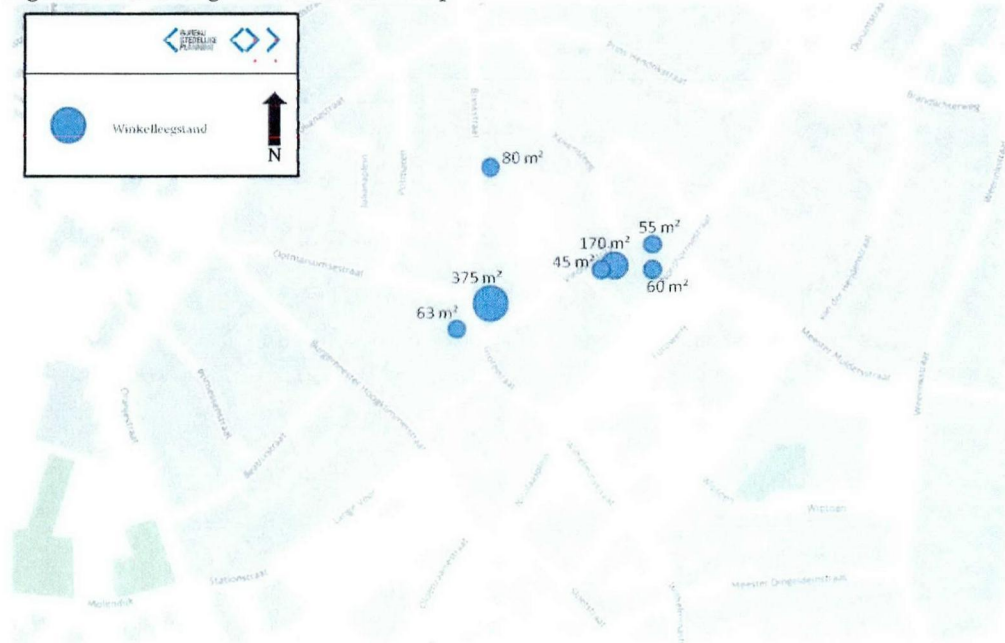
(incl. Duitsland) komt is zeer beperkt, hooguit 5% van het totaal. Van een zomerpiek in de omzet, een goede indicator van een belangrijke toeristisch-recreatieve functie, is bij beide supermarkten bovendien geen sprake.

Leegstand

In het centrumgebied van Denekamp staan 7 winkelpanden leeg met een totaal winkelvloeroppervlak van 848 m². Dit komt neer op een leegstandspercentage van ca. 6%.

De leegstand concentreert zich in het noordelijk deel van het kernwinkelgebied van Denekamp, rond de Vledderstraat, de Grotestraat en het westelijk deel van de Eurowerft. Dit historische gebied ontbeert een trekker en deze wordt ook niet voorzien in de huidige plannen met betrekking tot de herontwikkeling van de noordelijke kop van de Eurowerft. Hoewel juist het historische deel rondom de Vledderstraat in de structuurvisie wordt bestempeld als kernwinkelgebied, hebben deze winkelstraten de afgelopen jaren aan kracht ingeboet. De oostelijke zijde van de Eurowerft en het ondersteunende kernwinkelgebied ten zuiden van de knip kennen op dit moment een sterkere positie. Deze positie wordt met de ontwikkeling van de noordelijke kop van de Eurowerft verder versterkt, hetgeen ten koste gaat van het kernwinkelgebied in de Vledderstraat en omgeving. De gemeentelijke ambitie om rond de Vledderstraat een compact en aantrekkelijk kernwinkelgebied te realiseren wordt door de ontwikkeling Eurowerft-Noord ontkracht.

Figuur 3 Winkelleegstand kern Denekamp



Bron: Locatus, bewerking Bureau Stedelijke Planning

² Op 15 april-2013 gemeten door Locatus

1.3 Trends en ontwikkelingen en beleidskader

Verschillende trends en ontwikkelingen hebben een impact op de foodbestedingen in het algemeen en op de supermarktbranche in het bijzonder. Hier benoemen we die trends en ontwikkelingen kort, en geven aan wat dat betekent voor de ruimtelijke structuur van de dagelijkse verzorging. In de bijlage staan we hier uitgebreider bij stil. We staan wat uitgebreider stil bij het beleidskader, zowel op nationaal niveau, als op provinciaal en gemeentelijk niveau.

Ontwikkelingen in de winkelmarkt

Sinds 2008 heeft de economische crisis zich in alle hevigheid geopenbaard. De bestedingen in non-food dalen al vijf jaar op rij; alleen de supermarktbranche onttrekt zich aan de malaise. De internetbestedingen nemen jaar in jaar uit toe. Volgens het CPB moeten we ons voorbereiden op een lange periode van laagconjunctuur (Juniraming 2012). Het is zeer te vraag of oude tijden ooit weer zullen herleven. De winkel(vastgoed)-sector staat namelijk aan de vooravond van grote fundamentele veranderingen, te weten:

- **Demografische veranderingen**, zoals ontgroening en vergrijzing en een slinkende beroepsbevolking. Overigens vergrijst ook het ondernemersbestand; de opvolgers van winkeliers staan niet (meer) in de rij. Onder jongeren is het starten van een webwinkel populairder dan het openen van een fysieke winkel.
- **Sectorspecifieke ontwikkelingen**, zoals de opkomst van (mobiel) internet als alternatief verkoopkanaal. Het aandeel van internet in de totale non-food detailhandelsbestedingen bedraagt al meer dan 10% (Thuiswinkel.org, cijfer 2012). Het belang van online winkelen neemt hand over hand toe, ook in sectoren die tot voor kort relatief ongevoelig waren voor deze ontwikkeling zoals mode, woninginrichting en voedingsmiddelen. Overigens raken fysieke detailhandel en online retail steeds meer met elkaar vervlochten, waardoor de groei van online retail niet één op één gespiegeld wordt door een verlies van de fysieke detailhandel. Wel verandert het karakter van het fysieke winkelen, met een toenemend belang van aspecten als sfeer en beleving.

Trends in de supermarktbranche

- Steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de **versspeciaalzaken al jarenlang onder druk** staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten.
- **Minder, maar grotere supermarkten**. Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Deze ontwikkeling is niet te stuiten. Supermarkten die een te beperkt verzorgingsgebied bedienen hebben het zwaar.
- **Hard-discountsupermarkten zijn in opkomst**. Kenmerkend voor deze formules zoals Aldi en Lidl zijn de lage prijzen, de kleinere metrages, een beperkt assortiment en de mindere focus op service.
- Anders dan in de non-food speelt **e-commerce een betrekkelijk geringe rol** in de distributie van levensmiddelen. Het omzetdeel in de foodsector dat voor rekening

komt van e-commerce is momenteel ca. 1%. De algemene verwachting is dat dit percentage wel zal groeien, maar de komende jaren geen hoge vlucht zal nemen.

Rijksbeleid

- Sinds 2006 zijn via de Nota Ruimte³ de verantwoordelijkheden voor het locatiebeleid van bedrijven en voorzieningen verschoven van het Rijk naar de provincies en gemeenten. Het Rijk wil nog wel enige invloed blijven uitoefenen op detailhandelsontwikkelingen buiten de bestaande structuur. Daarom is het uitgangspunt opgenomen dat nieuwe ontwikkelingen niet ten koste mogen gaan van de detailhandelsstructuur van binnensteden en wijkwinkelcentra. Provincies worden verzocht om gezamenlijk richtlijnen op te stellen voor branchebeperkingen op perifere locaties en deze voor te leggen aan het kabinet. Tenslotte hebben gemeenten de mogelijkheid om detailhandel als aparte bestemming op te nemen.
- In de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte van het Ministerie van Infrastructuur & Milieu, vastgesteld in maart 2012,⁴ is via de motie De Rouwe detailhandel toegevoegd aan de ladder van duurzame verstedelijking. Het is een ruimtelijk afwegingskader en wordt ook wel de SER-ladder genoemd. Op deze wijze wordt een winkelstructuur met een beperkt aantal sterke winkellocaties nagestreefd, waarbij leegstand wordt tegengegaan en zuinig wordt omgegaan met de schaarse ruimte. De ladder werkt met de volgende opeenvolgende stappen, de betrokken overheden zijn verantwoordelijk voor de beoordeling.
 - Is er vraag naar de beoogde ontwikkeling?
 - Kan bestaand stedelijk gebied of bestaande bebouwing worden hergebruikt?
 - Mocht nieuwbouw echt nodig zijn, dan dient altijd worden gezorgd voor een optimale inpassing en multimodale bereikbaarheid.

Voor detailhandel wordt het tweede element uit deze beleidslijn vaak vertaald in termen van de bestaande winkelstructuur: is de beoogde ontwikkeling inpasbaar in bestaand winkelgebied?

Provinciaal beleid

In 2007 is de Detailhandelsvisie Overijssel door de gedeputeerde staten vastgesteld. In deze visie wordt Denekamp gedefinieerd als een lokaal verzorgend centrum. Lokaal verzorgende centra dienen rekening te houden met het volgende:

- Voor de 'grotere' kernen en wijkcentra geldt dat de nadruk primair ligt op de functie als boodschappencentrum. In de hele aanbodstructuur zijn in deze winkelgebieden de supermarkt (of meerdere supermarkten) de belangrijkste trekkers.
- Het is de verwachting dat de schaalvergroting in de supermarktsector verder doorzet. Dit leidt op den duur tot een beperkter aantal (grotere) supermarkten op een kleiner aantal locaties. De lokaal verzorgende centra moeten de ruimte bieden voor vestiging/uitbreiding van de grotere supermarkten. Randvoorwaarde daarbij is een goede (auto)bereikbaarheid in combinatie met voldoende parkeerfaciliteiten.
- Zodra meer supermarkten in een plaats gevestigd zijn of zich willen vestigen, moet worden gestreefd naar complementariteit (aanvullende marktsegmenten). Dit versterkt de structuur, en daarmee de aantrekkelijkheid van een gebied.

³ Bron: Planbureau voor de Leefomgeving (2011), beleidsdossier Detailhandel.

⁴ <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/ruimtelijke-ordening-en-gebiedsontwikkeling/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2012/03/13/definitieve-structuurvisie-infrastructuur-en-ruimte.html>

Gemeentelijk beleid

De Gemeente Dinkelland heeft een structuurvisie ontwikkeld voor de hele gemeente, die in 2009 vastgesteld. Hierin wordt aangegeven dat de uitbreiding van de kern Denekamp vooral in de noordoostelijke richting heeft plaatsgevonden. Verder wordt er in deze visie verwezen naar de structuurvisie van het centrumgebied van Denekamp uit 2008.

De Structuurvisie Centrumgebied Denekamp 2008 is in maart 2008 vastgesteld door de gemeenteraad. In de visie wordt aangegeven dat het centrum van Denekamp een kwaliteitsimpuls verdient waarbij de focus ligt op het realiseren van een compact kernwinkelgebied. Met het realiseren van de harde 'knip' in de Oldenzaalsestraat en de realisering van het Nicolaasplein moet het profiel en de ligging van het tracé zoveel mogelijk aansluiten bij de oorspronkelijke structuur en het kleinschalige, dorpse karakter van Denekamp. Volgens de centrumvisie Denekamp dient het kernwinkelgebied "compact en aantrekkelijk te zijn met een groen, gezellig, multifunctioneel plein aan de Eurowerft. Het gebied rondom de Eurowerft, de Vledderstraat/Brinkstraat, het Marktpllein en het Nicolaasplein worden gezien als kernwinkelgebied. Een concentratie van winkels en horeca is noodzakelijk voor een goed functionerend centrum, aldus de nota.

2 Distributieve analyse

In dit hoofdstuk worden de ontwikkelingsmogelijkheden van de dagelijkse detailhandel in Denekamp geanalyseerd. Dit doen we tweeledig: aan de hand van een DPO en aan de hand van een benchmarkanalyse. In deze analyse wordt het (supermarkt)aanbod in Denekamp vergeleken met dat in qua inwonertal vergelijkbare plaatsen.

2.1 Distributieve ruimte

Door middel van een distributieve berekening is zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een uitspraak gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van de supermarktsector in de kern Denekamp. In deze berekening is voor de toekomstige situatie (2020) uitgegaan van de volgende ontwikkelingen:

- Gezien de geprognosticeerde afname van het bevolkingsaantal in het primaire verzorgingsgebied (CBS) rekenen we in de toekomstige situatie met een bevolkingsafname van 2%.
- In de huidige situatie bedraagt de koopkrachtbinding op basis van actuele koopstroomgegevens 80%. Als gevolg van de beoogde kwalitatieve aanbodversterking met de realisering van een nieuwe supermarkt op de Eurowerft kan de binding toenemen tot maximaal ca. 90%.
- De koopkrachttoevloeiing van buiten het primaire verzorgingsgebied bedraagt 38% (Koopstromenonderzoek I&O, 2010). In de toekomst zal dit als aandeel van de totale omzet gelijk blijven, zo is onze veronderstelling. Dit betekent (als gevolg van mogelijk hogere binding) echter in absolute termen een toename van de omzet door toevloeiing van € 1 miljoen op jaarbasis, een groei van maximaal 12,5% ten opzichte van de huidige situatie.

Bij de inschatting van de ontwikkelingsmogelijkheden in het verzorgingsgebied zijn de volgende kengetallen gehanteerd:

- De gemiddelde besteding in supermarkten bedraagt € 1.840,- per hoofd van de bevolking per jaar (exclusief BTW, op basis van kengetallen HBD⁵). Op basis van een inkomensniveau in Denekamp dat 12% lager ligt dan landelijk, wordt de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking gecorrigeerd tot € 1.785 (3% lager).⁶
- Een gemiddelde vloerproductiviteit van € 8.260,-, exclusief BTW. De vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde supermarkt per jaar per m² wvo omzet (Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, 2012).
- Het huidige supermarktaanbod in het primaire verzorgingsgebied bedraagt 3.102 m² wvo (op basis van de Locatus Verkooppunt Verkenner, mei 2013). Met de realisering van de nieuwe supermarkt aan de Eurowerft-Noord zal het supermarktaanbod ca. 1.100 m² wvo groter worden, tot ca. 4.200 m² wvo.

⁵ Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek (2012)

⁶ Op grond van een algemeen aanvaarde inkomenselasticiteit van 0,25, wat betekent dat elke procent lager inkomen leidt tot een 0,25% lagere bestedingskracht.

Tabel 2 Marktruimteberekening supermarktsector kern Denekamp

	Huidige situatie	Situatie met 4 ^e supermarkt
Aantal inwoners	8.860	8.683
Bestedingen per hoofd in € (HBD)*	€ 1.785	€ 1.785
Bestedingspotentieel in € mln	€ 15,8	€ 15,5
Koopkrachtbinding (KSO 2010)	80%	90% ⁷
Gebonden bestedingen in € mln	€ 12,7	€ 13,9
Koopkrachttoevoeiing (KSO 2010)	38%	38%
Omzet door toevoeiing in € mln	€ 7,8	€ 8,5
Totale bestedingen in € mln	€ 20	€ 22
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 8.260	€ 8.260
Haalbaar supermarktaanbod in m ² wvo	2.470	2.723
Gevestigd supermarktaanbod in m ² wvo	3.102	4.202
Uitbreidingsruimte in m² wvo	-632	-1.479

* Gecorrigeerd voor lagere inkomen in marktgebied

De bovenstaande berekening laat zien dat wanneer we rekening houden met de actuele koopstroomgegevens er nu al sprake is van een licht uit het lood staande verhouding tussen vraag en aanbod: er is te veel supermarktaanbod in relatie tot de vraag. Dit komt tot uitdrukking in het feit dat beide full-service supermarkten een vloerproductiviteit realiseren die onder het landelijk gemiddelde ligt.

Het verschil met de uitkomsten van de distributieve studie van SAB is zeer groot. Dit is vooral voor rekening van het feit dat SAB inschat dat maar liefst 60% van de omzet in de supermarktsector in de kern van buiten Denekamp afkomstig is, opgebouwd uit 10% reguliere toevoeiing en 50% toevoeiing als gevolg van toerisme en recreatieve bestedingen (inclusief Duitse omzet). Dit zijn op de schaal van Denekamp volstrekt onhaalbare aandelen.

In de distributieve berekening in bovenstaande tabel hebben we nog geen rekening gehouden met de toeristisch-recreatieve bestedingen in Denekamp. We hebben de casus namelijk omgedraaid: hoeveel omzet uit toeristisch-recreatieve bestedingen is nodig om in Denekamp tot een gemiddelde vloerproductiviteit te komen in de supermarktsector, zowel in de huidige situatie (met 3 supermarkten) als in de toekomstige situatie, uitgaande van de realisering van een vierde supermarkt op Eurowerft-Noord?

Om in de huidige situatie te komen tot een gemiddelde vloerproductiviteit van de supermarkten in Denekamp zou 21% van de totale omzet in deze sector van toeristen en dagjesmensen afkomstig moeten zijn. Voor de toekomstige situatie, met de realisering van de vierde supermarkt, zou dat aandeel (in de totale omzet) zelfs een kleine 36% moeten bedragen.

Op grond van de eerder aangehaalde klantherkomstgegevens en het omzetverloop van de supermarkten over het jaar heen weten we dat dit volstrekt onrealistische aandelen zijn. Op basis van die informatie weten we dat in de supermarkten in

⁷ Veronderstelde maximale binding als gevolg van aanbodversterking

Denekamp maximaal 5% van de omzet afkomstig is van buiten het primaire en secundaire verzorgingsgebied. Naast klantherkomstgegevens is de seizoenspiek een goede indicator of een supermarkt afhankelijk is van toerisme. Toerisme vindt immers vooral plaats in specifieke perioden van het jaar. Het omzetverloop van de supermarkten wijst uit dat er in de zomermaanden (juli en augustus) slechts sprake is van een zeer beperkte seizoenspiek (omzet ca. 7% hoger dan gemiddeld over het jaar). Op basis van de klantherkomstgegevens en het uitblijven van een serieuze seizoenspiek is het volstrekt onwaarschijnlijk dat toerisme en dagrecreanten gemiddeld over het jaar genomen 50% van de omzet voor hun rekening kunnen nemen, zoals SAB stelt. Dit geldt ongeacht het aantal supermarkten in de kern, ongeacht de formule(samenstelling) en ongeacht de ligging in de kern.

Al met al laat de bovenstaande tabel zien dat er een grote spanning zit tussen de berekende distributieve ruimte en de toevoeging van een vierde supermarkt in het verzorgingsgebied. Reeds in de huidige situatie is de gerealiseerde vloerproductiviteit onder het Nederlandse gemiddelde. De te verwachten groei van het bestedingspotentieel als gevolg van een hogere binding en een (in absolute zin) grotere toevloeiing van koopkracht is veel te klein om de grote toename van het supermarktaanbod (met bijna 40%) te kunnen rechtvaardigen. De realisering van een vierde supermarkt zal daarom van grote invloed zijn op het toekomstperspectief van supermarkten die reeds in Denekamp gevestigd zijn en zal tevens ongewenste ruimtelijke effecten tot gevolg hebben

In aanvulling op de distributieve berekening hebben we (zoals gebruikelijk is bij de beoordeling van dit soort initiatieven) meervoudige analyses toegepast voor een nader inzicht in de ruimtelijk-economische haalbaarheid en consequenties van het initiatief. Dit zijn een referentie-analyse ofwel benchmark (2.2) en de effectenanalyse (hoofdstuk 3). In de benchmark-analyse wordt de supermarktstructuur van Denekamp vergeleken met die van kernen van vergelijkbare omvang.

2.2 Benchmark

In de benchmark is het dagelijks, levensmiddelen en supermarktaanbod in Denekamp vergeleken met het Nederlands gemiddelde in plaatsen van soortgelijke grootte. Onderstaande tabel zet het gemiddelde aanbod van Denekamp af tegen het benchmarkgemiddelde. De tabel toont aan dat zowel het dagelijks-, levensmiddelen- als supermarktaanbod in Denekamp zeer hoog is ten opzichte van kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal. Dit geldt zowel voor het aantal vestigingen als voor het aantal vierkante meters.

Tabel 3 Vergelijking gemiddeld aanbod Denekamp en benchmarkkernen

	Gemiddeld aanbod in benchmark		Aanbod in Denekamp		% verschil wvo
	verkooppunten	wvo	verkooppunten	wvo	
Dagelijks	14	3.231	27	5.290	+64%
Levensmiddelen	11	2.792	22	4.791	+71%
Supermarkt	3	2.352	3	3.102	+31%

Op basis van deze benchmark kan worden geconcludeerd dat Denekamp reeds in de huidige situatie een relatief groot aanbod kent in de dagelijkse sector (+ 60%). Ook het supermarktaanbod is nu reeds fors (+ 30%). Met de toevoeging van een vierde supermarkt in Denekamp zal het supermarktaanbod zelfs stijgen tot zo'n 80% boven het gemiddelde.

3 Terugkoppeling: de verschillen met SAB verklaard

Uit het vorige hoofdstuk blijkt onomwonden dat de dagelijkse sector in Denekamp nu reeds groter is dan op grond van de uitgeoefende vraag verantwoord is. Met de geprojecteerde komst van een vierde supermarkt wordt het gat tussen vraag en aanbod alleen maar groter. Deze uitkomst staat haaks op die van SAB, die in zijn markttechnische onderbouwing van het initiatief stelt dat er een marktruimte is van maximaal bijna 2.150 m² wvo, hetgeen impliceert dat de ruimte zelfs het dubbele is van wat nu aan planvorming voorligt.

In dit hoofdstuk wordt aangegeven wat tot dit enorme verschil aanleiding geeft. Dit doen we door de gehanteerde uitgangspunten en kengetallen met elkaar te vergelijken, en te beoordelen op de impact die het heeft op de uitkomsten. Kortgezegd gaat het om de volgende uitgangspunten en kengetallen:

Economische kengetallen

- Het voorliggende onderzoek is gebaseerd op de meest recente cijfers van het Hoofdbedrijfshandelschap Detailhandel, als het gaat om de gemiddelde omzet supermarkt omzet per vierkante meter (de zogenaamde vloerproductiviteit) en per inwoner (te interpreteren als bestedingscijfer). Los van het feit dat SAB zich in zijn rapport van 2011 baseert op oudere HBD-gegevens uit 2008, is er een ander, veel wezenlijker verklaring voor het feit dat de uitkomsten van SAB veel rooskleuriger zijn. SAB rekent namelijk met kengetallen die in termen van bestedingen ook betrekking hebben op de gehele dagelijkse sector, terwijl als relevant aanbod slechts het supermarktaanbod wordt meegenomen. Ruim 40% van het dagelijks aanbod in de kern Denekamp is voor rekening van speciaalzaken. Dit betekent dat alleen al hierdoor de uitkomsten van de door SAB gehanteerde berekening van de marktruimte met 40% wordt overschat.
- Voorts rekent SAB met een vloerproductiviteit in de supermarktsector die bijna 8% lager ligt dan die welke gebruikelijk wordt gehanteerd in de branche. Dit verschil leidt op zijn beurt tot een overschatting van de marktruimte met een kleine 10%.

Toeristische en recreatieve bestedingen

- SAB rekent 50% van de omzet in de dagelijkse sector toe aan het effect van toerisme en recreatie. Dit zou betekenen dat toeristen evenveel uitgeven als het gemiddeld draagvlak in en om de kern Denekamp. Deze aanname is gebaseerd op gespreken met ondernemers, getuige het volgende citaat:
“Tijdens een brainstormsessie met ondernemers en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven werd ingeschat dat in verschillende kernen in de gemeente vijftig procent van de omzet en in sommige kernen nog meer, wordt behaald door verkoop aan recreanten en toeristen. (Bron: Beleidsnota recreatie en toerisme, december 2003)” (p19, Distributieplanologisch advies vestiging supermarkt aan Euowerft, Denekamp, SAB)
- Er wordt niet aangegeven over welke kernen dit gaat, wat voor type ondernemers dit zijn, en over welke branches het gaat. Het is volstrekt aannemelijk dat dit alleen voor bepaalde branches in de kleinere kernen in de gemeente Dinkelland kan opgaan (de spreekwoordelijke ijsverkoper in Lattrop-Breklenkamp). In de kern Denekamp, waar

het dagelijks aanbod vooral een functie heeft voor de bijna 9.000 inwoners van de kern, is het rekenkundig volstrekt onmogelijk dat de helft van de omzet uit deze sector afkomstig is van toeristisch-recreatieve bestedingen. Als dit al zo zou zijn, zou dat in het omzetverloop van de gevestigde supermarkten zichtbaar moeten zijn, met een hele duidelijke zomerpiek in aantallen klanten en omzet. Als eerder aangegeven, is dat volstrekt niet aan de orde. De omzetclaim van 50% door SAB is daarmee veel te hoog ingeschat, met een onverantwoord groot effect op de marktruimte als gevolg.

- Overigens heeft SAB op 14 september 2011 ook een 'toetsingskader supermarktbranche Dinkelland' opgesteld. Hierin wordt de extreem hoge toevloeiing vanuit toerisme (50%) zoals gebruikt in hun DPO berekening naar beneden bijgesteld, en wordt nu vastgehouden aan een toevloeiing van 22%-33%. Zoals hierboven betoogd is ook dit percentage voor de dagelijkse sector in de kern Denekamp ver buiten de werkelijkheid.

Bevolkingskenmerken en -ontwikkeling

- In het rapport van SAB wordt geen rekening gehouden met eventuele trends en ontwikkelingen die kunnen leiden tot de vermindering van het lokale draagvlak. Zo wordt geen rekening gehouden met het feit dat het gemiddelde inkomen in het verzorgingsgebied 12% lager ligt dan het Nederlandse gemiddelde. Dit heeft ook effect op het te besteden bedrag aan dagelijkse boodschappen (-3%).
- Ook wordt in de berekening geen rekening gehouden met bevolkingsprognoses die uitgaan van een lichte krimp (2%). SAB houdt in zijn berekening de bevolkingsomvang constant.
- Hoewel niet officieel door de gemeenteraad vastgesteld, fungeert ook het 'toetsingskader supermarktbranche Dinkelland' van SAB uit 2011 als onderlegger voor het bestemmingsplan Eurowerft –Noord. In dit rapport wordt gerekend met verschillende bandbreedtes en aanpassingen op standaard gebruikte kengetallen. De gebruikte argumentatie en analyse zijn naar onzes inziens vaak onsamenhangend.
 - In het toetsingskader wordt beargumenteerd dat het besteedbaar inkomen in Dinkelland hoger ligt dan gemiddeld in Nederland. Dit is echter gebaseerd op het gestandaardiseerd besteedbare inkomen van een huishouden (waarbij schaalvoordelen van het hebben van een groter huishouden worden meegenomen). Voor het berekenen van de marktruimte voor dagelijks aanbod is dit geen goede indicator. Immers leiden schaalvoordelen ook tot meer 'efficiënte' dagelijkse inkopen per huishouden. In onze ogen is het gemiddelde inkomen per persoon een betere indicator. Dit ligt in Dinkelland 12% lager dan in Nederland gemiddeld.
 - Bevolkingskrimp wordt in dit toetsingskader wel opgemerkt maar met het volgende (naar onze mening weinig steekhoudende) argument te niet gedaan: "De bevolkingsprognoses voor gemeente Dinkelland laten de komende jaren een lichte krimp zien. In het algemeen geldt dat kleine kernen eerder krimpen dan grotere kernen met voldoende voorzieningen. Daar komt bij dat het gemeentelijk beleid erop is gericht de woningbouwopgave (waarbij sprake is van het realiseren van een inhaalslag) vooral te realiseren in de grotere kernen. Met name Denekamp en in mindere mate Ootmarsum en Weerselo kunnen daarvan profiteren." (pag. 30, Toetsingskader supermarktbranche Dinkelland, SAB).

Resumerend kunnen we stellen dat er twee volstrekt irreële aannames zijn in de analyse van SAB die het grootste effect hebben op de marktruimte. Dit zijn de

aanname dat liefst 50% van de dagelijkse bestedingen een toeristisch-recreatieve herkomst heeft en de aanname (beter gezegd: fout) die SAB maakt als het gaat om de kengetallen ten aanzien van de vraag (de bestedingen): die voor de gehele dagelijkse sector worden geconfronteerd met slechts het supermarktaanbod als relevant aanbod. Dit tezamen verklaart het overgrote deel van het gat tussen een marktruimte in de huidige situatie van meer dan 2.000 m² wvo in de supermarktsector (zoals becijferd door SAB) en een bescheiden overaanbod van ruim 600 m² wvo (zoals in dit rapport becijferd). Onder verwijzing naar het huidige functioneren van de supermarkten achten wij de uitkomsten van SAB als volstrekt onrealistisch.

4 Effectenstudie

In dit hoofdstuk staat centraal wat de ruimtelijk-economische effecten zijn wanneer de supermarkt aan de Eurowerft-Noord ook daadwerkelijk wordt gerealiseerd. Hierbij richten we onze blik op achtereenvolgens het effect op:

- het functioneren van de bestaande supermarkten en het functioneren van de dagelijkse sector als geheel;
- het functioneren van de verschillende onderdelen van het centrumgebied (aan beide zijden van de 'knip').

4.1 Effecten op bestaande supermarkten

We hebben eerder in de rapportage kunnen zien dat de dagelijkse sector, en meer specifiek de supermarktsector, in zijn totaliteit in Denekamp benedengemiddeld functioneert. De gerealiseerde omzet per vierkante meter ligt er lager dan wat gebruikelijk is in de sector.

In Denekamp is de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector met 80% als hoog te kwalificeren, verwijzend naar de conclusie in het koopstromenonderzoek van I&O. Ook de toevloeiing in deze sector (38%) is hoog. De conclusie is dat de dagelijkse sector te maken heeft met een aanbod dat te groot is in relatie tot de omvang en functie van de kern als centrum voor dagelijkse boodschappen.

Indien een vierde supermarkt zich aan de Eurowerft in Denekamp vestigt neemt het supermarktaanbod (in termen van oppervlak) met ruim één derde toe. Mogelijk dat de nieuwe supermarkt de binding en toevloeiing nog iets doet toenemen (het aantal keuzemogelijkheden voor de consument neemt in eerste instantie immers toe). Dit is echter veel te weinig om vier supermarkten ook op termijn voldoende perspectief te kunnen bieden. Tegenover een groei van de omzetclaim van ruim 35% staat immers een groei van het bestedingspotentieel van maximaal 10%. Deze groei van het bestedingspotentieel, voor rekening van een hogere binding en toevloeiing, is als gezegd veel te weinig om elk van de vier supermarkten voldoende toekomstperspectief te kunnen bieden. Dit werd in het distributieve onderzoek, in hoofdstuk 2, al geconstateerd: het gat tussen vraag en aanbod is te groot, zelfs wanneer een ambitieniveau (meer keuzemogelijkheden, hogere binding, meer toevloeiing) wordt gehanteerd.

Met andere woorden: de omzeteffecten van de beoogde ontwikkeling op de reeds gevestigde supermarkten zijn substantieel. Uit eerdere studies van Bureau Stedelijke Planning en de ervaringsgegevens bij eerdere nieuwe vestigingen van supermarkten zijn de volgende conclusies te trekken:

- Circa de helft van de omzetclaim van de nieuwe supermarkt is te traceren bij supermarkten in de directe omgeving, in dit geval hoofdzakelijk de kern Denekamp. De vierde supermarkt in Denekamp zal dus de helft van zijn omzet van de bestaande supermarkten afpakken.
- Circa een kwart van de omzetclaim van de nieuwe supermarkt is zeer versnipperd (en daarmee nauwelijks te traceren), afkomstig van allerhande detailhandelskanalen

binnen het verzorgingsgebied: van warenhuizen, winkels in benzinestations, drogisterijen, slijterijen tot versspecialzaken. De vierde supermarkt in Denekamp zal ongeveer een kwart van de omzet van de zittende retailers afpakken.

Circa een kwart van de omzetclaim van de nieuwe supermarkt is het gevolg van marktverruiming. Dit is dus op te vatten als additionele omzet, die niet ten koste gaat van de gevestigde retailers, maar deels te zien is als bestedingsimpuls en deels ten koste gaat van niet-detailhandelsfuncties, zoals horeca, groothandel e.d.. Ook een hogere binding en toevloeiing kan hieronder geschaard worden (dit gaat immers ten koste van de omzet van relevante aanbieders elders, buiten Denekamp).

De mate van verdringing voor individuele supermarkten en winkelgebieden hangt vooral af van:

- **Overlap in formule en functie.** Hoe meer gelijkenis met het format en hoe meer overlap in functie (metrage, formule, prijsstelling, doelgroep), hoe groter het effect. In het onderhavige geval zijn de drie full-service supermarkten in de perceptie van de klant van de verhouding tussen prijs en kwaliteit sterk met elkaar verwant (zie onderstaande figuur).
- **Verplaatsing en/of uitbreiding dan wel een nieuwe vestiging.** In aansluiting hierop speelt mee of het een verplaatsing dan wel nieuwe vestiging betreft. Bij een verplaatsing is de additionele omzetclaim beperkter dan die van een nieuwe winkel. Immers, een groot deel van de omzet van de te verplaatsen winkel wordt meegenomen. Dit is in Denekamp niet het geval: de beoogde Albert Heijn-vestiging is een nieuwkomer in de markt, dus de omzetclaim is groot.
- **Overlap in verzorgingsgebied en afstand tot de nieuwe supermarkt.** Hoe groter de overlap, des te groter het effect. De afstand tussen het project en de betreffende supermarkt is vaak maatgevend. Het betekent dat de effecten vooral merkbaar zullen zijn in de gemeente Dinkelland, en daarbinnen vooral in Denekamp.
- **Het functioneren van de betreffende supermarkt:** naarmate een supermarkt beter functioneert, zal de relatieve verdringing geringer zijn en ook minder sterk worden gevoeld. Supermarkten die al matig of slecht functioneren, lopen echter een groter gevaar onvoldoende perspectief te hebben, gesteld dat er sprake is van overlap in functie, verzorgingsgebied en formule. Omdat de supermarkten in Denekamp hooguit redelijk functioneren, is het effect groter.

Figuur 4 Supermarktpositionering 2012

Kerstrapport 2012 GfK



Bron: GfK 2012

In de onderstaande tabel zijn de effecten voor de gevestigde supermarkten samengevat. In deze effecten is uitgegaan van een economisch gezond functioneren van de nieuwe supermarkt, met andere woorden een supermarkt die een omzet realiseert die per vierkante meter minimaal gelijk is aan het landelijke gemiddelde. Dit is een reële verwachting gegeven het feit dat het om een nieuwe, moderne supermarkt van eigentijdse omvang gaat (ca. 1.100 m² wvo).

Formule	Kern	M ² wvo	Huidig functioneren	Functioneren na komst 4 ^e supermarkt
Emté	Denekamp	1.000	Redelijk	Matig/Slecht
Aldi	Denekamp	768	Redelijk	Redelijk
Plus	Denekamp	1.334	Redelijk	Matig/Slecht

Legenda functioneren

Zeer goed	Omzet per m ² > 30% boven het gemiddelde
Goed	Omzet per m ² 10-30% boven het gemiddelde
Redelijk	Omzet per m ² rond (+ en -10%) het gemiddelde
Matig	Omzet per m ² 10-30% onder het gemiddelde
Slecht	Omzet per m ² > 30% onder het gemiddelde

De komst van een vierde supermarkt betekent dat vooral de twee gevestigde full-service supermarkten geconfronteerd worden met een forse vermindering van het toekomstperspectief. Op de langere termijn is het voorstelbaar dat minimaal één van deze supermarkten te weinig perspectief heeft voor continuering van de exploitatie.

Indien de nieuwe supermarkt qua omzet niet aan de verwachtingen voldoet, is het beeld niet veel anders. De pijn wordt dan over meerdere supermarkten verdeeld, en niet “slechts” over de Plus en Emté. In het ergste en ook reële geval dat de nieuwe supermarkt niet aan de verwachtingen voldoet, is het perspectief van alle vier de supermarkt op zijn best matig. In elk van beide scenario's zijn de ruimtelijke effecten voor het centrumgebied van Denekamp groot.

4.2 Ruimtelijke effecten

De infrastructurele knip in de doorgaande route door het centrum van Denekamp heeft het centrum autoluw gemaakt, maar ook voor een tweedeling gezorgd. De knip past binnen structuurvisie uit 2008, waarin ook de voorkeur is uitgesproken voor een twee-polenmodel waarbij op de noordelijke en zuidelijke kop van het kernwinkelgebied de food-trekkers (lees supermarkten) zijn gevestigd. Ook is in deze visie uitgesproken dat het kernwinkelgebied compact en aantrekkelijk te zijn, met een groen, gezellig en multifunctioneel plein aan de Eurowerft.

De huidige structuur van het centrumgebied is zodanig dat een drietal deelgebieden is te onderscheiden. Dit zijn het gebied rond de Eurowerft, met een aantal ketenbedrijven (waaronder Aldi, HEMA en Marskramer), het historische gebied waarvan onder meer Vledderstraat en Brinkstraat deel uitmaken en de zuidwestelijke kop met onder meer Em-Té, Plus en Action. Het centrale, historische gebied functioneert van deze delen het slechtst. Het is kleinschalig, het parkeren ligt op enige afstand en het ontbreekt aan een trekker. Het autonome perspectief van juist dit gebied is zorgelijk. De realisering van een vierde supermarkt, op de kop van de Eurowerft, verslechtert het perspectief van dit gebied verder, waarbij een toename van leegstand waarschijnlijk is. Deze ontwikkeling staat haaks op het gemeentelijk beleid dat juist hier een compact en aantrekkelijk kernwinkelgebied ambieert.

Dit komt omdat - gelet op de verhoudingen tussen vraag en aanbod - een invulling van de Eurowerft-Noord met een nieuwe supermarkt het perspectief van de dagelijkse sector in zijn totaliteit aanzienlijk zal verslechteren. In de vorige paragraaf is aangegeven dat dit twee richtingen op kan gaan: ofwel minimaal een van de gevestigde supermarkten verliest perspectief ofwel alle vier de supermarkten functioneren matig. Ongeacht de uitkomst betekent dit in ruimtelijk opzicht dat minimaal een pool aan aantrekkingskracht verliest, met negatieve gevolgen voor het centrale gebied (verlies aan doorbloeding). In het ergste geval verliezen beide polen aan aantrekkingskracht omdat de supermarkten – gegeven het te grote aanbod - allen matig functioneren, met een vergelijkbare uitkomst tot gevolg.

In het meest reële geval (het verlies van het bestaansrecht van de supermarkt(en) aan de zuidelijke pool), zal ook een groot deel van het overige winkelaanbod ten zuiden van de knip zijn bestaansrecht kunnen verliezen. Het gevolg is een toename van de leegstand, die gelet op de grote mismatch tussen vraag en aanbod van een

aanzienlijke omvang zal zijn. Zeker in het licht van de regionale en generieke ontwikkelingen, respectievelijk de bevolkingskrimp en de ontwikkelingen met betrekking tot e-commerce, die een fors verminderde vraag naar winkelmeters als gevolg heeft. Door deze ontwikkeling komt ook de in het gemeentelijke beleid voorgestane tweepolenstructuur fors onder druk te staan. Parallel hieraan zal in het gebied Vledderstraat-Brinkstraat de leegstand toenemen.

Het ware beter, vanuit het functioneren van het centrumgebied als geheel, dat de op zichzelf welkome versterking van de noordkant van het centrumgebied werd ingevuld met een non-food trekker. Ten eerste draagt dat meer bij aan de versterking van de bovenlokale functie van Denekamp (inclusief de toeristisch-recreatieve functie) en ten tweede draagt dat (ook in ruimtelijk opzicht) wel bij aan de voorgestane tweepolenstructuur. De nu ingeslagen route doet aan beide doelstellingen juist in grote mate afbreuk. Immers, het versnelt de neergang van het gebied Vledderstraat-Brinkstraat, met als groot risico dat het centrumgebied op termijn slechts uit twee ongelijkwaardige polen bestaat, waarbij de noordoostelijke pool de zuidwestelijke pool zwaar domineert.

Bijlage 1 Overzicht benchmarkkernen

Kern

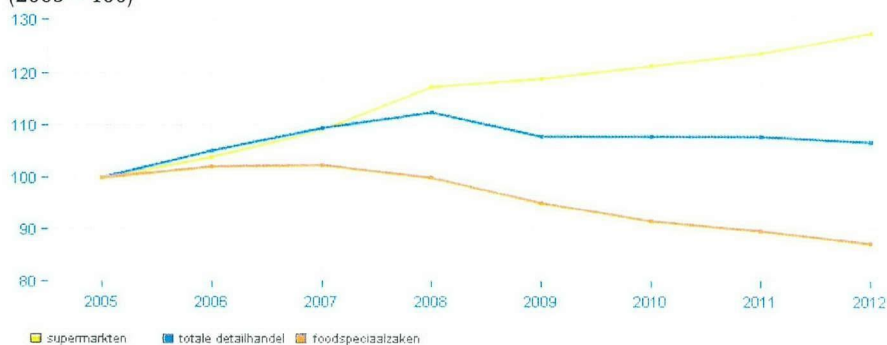
Gennep
Stiens
Ter Apel
Anna Paulowna
Eersel
Grave
Hilvarenbeek
Hoogerheide
Musselkanaal
S-Heerenberg
St. Willebrord
Vroomshoop
Brummen
Bedum
Beek En Donk
Bolsward
Borculo
Hoevelaken
Holten
Kapelle
Meerssen
Neede
Nieuwleusen
Reusel
Kuurlo
Udenhout
Zelhem
Zundert
Zwanenburg

Bijlage 2 Overzicht belangrijke trends en ontwikkelingen

Feiten en cijfers over de supermarktbranche

Supermarkten worden steeds belangrijker in de distributie van levensmiddelen onder de bevolking. Ruim 85% van de bestedingen in levensmiddelen in de detailhandel wordt gedaan in supermarkten. In 2012 behaalden supermarkten 25% meer omzet dan in 2005. De foodspeciaalzaken zetten daar in diezelfde periode een omzetverlies van zo'n 13% tegenover. De supermarktbranche weet gestaag de omzet te verbeteren, ook in tijden van laagconjunctuur. De non-food branche kampt sinds het uitbreken van de financiële crisis met (forse) omzetverliezen.

Figuur 5 Omzetontwikkeling supermarktbranche, totale detailhandel en foodspeciaalzaken (2005 = 100)



Bron:

CBS/HBD, 2012

De supermarktbranche bestaat momenteel uit 4.400 supermarkten en 1.450 minisupers. Daarnaast zijn er circa 120 nachtwinkels en 30 foodwinkels in ziekenhuizen. Bij elkaar is de supermarktbranche goed voor circa 245.000 banen en een omzet van circa € 30,2 miljard (inclusief BTW). Dit komt neer op ongeveer een derde van de totale werkgelegenheid (33%) en omzet (36%) in de detailhandel.

Trends in de supermarktbranche

- Supermarkt versus versspeciaalzaak: steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de versspeciaalzaken al jarenlang onder druk staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten. Alleen met een onderscheidend assortiment en onderscheidend serviceniveau, en op locaties dicht op succesvolle supermarkten hebben (vers)speciaalzaken nog toekomst;
- Schaalvergroting: minder, maar grotere supermarkten. Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.200 m² winkelvloeroppervlak (wvo) te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd aanbod om voor de consument aantrekkelijk te blijven. Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Deze ontwikkeling is niet te stuiten en heeft ook een bedrijfseconomische achtergrond. Door de druk op de prijzen en daarmee op de marges moeten traditionele buurt- en wijksupermarkten een hogere omzet realiseren om rendabel te

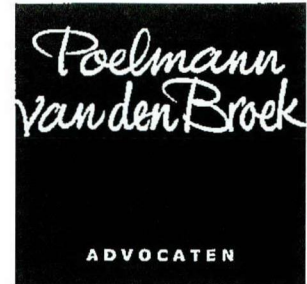
blijven. Anderzijds hebben consumenten steeds meer de neiging om te kleine supermarkten voorbij te rijden om uit complete assortimenten te kunnen kiezen. Buurt- en kleine wijksupermarkten die een te beperkt verzorgingsgebied bedienen zitten daarmee in een spagaat waar ze nauwelijks uit kunnen komen;

- Grootschalige supermarkten: dit type supermarkten is in Nederland in opkomst en voorziet in de behoefte van de consument om eens per week of twee weken met de auto grootschalig boodschappen te doen. Met de opkomst van grootschalige supermarkten ontstaat een nieuwe hiërarchie in boodschappen doen. In dit type supermarkt komt men over het algemeen veel minder frequent, maar wel van over grotere afstand, en besteedt men per bezoek meer dan in de reguliere supermarkten.
- Opkomst van discountformules: naast grootschalige supermarkten zijn ook discountsupermarkten zoals Aldi en (vooral) Lidl in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zijn de lage prijzen, de kleinere metrages, een beperkt assortiment en de mindere focus op service. Overigens manoeuvreert Lidl zich steeds meer in de richting van een zogenaamde softdiscount supermarkt, met meer assortiment, meer vers, grotere oppervlaktes, maar met behoud van de lage prijzen;
- Traffic voorzieningen: deze voorzieningen ontstaan op locaties waar veel passanten zijn vanwege de specifieke functie van de locatie, zoals stations, benzinestations, ziekenhuizen, hogescholen en universiteiten, etc. Supermarkten hebben hierop ingespeeld, en bieden op dit soort locaties een specifiek, op gemak gericht assortiment. Door een gunstigere margemix kunnen de veelal hogere huren op dit soort locaties worden gedragen;
- Internet als aankoopkanaal: anders dan in de non-food speelt e-commerce nog een betrekkelijk geringe rol in de distributie van levensmiddelen. Naast bezorgservice ah.nl experimenteren een aantal supermarktketens (waaronder Albert Heijn en Dekamarkt) ook met zogenaamde pick-up points, stand-alone of als onderdeel van een reguliere supermarkt. Het omzetteel in de foodsector dat voor rekening komt van e-commerce is momenteel ca. 1%. De algemene verwachting is dat dit percentage wel zal groeien, maar de komende jaren geen hoge vlucht zal nemen.

Canisluhof
St. Canislussingel 19f
6511 TE Nijmegen

Postbus 1126
6501 BC Nijmegen

T +31 (0)24 381 08 10
F +31 (0)24 381 08 20
www.poelmannvandenbroek.nl



Faxbericht

bestemd voor: Het college van Burgemeester en Wethouders
van Dinkelland

ter attentie van:

vooraf bellen:

faxnummer: 0541 - 854320

cc:

afzender: mr. A.H.E. van de Klift

e-mail: a.vandeklift@pvdb.nl

T rechtstreeks: +31 (0)24 381 14 01

F rechtstreeks: +31 (0)24 381 14 42

betreft: EMTÉ Supermarkten B.V./Bestemmingsplan
Eurowerft-Noord

datum: 28 oktober 2013

aantal pagina's (incl. deze): 4

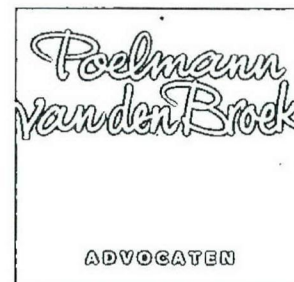
De inhoud van deze fax is uitsluitend bestemd voor bovenvermelde geadresseerde. Gebruik van de inhoud ervan door anderen zonder toestemming van de afzender of geadresseerde, is onrechtmatig. Mocht deze fax ten onrechte bij u terecht gekomen zijn, dan verzoeken wij u vriendelijk direct contact met ons op te nemen onder telefoonnummer (+31) 024-3810810

This fax message is confidential and may contain legally privileged information, intended only for the use of the addressee. You should not disclose its contents to any other person. If you are not the intended recipient, please notify the sender above mentioned immediately. Phone number: (+31) 024-3810810

Canisluhof
St. Canisluisingel 19f
6511 TE Nijmegen

Postbus 1126
6501 BC Nijmegen

T +31 (0)24 381 08 10
F +31 (0)24 381 08 20
www.pvdb.nl



AANTEKENEN

Het College van Burgemeester en Wethouders
van de gemeente Dinkelland
Postbus 11
7590 AA DENEKAMP

Vooraf per fax: 0541 – 854320 (exclusief bijlage)

datum: 28 oktober 2013
onze referentie: 65460 EMTÉ Supermarkten B.V./Bestemmingsplan Eurowerft-Noord
betreft: zienswijze Detailhandelsvisie Dinkelland – Tubbergen
documentnummer: 20428897
uw referentie: -
behandeld door: mr. A.H.E. van de Klift, advocaat
T rechtstreeks: +31 (0) 24 381 14 01
F rechtstreeks: +31 (0) 24 381 14 42
e-mail: a.vandeklift@pvdb.nl

Geacht College,

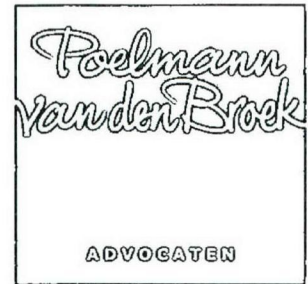
Mijn cliënten, Plus Jan Ter Steege B.V. en EMTÉ Supermarkten B.V., hebben kennis genomen van de 'Detailhandelsvisie Dinkelland-Tubbergen', zoals deze vanaf 11 oktober 2013 gedurende drie weken ter inzage gelegd is. Hierbij willen cliënten u hun zienswijze (tijdig) kenbaar maken.

Voorop staat dat het project Eurowerft-Noord nog niet onherroepelijk is, aangezien daar – onder andere door cliënten – beroep tegen ingesteld is. Voor zover de detailhandelsvisie deze ontwikkeling als fait accompli presenteert, dient dat gecorrigeerd te worden. Het is evengoed denkbaar – en zeker zo wenselijk – dat het plan er niet van komt.

De keuze om te komen tot een verdere uitbreiding van winkelmeters, waaronder een vierde supermarkt, wordt in de visie op veel plekken ontraden:

- In Denekamp is nu al sprake van veel meer m2 wvo dan in vergelijkbare plaatsen. Dat wil zeggen zonder dat er nog een vierde supermarkt bij komt. (Hierbij worden betreffende het aanwezige metrage wvo overigens in de tekst begrippen "kern" en "centrum" naast elkaar gebruikt, zonder dat deze gedefinieerd zijn).
- De leegstand is met 6 of 7% nu al groter dan in vergelijkbare plaatsen.
- Het aanbod is in alle hoofdbanches nu al groot, met name op het gebied van supermarkten.
- Macro-ontwikkelingen leiden er toe dat er minder behoefte is aan meer winkelmeters.
- Centrumgebieden van middelgrote plaatsen (zoals Denekamp) zijn kwetsbaar. Op termijn zullen hier formules gaan verdwijnen.

Ondanks deze aangevoerde ongunstige signalen wordt in het rapport het uitbreiden van winkelmeters door middel van het project Eurowerft-Noord –ten onrechte– als gegeven beschouwd. De eerste alinea van pagina 19 maakt duidelijk dat de opsteller van het rapport zelf ook wel wat moeite heeft met deze redenering. Er wordt dan ook aan toegevoegd dat het dan maar klaar moet zijn met de uitbreidingen. Echter op pagina 25 wordt voor de Rabobank-locatie "de deur weer open gezet", het zou kansen bieden voor de herontwikkeling van het kernwinkelgebied. Aangezien het rapport zich op meerdere plekken tegensprekt is het niet duidelijk wat nu precies de visie van de gemeente is. Als deze detailhandelsvisie wordt vastgesteld als beleid van de gemeente dan is het



volstrekt onduidelijk wat de gemeente Dinkelland nu voor ogen staat met de detailhandelsstructuur van Denekamp. De gemeente handelt dan zeer onzorgvuldig.

Van consistentie in beleid is sowieso geen sprake. Kijk naar het gebied Vledderstraat- Brinkstraat. Het vigerend beleid gaat nog uit van "een compact en aantrekkelijk kernwinkelgebied". In de voorliggende visie wordt al weer afscheid genomen van dit – toch nog niet zo oude- idee en wordt er het predikaat "gemengd gebied" op geplakt. De term "gemengd gebied" is een eufemisme voor de huidige, zorgelijke situatie, die alleen maar verder achteruit zal gaan. Dat de achterliggende reden hiervan het -onterecht verschuiven- van de winkeltrekkkracht naar Eurowerft-Noord is, moge duidelijk zijn.

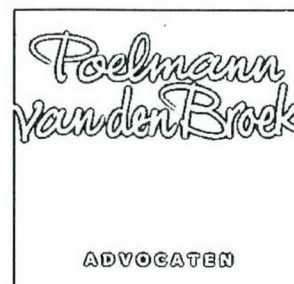
Pagina 25 beschrijft dat de komst van een vierde supermarkt zal leiden tot een verdringingsmarkt. Ook wordt kort gemeld dat distributieve uitbreidingsruimte zal ontbreken. Dat is nogal wat: in een paar zinnen worden hier zaken genoemd, die vergaande consequenties hebben voor Denekamp. Het is onduidelijk wat hier nu de bedoeling én de onderliggende argumentatie is. Het roept ten minste de volgende vragen op:

- Is het bewust creëren van een verdringingsmarkt het doel van het gemeentelijk detailhandelsbeleid? Wat is daar de reden van?
- Geldt het creëren van een verdringingsmarkt voor alle sectoren?
- Is het aanwezig zijn dan wel ontbreken van distributieve uitbreidingsruimte voor de gemeente een criterium dat een rol speelt in het detailhandelsbeleid?
- In de onderbouwing van de vierde supermarkt heeft u onder meer aangevoerd dat de massale komst van de Duitse (toeristische) consument voor het noodzakelijk draagvlak zou zorgen. Is dat nog aan de orde?
- Hoe past het bewust creëren van een verdringingsmarkt bij de ambitie (pagina 15) van duurzaam en intensief ruimtegebruik?
- Hoe past het bij de ambitie om "voor ondernemers een gezond ondernemersklimaat met ruimte voor kwaliteit en innovatie"(pagina 15) te bewerkstelligen?
- Is dit "een ontwikkelingsgerichte visie, die marktpartijen stimuleert om te investeren?"
- Meer over de distributieve ruimte is te vinden in bijlage 7. De tabel op pagina 47 geeft op creatieve wijze de omzet per m2 (vloerproductiviteit) als variabele weer. Klaarblijkelijk geeft de meer gebruikelijke vergelijking tussen vloeroppervlak bestaand en nieuw een te duidelijk beeld van het gecreëerde / te creëren ruime overaanbod. De hier berekende omzet per m2 ligt ruim 20% lager dan de cijfers die het Hoofdbedrijfchap Detailhandel (2012) hanteert voor supermarkten. Dit roept de vraag op of de gemeente enig idee heeft welke cijfers noodzakelijk zijn voor een rendabele exploitatie van een supermarkt?

Bij cliënten ontstaat het beeld dat de gemeente meebuigt met plannen van een ontwikkelaar zonder dat daarvoor een goede onderbouwing gegeven kan worden.

Opmerkelijk is het verder dat de voorliggende visie op veel punten de eerder door cliënten, in de procedure met betrekking tot het bestemmingsplan 'Eurowerft-Noord' naar voren gebrachte kritiek, zoals verwoord in het rapport van Bureau Stedelijke Planning (zie bijlage), bevestigt. Nu lijkt wel te worden onderkend dat het doorzetten van de plannen voor de vierde supermarkt in het project Eurowerft-noord inderdaad tot verdere leegstand in Denekamp leidt. Op pagina 25 wordt over "herschikking" gesproken en pagina 16 maakt duidelijk dat leegstand toch een onderwerp van belang is, waarover keuzes gemaakt moet worden. Nog recent geeft de gemeenteraad, in het verweerschrift, inzake de procedure die aanhangig is bij de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot het bestemmingsplan 'Eurowerft-Noord' aan (pagina 5, laatste alinea) "dat niets erop wijst dat het plan zou leiden tot leegstand van winkels elders in Denekamp". Op pagina 6 onder 1.14 wordt dit herhaald.

Consistentie in beleid is ver te zoeken, zoals eerder ook opgemerkt toen het over het gebied Vledderstraat-Brinkstraat ging. Het is niet eens zo lang geleden dat de gemeente de ontwikkeling van de locatie van Welkoop en PLUS als aanwinst voor Denekamp mogelijk maakte. Op kaart 6 van



pagina 24 is deze locatie nu grijs gekleurd. Cliënten vragen zich af of het de bedoeling van de gemeente is dat door de bewust gecreëerde verdringingsmarkt het publiek hier weg moet blijven? Is dat wat bedoeld wordt met duurzaam ruimtegebruik of een gezond ondernemersklimaat?

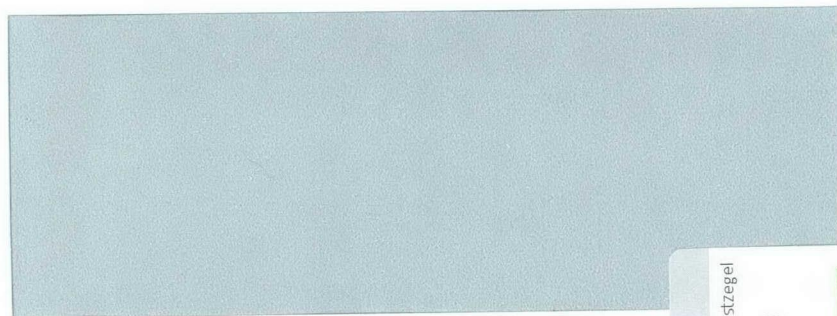
Dat dit gelegenheidsbeleid tot voortschrijdende leegstand leidt is evident. Op pagina 16 wordt de oorzaak genoemd: overaanbod. Vanzelfsprekend versterken consumentenvoorkeuren (meer internetaankopen) en de crisis deze trend. Cliënten vinden het erg jammer dat deze, in Denekamp bewust gecreëerde, leegstand koeltjes als interessante nieuwe opgave gepresenteerd wordt: "de ruimtelijke ordening van de leegstand". Het is natuurlijk veel beter om ervoor te zorgen dat het optreden van leegstand beperkt wordt, dat wil zeggen: niet met open ogen een verdringingsmarkt laten ontstaan.

Het mag duidelijk zijn dat deze detailhandelsvisie niet op de instemming van cliënten kan rekenen. De visie is ook feitelijk onjuist daar waar het de vestiging van de vierde supermarkt betreft: hierover is nog geen besluit genomen. Cliënten verzoeken u dan ook de detailhandelsvisie niet vast te stellen.

Met vriendelijke groet,
Poelmann van den Broek N.V.


Annelies (A.H.E.) van de Klift

6	NIJMEGEN	 post
00	28.10.13	€ 00747 ct
49	Postbus 1126	# PB 837748
43	6501 BC	Nederland
C9		
73		



Frankeermachine & (Digitale) Postzegel

R NL



Aangetekend

Brief: D-A-1
Pakket: B-P-3



3SRRDT3494599