

DPO ALDI Neer

Een onderzoek naar de distributieve mogelijkheden van een verplaatsing

DPO ALDI Neer

Een onderzoek naar de distributieve mogelijkheden van een verplaatsing

Uitgebracht aan:
ALDI Vastgoed

Seinpost Adviesbureau BV
drs. M.J.M. Vaessen

Projectnummer: 31042

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Waalwijk, maart 2014

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting 1

1 Inleiding 3

- 1.1 Onderzoeksopdracht 3
- 1.2 Seinpost Adviesbureau BV 3
- 1.3 Aanpak onderzoek 3
- 1.4 Leeswijzer 4

2 Neer, ligging en winkelaanbod 5

- 2.1 Situering 5
- 2.2 Aanbodstructuur 6
- 2.3 Verzorgingsgebied 8
- 2.4 Gemeentelijk beleid 9
- 2.5 Provinciaal beleid 10

3 Draagvlakanalyse 11

- 3.1 Inleiding 11
- 3.2 Algemene ontwikkelingen 11
- 3.3 Methodiek draagvlakanalyse 13
- 3.4 Berekening 16

4 Conclusie 19

Bijlagen

- Bijlage 1 Overzicht bestaande supermarkten rond Neer (opname 2011) 21
- Bijlage 2 Onttrekking bestemming detailhandel Neer 23

Managementsamenvatting

ALDI heeft het plan om de supermarkt die thans is gevestigd in Horn te verplaatsen naar Neer. Dit is voorgelegd aan de gemeente Leudal. De gemeente wil hier een weloverwogen besluit over kunnen nemen. Daarom is ruimtelijke-economische onderbouwing noodzakelijk. Dit onderzoeksrapport dient als zodanig.

De beoogde verplaatsing van de ALDI-vestiging van Horn naar Neer is mogelijk en wenselijk. Daarbij spelen de volgende overwegingen een rol. De spreiding van discounters in het gebied verbetert. Ook vanuit het gezichtspunt van de bestaande aanbieders is sprake van een structuurversterking. Door de verplaatsing stijgt de koopkrachtbinding voor de gehele detailhandelsstructuur in dit verzorgingsgebied en daarmee ook voor bestaande supermarkten en speciaalzaken in Neer e.o..

De (berekende) marktruimte voor supermarkten in Neer e.o. in 2020 is ondanks enige krimp in de bevolking toereikend. Door de verplaatsing verandert er immers weinig in de supermarktmeters. Voor de bestaande locatie in Horn zorgt ALDI gedurende de periode van het huurcontract (tot mei 2019) voor een huurder. Bovendien regelt ALDI dat er in Neer 835 m² aan bestemming detailhandel (daarmee geschikt voor een supermarkt) uit de markt wordt genomen.

Knelpunten in de (toekomstige) marktruimte doen zich eerder voor bij de full service-supermarkten dan bij de discounters: er is voldoende draagvlak voor een discounter op de beoogde locatie.

Voor de consument verbetert de detailhandelsstructuur, vooral omdat voor een deel van de boodschappen minder grote afstanden hoeven te worden afgelegd. Deze zijn op dit ogenblik voor bepaalde gebiedsdelen van Leudal soms groter dan wenselijk. Geadviseerd wordt daarom de verplaatsing doorgang te laten vinden.

Deze rapportage is een update van een onderzoek dat in 2011 is verricht.

1 Inleiding

1.1 Onderzoeksopdracht

ALDI heeft momenteel een vestiging in Horn. De wens is om deze te verplaatsen naar de kern Neer, elders in de gemeente Leudal. Vooral de parkeervoorzieningen ter plaatse zijn daar aanmerkelijk beter. De omvang van de supermarkt (wvo) bij de verplaatsing neemt af van 1.010 naar 823 m² wvo). ALDI heeft overleg gevoerd met de eigenaar van het pand in Horn. De afspraak is gemaakt dat indien de verplaatsing wordt gerealiseerd:

- ALDI actief naar een huurder zoekt voor de huurperiode tot het einde van het lopende huurcontract (mei 2019);
- ALDI op de locatie hoek Steeg/Winterstraat te Neer regelt dat het totale perceel met 835 m² detailhandelsbestemming (daarmee een potentiële supermarktllocatie) aan de detailhandelsfunctie wordt onttrokken. Dit is al voorgelegd aan de gemeente. Zie voor de kaart in Bijlage 2.

Het aantal m² wvo neemt door planvorming per saldo in de gemeente Leudal slechts heel gering toe, maar er verandert met de nieuwe supermarktllocatie in Neer formeel niets aan de ontwikkelingsmogelijkheden voor supermarkten in de gemeente Leudal. Praktisch gezien verdwijnt er immers een locatie in Neer omdat daar de bestemming detailhandel wordt afgehaald van een terrein waar zich een supermarkt zou kunnen vestigen.

De gemeente wil aan deze verhuizing eventueel meewerken maar wenst een goede onderbouwing van de mogelijkheden en effecten. ALDI Vastgoed heeft daarom aan Seinpost de opdracht gegeven een distributieplanologisch onderzoek uit te voeren.

De vraagstelling luidt: *Wat betekent de verplaatsing van de ALDI van Horn naar Neer voor de supermarktstructuur in de gemeente Leudal, in het bijzonder in Neer?*

De uitkomsten van het onderzoek zullen worden voorgelegd aan de gemeente Leudal. Deze rapportage is een update van een onderzoek dat in 2011 werd verricht.

1.2 Seinpost Adviesbureau BV

Seinpost Adviesbureau BV houdt zich al bijna dertig jaar bezig met vraagstukken op het gebied van stedelijke economie. Een belangrijk aandachtsgebied vormt de detailhandel. Hoofduitgangspunt bij de aanpak door Seinpost is de structuur van het gebied. De specifieke lokale situatie wordt om die reden altijd betrokken in het onderzoek.

Seinpost heeft zich gespecialiseerd in het ontwikkelen en/of toetsen van plannen voor dorpskernen. Voorbeelden hiervan zijn Budel, Gennep, Dedemsvaart, Hardenberg, Nieuw-Bergen, Meijndrecht, Blaricum, Meijel en Vlijmen. Het betreft herstructurering van dorpscentra, het opstellen van detailhandelsvisies, distributieplanologisch onderzoek, draagvlakanalyse, et cetera. Juist naar het functioneren van verschillende types supermarkten (inclusief hard-discounters als de ALDI) is regelmatig onderzoek uitgevoerd. Op de website www.seinpost.com wordt de werkwijze van Seinpost uiteengezet.

1.3 Aanpak onderzoek

Het onderzoek is verricht in maart 2011 en geactualiseerd in 2014

De volgende stappen zijn gezet:

1. Er heeft in 2011 een gesprek plaatsgevonden met ALDI Vastgoed over de planvorming en de onderzoeksanpak. In 2014 is overleg gevoerd over de actuele situatie.
2. De meest recente detailhandelgegevens van Locatus¹ over de gemeente Leudal zijn opgevraagd. Hierdoor is een getrouw beeld ontstaan over het verkoopvloeroppervlak van de winkels in de dagelijkse sector. Tevens zijn gegevens verkregen uit de meest recente Supermarktgids. Dit beeld is ter plaatse door Seinpost Adviesbureau BV gecheckt.
3. De verzorgingspositie van de kernen binnen de gemeente is onderzocht en daarbij is met name gekeken naar de dagelijkse artikelen. Landelijke kengetallen vormen hierbij uitgangspunt; vervolgens is aan de hand van de lokale situatie een inschatting van lokale cijfers gemaakt. Specifiek is gekeken wat de gevolgen zijn van de verplaatsing van de ALDI Horn naar Neer voor wat betreft binding aan Leudal en toe- en afvloeiing naar/van omliggende gemeenten.
4. Van de betreffende kernen zijn de actuele gegevens gebruikt over de bevolkingsomvang. Ook is onderzocht welke relevante gegevens er zijn over recreatie en toerisme, omdat daar wellicht extra omzet uit voort komt voor de dagelijkse sector.
5. Seinpost hanteert voor de berekening van de haalbare winkelvloeroppervlakten voor supermarkten een draagvlakmodel. Hiermee zijn de vestigingsmogelijkheden voor de supermarkten in het verzorgingsgebied van Neer vervolgens berekend.

1.4 Leeswijzer

De leeswijzer van deze rapportage ziet er als volgt uit:

Hoofdstuk 1 Inleiding

Hoofdstuk 2 Neer, ligging en winkelaanbod

Hoofdstuk 3 Draagvlakanalyse

Hoofdstuk 4 Conclusie

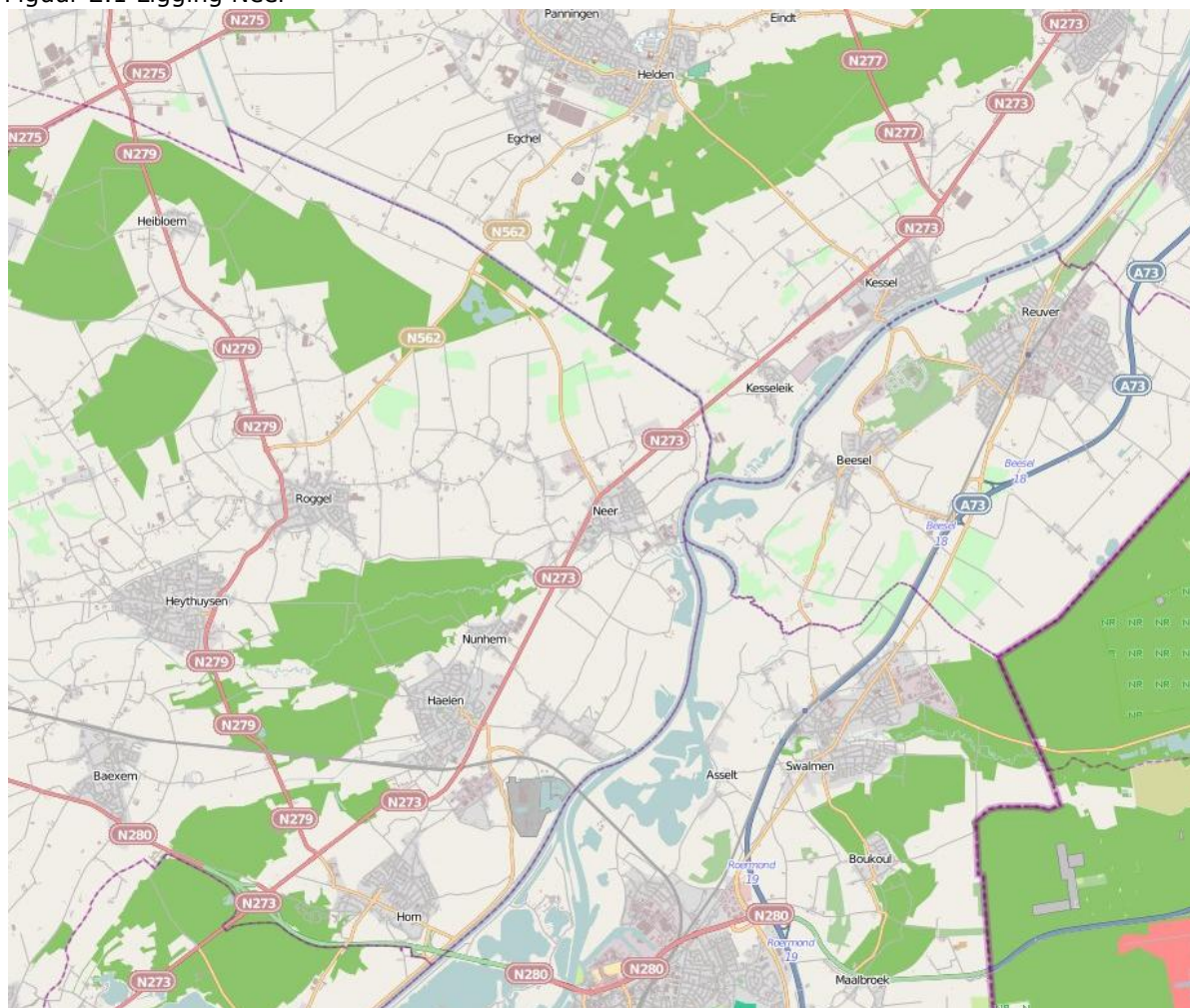
¹ Locatus is een organisatie die landelijk de aantallen van detailhandelondernemingen en vloeroppervlaktes registreert.

2 Neer, ligging en winkelaanbod

2.1 Situering

In de directe omgeving van Neer liggen de kernen Nunhem, Haelen, Buggenum, Roggel, Heythuysen en Horn, alle in de gemeente Leudal. De gemeente Leudal strekt zich nog verder uit naar het zuiden (tot aan de Belgische grens) maar deze kernen liggen buiten het primaire verzorgingsgebied van Neer (zie 2.3). Relevant voor dit onderzoek zijn nog de kernen Kesseleik, Kessel en Helden in de gemeente Peel en Maas en Beegden en Heel in de gemeente Maasgouw.

Figuur 2.1 Ligging Neer



Bron: openstreetmap.org

Van de kernen die op korte afstand (<10 km) van Neer liggen, zijn de inwoneraantallen in tabel 2.1 weergegeven.

Tabel 2.1 Inwoneraantallen² en afstanden kernen omgeving Neer

Kern	Afstand tot Neer (afgerond op hele km)	Inwoners
<i>Baexem*</i>	10	2.350
<i>Beegden*</i>	10	1.780
<i>Buggenum</i>	4	960
<i>Grathem*</i>	13	1.630
<i>Haelen</i>	4	4.340
<i>Heel*</i>	11	4.030
<i>Helden</i>	9	5.380
<i>Heythuysen</i>	8	5.600
<i>Horn</i>	7	3.970
<i>Kessel</i>	6	3.000
<i>Kesseleik</i>	4	760
<i>Nunhem</i>	3	670
<i>Roggel</i>	6	3.520
<i>Wessem*</i>	15	2.190
<i>Verspreide huizen en buurtschappen, totaal</i>	div. (< 10 km)	ca. 3.000
Neer (kern)	-	2.670

* relevant vanwege de afstand tot Horn (huidige vestigingsplaats ALDI)

In de omgeving van Neer is ook een aantal toeristische voorzieningen te vinden. De belangrijkste hiervan zijn:

1. Camping de Leistert in Roggel met 750 plaatsen waarvan 320 jaarplaatsen (eigen Attent-supermarkt van 400 m² op het terrein);
2. Camping Leudal in Haelen, met 220 plaatsen;
3. Camping Waterval in Neer met 120 plaatsen waarvan 100 jaarplaatsen;
4. Groepsaccommodatie de Braampeel in Neer, tot 42 personen.

In juni 2011 is het park Buitenhof De Leistert in Roggel geopend, een park met -in fase 1- 225 luxe vakantieboerderijen. De boerderijen herbergen per stuk tussen de vijf en 13 personen.

2.2 Aanbodstructuur

De bestaande supermarkten

Voor dit onderzoek zijn de winkels in de dagelijkse sector, vooral de supermarkten, in Neer relevant.

Er is op dit moment één supermarkt in Neer gevestigd: de Spar aan de Hoogstraat 7. Deze supermarkt telt 641 m² en is daarmee naar de huidige maatstaven klein van omvang (moderne full service-supermarkten tellen minimaal 1.200 m²). De nieuwe Spar-formule moet meer gezien worden als dorps- of wijksuper met een kwalitatief goed aanbod aan versproducten. Deze formule

² Bron: cbsinuwbuurt.nl, peildatum 1 januari 2009 (meest recente gegevens)

kan met een lagere vloerproductiviteit werken dan gemiddeld voor supermarkten vanwege het relatief grote aandeel versaanbod (hogere marges).

De omvang van het winkelaanbod is in onderstaande tabel aangeduid. Hiervoor zijn gegevens gebruikt van Locatus³.

Tabel 2.2 Aanbod dagelijkse winkels in Neer en vergelijkbare kernen in Nederland		
	Neer (3.440 inw.⁴)	Kernen 2.500-3.500 inw.
<i>Dagelijks aantal</i>	5	4
<i>Dagelijks m²</i>	841	872

Het aanbod in de dagelijkse sector in Neer ligt qua omvang exact op het Nederlandse gemiddelde voor kernen van 2.500-3.500 inwoners. Deze vergelijking is echter niet (geheel) zuiver. Om een goed beeld te krijgen is het ook nodig de directe omgeving te analyseren en dan in het bijzonder toegespitst op de aanwezigheid van supermarkten. Immers de ligging t.o.v. grotere kernen (met meer winkels) of kleine kernen (zonder aanbod) bepaalt mede de mogelijkheid voor een kern als Neer.

Aanbod in omgeving

In de omgeving van Neer liggen dorpen met een (wat) groter winkelaanbod, bijvoorbeeld Haalen en Helden. In bijlage 1 is een overzicht van het aanbod binnen een straal van 7 km rond Neer opgenomen. Panningen heeft een aanbod in de dagelijkse sector (w.o. drie full service-supermarkten en twee discounters) dat beduidend groter is dan dat van Neer, maar deze plaats ligt op ruime afstand (meer dan 10 km).

Daartegenover staat dat er geen of nauwelijks aanbod is in dagelijkse artikelen – en zeker geen supermarkten – in een aantal nabijgelegen kernen en gehuchten: Buggenum, Kesseleik en Nunhem.

Meer specifiek ziet het aanbod van discount-supermarkten er in de omgeving als volgt uit:

- ALDI heeft een vestiging in Heythuysen op 8 km van Neer. ALDI heeft ook een vestiging in Panningen (11 km) op een ongunstige locatie. ALDI is voornemens de huidige vestiging in Horn te verplaatsen naar Neer. De vestiging in Panningen wordt wellicht verplaatst naar een locatie buiten het voetgangersgebied, met meer parkeerruimte op korte afstand.
- Ook is gekeken naar de situatie van Lidl. Lidl is zich meer aan het upgraden tot een prijsagressieve full-service supermarkt met ca. 2500 artikelen, maar wordt vaak nog tot de discounter gerekend. De Lidl is -in de omgeving van Neer- in dezelfde plaatsen gevestigd als de ALDI: Heythuysen en Panningen.

³ Een organisatie die voor heel Nederland gegevens versterkt over het aantal verkooppunten en het winkelloppervlak

⁴ Volgens opgave Locatus

Figuur 2.2 ALDI-vestigingen in Heythuysen, Horn en Panningen



Figuur 2.3 Lidl-vestigingen in Heythuysen en Panningen



2.3 Verzorgingsgebied

Uit onderzoek is gebleken dat de consument in plattelandsgebieden (met de auto) maximaal 10 minuten wil rijden voor het doen van dagelijkse boodschappen. Het verzorgingsgebied van een winkel- of dorpscentrum is dan maximaal circa 7 km. Dit betekent dat de consumenten die primair gericht zijn op dat betreffende winkelgebied in een straal van 7 km rond het winkelgebied wonen.

Voor kleinere winkelgebieden die minder aantrekkelijk of kleiner zijn (een beperkter of onvolledig aanbod), is de bereidheid van de consument om er naar toe te rijden geringer en gaan we uit van een maximale afstand van 5 km. Door het trekken van cirkels kunnen we bekijken of bepaalde gebieden op basis van afstand al dan niet behoren tot het verzorgingsgebied van een winkelcentrum.

Ten opzichte van Neer liggen discountsupermarkten in Heythuysen weliswaar hemelsbreed net op die (maximale) afstand, maar door de wegenstructuur ligt dit discountaanbod ver boven de grens van 10 minuten rijden: de consument uit Neer moet omrijden. Ook het discountaanbod in Panningen valt buiten die maximale grens. Zie ook tabel B1.0 in bijlage 1.

Afstand is voor de consument één van de belangrijkste argumenten bij de keuze van een winkelgebied. Dit geldt in het bijzonder voor de dagelijkse boodschappen. Natuurlijk spelen ook andere factoren een rol zoals prijs en kwaliteit van het aanbod, de sfeer, de parkeermogelijkheden, et cetera. In het bijzonder de parkeermogelijkheden zullen bij een verhuizing van ALDI naar Neer verbeteren ten opzichte van de huidige situatie (er zijn in de nieuwe situatie 75 parkeerplaatsen voor de ALDI voorzien).

Verzorgingsgebied Neer

Uit het voorgaande trekken we de conclusie dat het (potentiële) verzorgingsgebied voor de winkels in Neer - naast Neer zelf - bestaat uit de kernen Buggenum, Haelen, Horn, Kessel, Kesseleik, Nunhem en Roggel. Daarnaast valt een groot buitengebied (buurtschappen) ook onder wat wij verder betitelen als 'het primaire verzorgingsgebied'.

De aanwezigheid van twee discounters in Heythuysen maar ook in Panningen maakt dat de inwoners van Roggel en van Kessel bij een nieuwvestiging van ALDI in Neer kunnen kiezen uit discounters in verschillende plaatsen binnen 7 km rijafstand. Door de barrièrewerking van de Maas zijn de inwoners van Beesel, Reuver en Swalmen voor de dagelijkse boodschappen niet op Neer georiënteerd.

Verzorgingsgebied Horn

Omdat de ALDI verplaatst uit Horn, is het ook noodzakelijk het huidige verzorgingsgebied van de ALDI te Horn in kaart te brengen. Dat bestaat naast Horn zelf uit de volgende kernen: Beegden, Baexem, Buggenum, Haelen, Heel, Grathem, Nunhem en Wessem. In Thorn is ook een ALDI gevestigd, waardoor de inwoners van Heel e.o. (en zeker Wessem) na verplaatsing van de ALDI in Horn op de ALDI in Thorn georiënteerd zullen zijn. De inwoners van Baexem zullen nu al deels, maar zeker na verplaatsing, op de ALDI in Heythuysen georiënteerd zijn.

Door de verplaatsing 'verliest' ALDI dus klanten doordat de kernen ten westen en zuiden van Horn (Baexem, Beegden, Heel, Grathem, Wessem, totaal circa 12.000 inwoners) buiten het verzorgingsgebied van Neer vallen. 'Verliest' staat tussen aanhalingstekens omdat een groot deel van de klandizie uit Heel zal kiezen voor de vestiging van ALDI in Thorn. Als keten verliest ALDI deze klanten dus niet. Bovendien wordt het verzorgingsgebied ten noorden groter met kernen als Kessel, Kesseleik en Roggel en de verspreide huizen in het buitengebied (bijna evenveel inwoners). Voor de inwoners van Haelen/Nunhem verandert er weinig, afgezien van de locatiespecifieke kenmerken van de oude en nieuwe ALDI-vestigingen.

2.4 Gemeentelijk beleid

Centrumvisie Heythuysen

Door nieuwbouw en verplaatsing van verschillende functies in de kern van Heythuysen, zoals de Nicolaasschool en het gemeentehuis, komen er locaties in het centrum van Heythuysen vrij die bij de gemeente Leudal in bezit zijn. Om ruimtelijke samenhang bij de ontwikkeling van deze locaties te krijgen, is er, in samenspraak met een externe stedenbouwkundige, een visie opgesteld. Het onderliggende bestemmingsplan is in voorbereiding. Met de centrumvisie zal het centrum van Heythuysen een forse upgradering krijgen. Binnen het centrumgebied heeft de gemeente haar medewerking toegezegd voor de uitbreiding van Jumbo met ca. 450 m². Hiervoor wordt ook ingehaakt op de in december 2010 vastgestelde retailvisie.⁵

Prioritering woningbouwplannen

In 2010 heeft een heroverweging van woningbouwplannen plaatsgevonden. De plannen tot 2020 in het primaire verzorgingsgebied gaan uit van de volgende aantallen te bouwen woningen⁶:

Buggenum	40
Horn	185
Kessel	0
Kesseleik	0
Neer	68
Nunhem	0

⁵ Bron: gemeente Leudal

⁶ Bron: gemeente Leudal. De plannen waarvoor de fasering/planning niet bekend is zijn buiten beschouwing gelaten.

Roggel	150
<i>Totaal</i>	<i>443</i>

Structuurvisie

Enkele relevante punten uit de Structuurvisie Leudal⁷:

- Vanaf 2027 wordt een krimp van het aantal huishoudens in Leudal verwacht.
- De gemeente Leudal streeft naar een zo hoog mogelijke kwaliteit van de leefomgeving. Een goed en integraal aanbod aan voorzieningen draagt hier aan bij. Omdat een toereikend aanbod aan voorzieningen niet in alle kernen meer te behouden is, zet de gemeente Leudal in op het realiseren van een duidelijk onderscheid tussen de kernen om de voorzieningen wél bereikbaar en toegankelijk te houden. Als de “voorzieningen niet meer naar de mensen gebracht kunnen worden”, wordt er ingezet op de vraag “hoe de mensen naar de voorzieningen kunnen worden gebracht.” De centrumkern wordt Heythuysen met een aanbod van de meest kostbare gemeenschapsvoorzieningen. Daarnaast worden ook de meeste commerciële voorzieningen hier geclusterd. In een aantal autonome kernen, te weten Horn, Haelen, Neer, Roggel en Ittervoort, wordt de nadruk gelegd op het behouden van dagelijkse voorzieningen. De overige kernen zijn de ‘woondorpen’, waar het accent ligt op de ontmoetingsfunctie voor bewoners.
- Voorzieningen dienen zoveel mogelijk geclusterd te worden binnen de centrumkern, òf de ‘centrumgebieden’ van de autonome kernen te worden. Dit geldt ook voor nieuwe ontwikkelingen. Binnen deze gebieden wordt op bestemmingsplanniveau flexibiliteit geboden. Buiten de centrumgebieden is, ter bevordering van de leefbaarheid, op beperkte schaal functiemenging mogelijk, echter uitsluitend na een ruimtelijk-planologische afweging.
- De gemeente Leudal ziet in dat het behouden van commerciële voorzieningen in alle kernen niet realistisch is. De gemeente streeft naar:
 - o ‘t Versterken van de winkelfunctie van de centrumkern Heythuysen;
 - o Het op relatief korte afstand van de consument aanbieden van winkels voor dagelijkse producten, tenminste in de autonome kernen en de centrumkern;
 - o Per centrum- en autonome kern een samenhangend en complementair aanbod⁸;
 - o Een goede bereikbaarheid van de voorzieningen;
 - o Het vergroten van de aantrekkelijkheid van de winkelgebieden.
- Om de ruimtelijke weerslag te realiseren zal de gemeente Leudal planologische en stedenbouwkundige condities creëren waarbij ruimte wordt geboden voor de ontwikkeling van commerciële voorzieningen waarbij het dorpse karakter wel behouden dient te blijven.

2.5 Provinciaal beleid

De detailhandelsmonitor Limburg 2012 leert dat ‘de centrale verantwoordelijkheid voor het detailhandelsbeleid ligt bij de regionale en lokale overheden. De Detailhandelsmonitor Limburg dient dan ook tot inzicht voor Provincie Limburg en de Limburgse gemeenten, als basis voor hun beleidontwikkeling.’⁹ De provincie heeft echter geen specifiek detailhandelsbeleid¹⁰, wel is zij opdrachtgever van het rapport Grenzeloos Winkelen 2009 en de genoemde detailhandelsmonitor. De provincie zorgt dus voor een goede (boven)regionale informatievoorziening als basis voor beleidsvorming door lagere overheden. Deze kunnen daar gebruik van maken en hun eigen beleid daarmee (laten) onderbouwen.

⁷ ‘Structuurvisie Leudal’, februari 2010, BRO/gemeente Leudal (deze sluit aan op de Retailvisie Leudal 2010)

⁸ Retailvisie Leudal 2010: Een heldere positionering van winkelgebieden, met Heythuysen bovenaan en minimale dagelijkse basisverzorging (waaronder tenminste één supermarkt) in de autonome kernen Roggel, Neer, Haelen, Horn en Ittervoort. En: Supermarkten moeten zich als belangrijkste trekkers voor de centra en andere winkels goed kunnen ontwikkelen, ook ruimtelijk.

⁹ Provincie Limburg/Etil, 2010

¹⁰ Bevestigd in een telefoongesprek met de afdeling Economische Zaken.

3 Draagvlakanalyse

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de berekening over de detailhandelsmogelijkheden in Neer uiteengezet; voor de sector dagelijkse artikelen en meer specifiek voor de supermarkten. Voordat overgegaan wordt tot de analyse en berekening, eerst een overzicht aangeduid van de ontwikkelingen in de sector. Dit is van belang bij het beoordelen van de marktruimte voor een discounter als de ALDI in Neer.

3.2 Algemene ontwikkelingen

De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig. Er zijn verschillende niveaus in te onderscheiden. Winkelcentra van grote steden hebben een regionale functie waarbij het begrip 'winkelen' van belang is. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector is uitgebreid en specialistisch en trekt zodoende consumenten uit een wijde omgeving. Dorpen van 10.000 tot ongeveer 20.000 inwoners hebben een subregionale functie (Panningen). Consumenten uit kleinere kernen kopen er de dagelijkse en (niet-specialistische) niet-dagelijkse goederen: huishoudelijke artikelen, supermarktkopen, kleding, et cetera. Kleine kernen tot 7.000 inwoners (zoals Haalen en Heythuysen) hebben voornamelijk een (boven)lokale functie. Hier kunnen de inwoners met name de dagelijkse artikelen kopen, soms aangevuld met enkele winkels voor kleding, meubelen, et cetera.

'Afstand' is bij het doen van boodschappen en inkopen een belangrijke factor. In principe is de consument georiënteerd op het dichtstbijzijnde winkelgebied. Door de toenemende mobiliteit wordt het voor de consument echter eenvoudiger om ook verder te kijken. Andere factoren gaan dan een rol spelen:

- het aanbod (mogelijkheid combinatiebezoeken en (prijs)vergelijkend winkelen);
- bereikbaarheid en parkeren;
- inrichting van de openbare ruimte;
- uitstraling en sfeer.

De volgende trends zijn van belang bij het in beeld brengen van het gedrag van de consument:

- Individualisering: door de toenemende individualisering kan er niet meer gesproken worden over 'dé' consument. Er zijn steeds meer culturen en leefstijlen in Nederland. Dit heeft tot gevolg dat het als winkel/winkelgebied moeilijker is om aan te sluiten bij de wensen van de consument. Die wensen lopen immers sterk uiteen. Supermarkten spelen hier op in door hun assortiment sterk uit te breiden. Sinds een paar jaar richten supermarkten zich bijvoorbeeld meer en meer op duurzaamheid en het groene imago en dat toont zich in het assortiment.
- Schaalvergroting: de consument wil een ruim aanbod waarbij het mogelijk is om te vergelijken. Hij wil zijn boodschappen zo veel mogelijk op één plek kunnen doen (one-stop-shopping). Het gevolg hiervan is dat de winkelvoorzieningen in Nederland steeds meer producten aanbieden. Dit houdt in dat de schaal van een winkel toeneemt. Deze ontwikkeling is duidelijk waar te nemen in de supermarktsector. Supermarkten van 300 - 600 m² wvo kunnen steeds minder goed uit de voeten.¹¹ Als ondermaat voor een goed functionerende full service-supermarkt wordt tegenwoordig al snel 1.200 m² wvo gehanteerd. Hard discount-supermarkten zijn kleiner (ca. 1000 m² wvo). Het aantal artikelen is bij ALDI maar ook bij Lidl ongeveer een tiende tot een twintigste van de full service-supermarkten. Daarnaast doet zich ook de ontwikkeling voor van de grootschalige supermarkten zoals de AH XL-formule (circa

¹¹ De SPAR is de enige organisatie die zich hierin op dit ogenblik probeert te onderscheiden door een meer gespecialiseerde formule te ontwikkelen.

3.000-4.000 m² wvo).

- Knooppunten: de winkelvoorzieningen verschijnen de laatste jaren ook steeds vaker op verkeersknooppunten. Denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling van meubelboulevards aan invalswegen van grotere steden of aan winkels op NS-stations en universiteitslocaties. Ook het GDV-beleid¹² probeert aan te sluiten bij deze ontwikkelingen.
- Specialisatie versus branchevervaging: er komen steeds meer gespecialiseerde winkels/winkelgebieden in Nederland. Denk bijvoorbeeld aan de speciale merkwinkels (brandstores), of de Factory Outlet Centers zoals in Roermond en Maasmechelen. Daar staat een andere ontwikkeling tegenover: de branchevervaging. Supermarkten en drogisterijen behalen een stijgend aandeel van hun omzet uit de verkoop van bijvoorbeeld huishoudelijke en cadeauartikelen; bouwmarkten verkopen fietsen en audioapparatuur; discountsupermarkten hebben een bepaald deel (ongeveer 150 m² wvo) van hun winkels ingeruimd voor weekaanbiedingen in de niet-dagelijkse sector, zodat dit een essentieel onderdeel van hun formule is geworden.
- Internet: de consument weet ook steeds beter de weg te vinden naar verkoopadressen op het internet. Deze ontwikkeling voltrekt zich nog niet erg sterk in de dagelijkse sector (Albert Heijn is er met albert.nl mee gestart en heeft haar positie versterkt door Bol.com te kopen). Alle supermarkten zijn nu aan het experimenteren met internet (landelijk gemiddeld 0,6%). Waarschijnlijk gaat dit in de dagelijkse sector traag en betreft het uiteindelijk toch vaak de supermarkten waar men al kocht. Echter de verkoop van artikelen als boeken, computers e.d. via internet groeit sterk. Er komen steeds meer vormen van tijdelijke (dag)aanbiedingen op internet. De ALDI verkoopt branchevreemde artikelen om extra klanten te lokken. Deze winkelketen heeft daarom te maken met meer concurrentie op prijs dan voorheen.
- Toenemende oriëntatie op supermarkt: het marktaandeel van supermarkten in het dagelijkse assortiment is toegenomen. Landelijk ligt de oriëntatie wat betreft de food inmiddels op 86%.¹³
- Afname aantal versspecialisten: er is een aanzienlijke afname in onder meer het aantal versspecialisten. Het aantal slagers, groentezaken en in iets mindere mate bakkers is teruggelopen tot ongeveer de helft van wat dat tien jaar geleden was. Prijzenoorlogen versterken dit proces, waarbij overigens echt onderscheidende specialisten met bijzondere service zich redelijk staande kunnen houden.
- Prijsbewuste consument: de consument wordt steeds prijsbewuster doordat er meer informatie is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet of gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijs te vergelijken. Het gevolg hiervan is onder andere dat de supermarkten hun prijzen aanpassen. Hierdoor worden de winstmarges in de supermarktbranche lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken. Na de eerste supermarktoorlog rond 2003/2004 is er de afgelopen jaren opnieuw een zware strijd losgebarsten. Als geheel hebben supermarkten hun positie versterkt (t.o.v. de versspecialisten en drogisterijen). Maar er zijn grote verschillen. De supermarktoorlog heeft het detailhandelslandschap danig verstoord (met als grootste verliezer Laurus, eerst verdween de Edah en sinds medio 2009 ook de Super de Boer). Emté, Jumbo en Plus hebben veel winkels van het Laurus-concern overgenomen en daarmee hun positie versterkt. C1000 is inmiddels sinds 2012 verdeeld onder een aantal formules, met name Jumbo. Ook Coop heeft daarom in de regio oostelijk Noord Brabant/noordelijk Limburg positie gekregen.
- Hard-discounters: wat betreft de zogenaamde hard-discounters is sinds het begin van de jaren negentig te zien dat het marktaandeel stijgt (en in 2010 13,5% bedroeg¹⁴). Slechts tijdens een korte periode gedurende de supermarktoorlog was sprake van enige stagnatie. Er worden landelijk twee hard-discounters onderkend: ALDI en Lidl. Daarnaast zijn er andere supermarktformules die als prijsagressief bekend staan (bijvoorbeeld de NettoMarkt). Naar

¹² GDV staat voor grootschalige detailhandelsvestigingen, winkels met een oppervlak van meer dan 1.500 m²

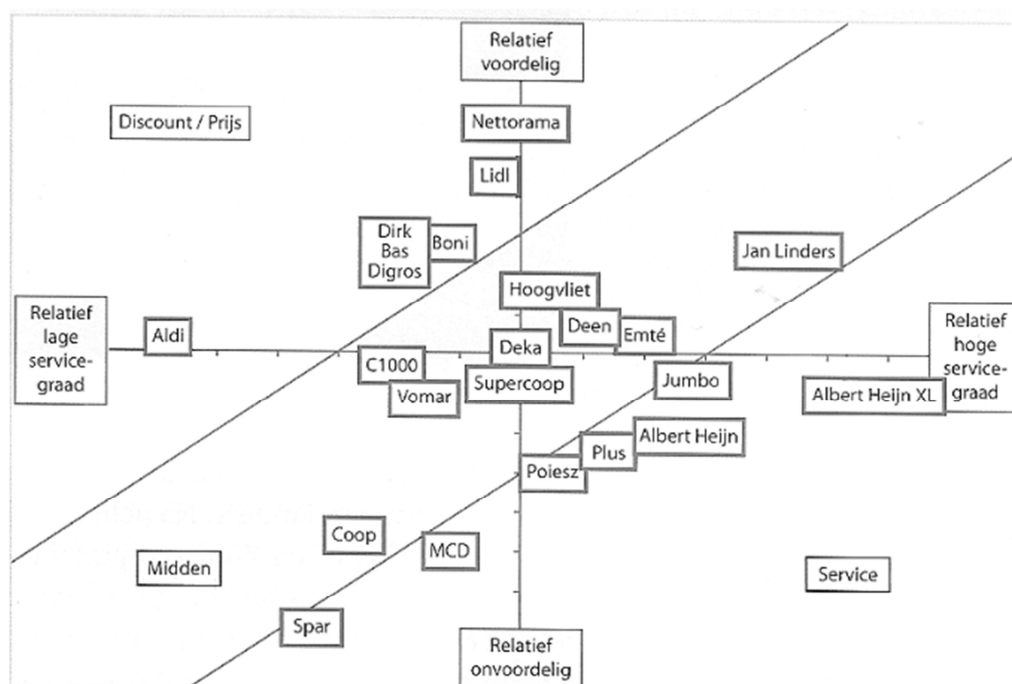
¹³ Bron: Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD)

¹⁴ idem

verwachting zal het marktaandeel van discounters de komende jaren nog verder groeien tot maximaal 15% (zowel ALDI als Lidl openen regelmatig nieuwe winkels door overname of door een nieuwvestiging). Lidl ontwikkelt zich de laatste jaren steeds meer tot een prijsagressieve servicesupermarkt zodat de positie van ALDI meer onderscheidend wordt (zie ook figuur 3.1).

- Winkeltrouw: een ander aspect van de houding van de consument is dat de winkeltrouw afneemt. De consument is steeds minder vast en vasthoudend in de keuze van de winkel. Mensen bezoeken meer formules. Men wisselt op basis van prijs, aanbiedingen, assortiment, sfeer in de winkelomgeving, et cetera.
- Huishoudensamenstelling en krimp: de toenemende vergrijzing, evenals de gezinnen die in de loop der jaren kleiner zijn geworden, zorgen voor behoefte aan andere producten en assortimentssamenstellingen. In krimpsituaties zoals Zuid-Limburg zijn nu al de gevolgen van de vergrijzing zichtbaar. Het voorzieningenniveau kan hierdoor onder druk komen te staan.
- Nota Ruimte: het locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen wordt in deze nota geregeld in één integraal beleid. Het doel van het beleid is om een goede plaats voor ieder bedrijf te bieden, zodat een bijdrage wordt geleverd aan de versterking van de kracht van steden en dorpen. Provincies en gemeenten zijn verantwoordelijk voor een voldoende en gevarieerd op de vraag afgestemd aanbod van locaties voor bedrijven en voorzieningen.¹⁵ (Het gemeentelijk en provinciaal beleid zijn weergegeven in paragraaf 2.4 resp. 2.5).

Figuur 3.1 supermarktpositionering naar prijs- en servicegraad



Bron: Kerstrapport 2013, GfK

3.3 Methodiek draagvlakanalyse

Met behulp van de draagvlakanalyse wordt een beeld verkregen van de commerciële (on)mogelijkheden voor de verhuizing van de ALDI van Horn naar Neer. De marktruimte voor supermarkten wordt berekend door de bestedingen te relateren aan de omzet-/vloerproductiviteit die winkels moeten behalen om rendabel te kunnen functioneren. Dit gebeurt voor dit onderzoek, gezien de vraagstelling, alleen voor de supermarkten.

¹⁵ VROM, Nota Ruimte, 'ruimte voor ontwikkeling', 2006.

De bestedingen zijn bepaald op basis van:

- het aantal inwoners van het primaire verzorgingsgebied in de nieuwe situatie;
- de op inkomen gecorrigeerde gemiddelde bestedingen;
- het aankoopgedrag van de betreffende inwoners: dat wil zeggen de koopkrachtbinding (bestedingen door bewoners binnen het primaire verzorgingsgebied bij supermarkten in datzelfde gebied);
- de koopkrachttoevloeiing (bestedingen van buiten het directe verzorgingsgebied, inclusief toeristische bestedingen).

De draagvlakberekeningen hebben een theoretische invalshoek. Echter, een situatie die in theorie niet haalbaar is, kan in de praktijk prima functioneren. Ondernemers kunnen lagere huisvestingslasten hebben, er andere bedrijfsmatige activiteiten op na houden, of meer klanten hebben dan gemiddeld. Ook kan de winkelformule van landelijke standaarden afwijken of er kan een specifiek assortiment worden gevoerd. De kwantitatieve uitkomsten moeten dus op een juiste wijze geïnterpreteerd worden, rekening houdend met de lokale situatie en ontwikkelingen.

Bij het berekenen van het draagvlak in Neer worden onderstaande uitgangspunten gehanteerd:

Inwoneraantal 2020

De Primosprognose gaat uit van een bevolkingsdaling in de gehele gemeente Leudal van 3,4% tot 2020. Het aantal huishoudens zal juist stijgen met 4,4%.

Wij gaan uit van een daling van het aantal inwoners in het primaire verzorgingsgebied van 3%. Er zijn woningbouwplannen voor bijna 300 woningen, maar deze zijn nodig om de daling van de gemiddelde huishoudensgrootte op te vangen. Het totaal aantal inwoners van de kernen Buggenum, Haelen, Horn, Kessel, Kesseleik, Neer, Nunhem en Roggel plus de verspreide huizen binnen 7 km van Neer was in 2009 in totaal circa 20.500.¹⁶ De prognose voor 2020 op basis van het voorgaande is circa 19.800 inwoners.

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

De koopkrachtbinding voor artikelen in de dagelijkse detailhandelsector is in de kern Neer niet precies bekend. Daarom vormen landelijke gegevens – bijvoorbeeld uit regionale koopstroomonderzoeken elders – en ervaringsgegevens van ons eigen adviesbureau, het uitgangspunt. Wij vullen dit aan door ervaringen die in den lande zijn opgedaan voor kernen van 2.500 – 3.500 inwoners. Hierbij houden wij rekening met het gegeven dat Neer op een (hemelsbrede) afstand van ongeveer acht km ligt van een grotere kern als Heythuysen. Andere grotere kernen als Panningen liggen op een nog grotere afstand.

De bandbreedte in de koopkrachtbinding ontstaat door verschillende oorzaken. De belangrijkste redenen zijn vaak: het supermarktaanbod en de omvang, verscheidenheid en kwaliteit en mate van concentratie van het overige aanbod. Bij dit alles moet het gedrag worden betrokken van de kritische consument die voor het boodschappen doen een hoge kwaliteit eist en er weinig tijd voor over heeft (one-stop-shopping). Wat betreft het supermarktaanbod is relevant welke formules er aanwezig zijn. Combinaties van full-service met discount behalen meestal de meeste binding. In Heythuysen zitten ALDI, Lidl en Jumbo op korte afstand van elkaar. In Panningen zijn ALDI en Jan Linders, burens. Ook is er een combinatie tussen Albert Heijn en Lidl.

Op dit moment is in het primaire verzorgingsgebied al een ALDI gevestigd. Door de verhuizing wijzigt het verzorgingsgebied (zie §2.3). De binding van consumenten uit Horn zal lager worden omdat een supermarkt uit de eigen kern vertrekt naar een andere kern op een afstand die nog iets groter is dan die naar Heythuysen (met meer supermarktaanbod). Voor consumenten uit Haelen verandert er niet veel voor wat betreft aanbodalternatieven en rijafstanden naar discounters.

¹⁶ Bron: www.cbsinuwbuurt.nl

Naast de lokale koopkrachtbinding is er ook sprake van koopkrachttoevloeiing. Deze toevloeiing zal beperkt zijn. Dit komt door het volwaardige en grotere aanbod in plaatsen direct buiten het verzorgingsgebied. Er zal enige toevloeiing zijn van de semi-permanente bewoning van delen van de recreatieterreinen in de omgeving (zie pagina 4 van dit onderzoek). Hierbij speelt mee dat de betreffende supermarktllocaties (Jan Linders in Roggel, ALDI en Spar in Neer) goed bereikbaar zijn en bovendien (straks) beschikken over voldoende parkeerruimte. Aan de andere kant is met name de Spar vrij klein en beschikt de Leistert over een eigen campingsuper. Bovendien ligt de Leistert dichtbij Heythuysen. Een voorzichtige conclusie (gebaseerd op ervaringen elders) wat betreft recreanten en toeristen is dat er jaarlijks ongeveer € 1,2 miljoen aan bestedingen in het primaire verzorgingsgebied uit voortkomen (inclusief de luxe vakantieboerderijen op de Leistert). Hiermee worden vooral de directe bestedingen bij supermarkten bedoeld. Er is ook enige toevloeiing mogelijk voor met name de ALDI omdat deze langs een belangrijke doorgaande weg (Napoleonsroute) ligt.

Daarnaast is er het zogenaamde 'derde kanaal'. Winkels in het primaire verzorgingsgebied leveren hierbij producten aan ondernemingen in de horeca en toeristische sector. Deze zijn in de berekening verder buiten beschouwing gelaten (en zijn dus als 'extra' te zien).

Gemiddelde vloerproductiviteit

Het HBD hanteert een landelijk gemiddelde vloerproductiviteit voor supermarkten van € 8.737,- per m² per jaar (inclusief 8% btw).¹⁷ De vloerproductiviteiten in Neer e.o. zullen echter lager kunnen zijn dan de landelijke gemiddelden. In dorpssituaties is dit vaker geconstateerd. Het niveau van een kleine dorpssuper (bijvoorbeeld Spar¹⁸) is vergelijkbaar met een buurtsupermarkt (+/- 500 m² wvo) of een kleine full-service supermarkt (+/- 750 m² wvo). Uit onderzoek is gebleken dat de vloerproductiviteit voor deze supermarkten 20 – 30% (en nog wel meer) lager liggen. Dit blijkt ook uit gesprekken die Seinpost heeft met betrokkenen en uit onze analyse in het gebied. Het niveauverschil tussen dit soort supermarkten (500 – 800 m² wvo) en volwaardige full service-supermarkten (vanaf 1.200 m²) is anno 2011 nog steeds groot. Dit hoeft voor het functioneren echter geen probleem te zijn omdat de kosten ook lager liggen dan in grote steden. Bovendien haalt bijvoorbeeld een Spar extra omzet door zijn sterke versafdelingen die voorheen normaal gesproken bij versspecialisten werden aangeboden. Wij gaan daarom uit van een 20-25% lagere vloerproductiviteit dan landelijk gemiddeld voor zowel de bestaande als de te verplaatsen supermarkten. Supermarkten kunnen in dit soort situaties met iets lagere omzetten genoegen nemen omdat de huisvestingskosten lager zijn.

Besteding aan dagelijkse artikelen

Per hoofd van de bevolking wordt gemiddeld € 2.452,- (inclusief btw) besteed aan goederen in de dagelijkse sector.¹⁹ De dagelijkse aankopen omvatten voedings- en genotmiddelen, papierwaren, cosmetische producten en was- en reinigingsartikelen. Wij houden geen rekening met bestedingen bij supermarkten door bijvoorbeeld instellingen of via het zogenaamde 'derde kanaal' aan horeca. Wanneer zich dat voordoet, zijn dit extra omzetten.

De gemiddelde inkomens in het primaire verzorgingsgebied van Neer zagen er volgens CBS-gegevens²⁰ in 2011 (het meest recente beschikbare jaar) als volgt uit:

¹⁷ Bron: HBD, 'Omzetkentalen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' (augustus 2013). 8% is een gewogen gemiddelde (gebaseerd op het omzetdeel) tussen de 6% voor voedingsmiddelen en 19% voor de diverse non food-artikelen die supermarkten verkopen.

¹⁸ Spar kan goed functioneren met een vloerproductiviteit van € 6000,-.

¹⁹ Bron: HBD, 'Omzetkentalen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' (augustus 2013), exclusief ambulante handel en internet.

²⁰ www.cbsinuwbuurt.nl

	gem inkomen	aantal inwoners
Buggenum	€ 21.000	970
Haelen	€ 21.800	4.325
Horn	€ 22.400	3.940
Kessel	€ 20.600	3.005
Kesseleik	€ 18.700	765
Neer	€ 20.000	2.670
Nunhem	€ 22.400	640
Roggel	€ 21.400	3.620
<i>Nederland</i>	<i>€ 21.700</i>	<i>16.655.800</i>

Dit gegeven is relevant voor de bestedingen in de dagelijkse sector. Daarom passen we een correctie (gewogen naar inwonertal) toe op de bestedingen. Dit percentage is 2% onder het Nederlands gemiddelde voor het hele verzorgingsgebied. De uiteindelijke correctie is 0,25 keer het percentage van 2%, omdat de bestedingen aan dagelijkse artikelen tamelijk inelastisch zijn (dat wil zeggen dat mensen bij een inkomensdaling van 1% ongeveer 0,25% minder aan dagelijkse artikelen uitgeven).

De bestedingen (in de dagelijkse sector) bij supermarkten hebben de afgelopen jaren een stijgende lijn vertoond. Het laatste jaar is er een zeer beperkte stijging. Wij gaan er in onze berekeningen vanuit dat de stijging in de toekomst vooralsnog beperkt is. In de rekenmethodiek blijven daarmee de gehanteerde bestedingen in deze rapportage op het (nominale) niveau van 2013 zoals aangegeven door het HBD.

Kooporiëntatie supermarkt versus speciaalzaken

Landelijk is de kooporiëntatie op de supermarkt zo'n 81%.²¹ In kleine kernen hangt de binding primair af van de volledigheid van het aanbod aan (vers)speciaalzaken. Meestal is de positie van de speciaalzaak er (nog) beter omdat er meer klantentrouw is. Voorwaarde is dan wel dat het aanbod ruimtelijk goed aansluit bij de supermarkt (concentratie) en van een kwalitatief hoog peil is. Wij hebben geconstateerd dat het dagelijkse aanbod in Neer niet volledig is (bijvoorbeeld ontbreken drogist en a.g.f.) en redelijk tot goed van kwaliteit. De relatie tussen de dagelijkse (vers)specialisten en de Spar is nu niet sterk: de loopafstand is minimaal 150 meter (Echte Bakker-Spar). Om optimaal te profiteren zouden de afstanden onderling maximaal zo'n 50 m mogen zijn. Meestal gaat dit ten kosten van de omzet van de speciaalzaken. In Neer zal daarom minimaal 85% van de bestedingen bij de supermarkt terecht komen. Bij de vestiging van een hard-discounter zal dit nog iets verder gaan oplopen. Het gaat hierbij om een relatieve verhouding (tussen speciaalzaken en supermarkten). Omdat ook de totale gebonden bestedingen (binding en toevloeiing) zullen oplopen zal het bedrag dat wordt besteed bij speciaalzaken gelijk kunnen blijven. Voor de aankopen bij een discounter hoeft men immers niet meer buiten de gemeente boodschappen te doen. MKB-ondernemers die op de nieuwe situatie inspelen, profiteren het meest.

Voor het totale verzorgingsgebied gaan wij uit van een oriëntatie van 83% op de supermarkten gezien het aanbod aan supermarkten in Haelen en Neer (straks in beide plaatsen twee) en het niet-complete aanbod (vers)specialisten en het ontbreken van drogisterijen.

3.4 Berekening

Met behulp van voorgaande uitgangspunten berekenen we de bestedingen in het primaire verzorgingsgebied van Neer (Neer plus de kernen binnen 7 km). Daarmee samenhangend wordt ook de mogelijke hoeveelheid supermarktruimte beredeneerd. We houden daarbij rekening met de

²¹ Bron: HBD. Dit is inclusief het drogisterijdeel. Wat betreft sec de foodsector is de oriëntatie bij supermarkten al opgelopen tot 86%.

volgende parameters:

- We rekenen met de geschatte inwoneraantallen van 2020 zodat de krimp van de bevolking de komende tien jaar is ingecalculeerd;
- Wij houden de bestedingen per hoofd voor de komende 10 jaar op een nominaal niveau. In de afgelopen 10 jaren was sprake van een reële stijging. Een eventuele reële stijging in de toekomst helpt investeringen beter te renderen;
- Omdat het gemiddelde inkomen in het primaire verzorgingsgebied lager is (en blijft) dan het Nederlandse gemiddelde, zullen de jaarlijkse bestedingen per hoofd in de dagelijkse sector bij winkels niet € 2.452,- (inclusief btw) zijn maar € 2.439,-;²²
- De vloerproductiviteit van de supermarkten is in Neer e.o. naar schatting (gemiddeld) circa 23% lager dan het landelijk gemiddelde en bedraagt daarom € 6.826,-;
- De koopkrachtbinding is op een ondergemiddeld niveau gezien het niet-complete dagelijkse aanbod;
- Een discounter als ALDI van 1000 m² wvo heeft ca. 150 m² wvo die niet toerekenbaar zijn aan de dagelijkse artikelen (branchevreemd).

Tabel 3.1 geeft de maximaal haalbare marktruimte in 2020 weer, dus uitgaande van de hoge percentages als het gaat om de binding en toevloeiing. De berekening is anderzijds 'conservatief' omdat de bevolkingsdaling is ingecalculeerd en we niet uitgaan van een stijging van de bestedingen door consumenten bij supermarkten. De afgelopen tien jaar was van dat laatste juist wel sprake. Ook is gerekend met een oriëntatie van 6% op de markt voor het kopen van dagelijkse boodschappen. In Neer e.o. zijn geen volwaardige versmarkten, dus mogelijk is de oriëntatie op de markt nog lager dan 6%.

Tabel 3.1 Maximale marktruimte supermarkten primaire verzorgingsgebied Neer	
<i>Aantal inwoners (2020)</i>	19.800
<i>Bestedingen per hoofd dag. art. (€ incl. btw)</i>	2.428
<i>Aandeel supermarkt</i>	85-86%
<i>Binding primaire verzorgingsgebied</i>	70-75%
<i>Toevloeiing²³</i>	5-10%
<i>Lokaal gebonden bestedingen bij supermarkten (x € 1 mln.)</i>	34,5
<i>Bestedingen door toevloeiing bij supermarkten (x € 1 mln.)</i>	3,8
<i>Bestedingen totaal (x € 1 mln.)</i>	38,3
<i>Huidige m² wvo supermarkt</i>	5.018 ²⁴
<i>Mogelijk (berekend maximaal) m² wvo (2020)</i>	5.150
Saldo m² wvo	132

Er blijkt een beperkt overschot (28 m² wvo) te zijn aan marktruimte in 2020. De marktruimte in de toekomst is wat kleiner dan nu. Dit komt met name door de bevolkingsdaling in de regio. Echter als de bestedingen bij supermarkten (het marktaandeel) verder stijgen, kan het één het ander opheffen.

Wat betreft de verplaatsing van de ALDI is er sprake van een aantal overwegingen:

- de ALDI is nu 1.010 m² wvo (bron: Locatus) of 950 m² wvo (bron: Supermarktids) en wordt na de verhuizing 823 m² wvo (opgave ALDI). Daarmee daalt het totale oppervlakte aan

²² Gewogen gemiddeld 4,4%, gecorrigeerd voor de inkomenselasticiteit van dagelijkse artikelen is 1,1%

²³ Inclusief toevloeiing door toeristische bestedingen (ca. € 1,2 miljoen)

²⁴ 150 m² wvo bij de ALDI niet meegerekend i.v.m. producten non-food

- supermarkten door deze ontwikkeling licht en is er dus zeker geen sprake van uitbreiding²⁵;
- de ALDI komt meer centraal in het verzorgingsgebied van Neer te liggen, op relatief grote afstanden van kernen met een discountsupermarkt en daarmee zal de koopkrachtbinding voor de bestaande supermarkten en speciaalzaken als totaal verbeteren²⁶;
 - het Nederlands gemiddeld benodigd aantal consumenten voor een discounter bedraagt zo'n 10.000 tot 12.000. Dit aantal is ruimschoots aanwezig.

²⁵ De ALDI zorgt voor een alternatieve invulling op de huidige locatie zolang het huurcontract geldt. Bovendien wordt 835 m² bvo worden definitief uit de markt genomen in Neer (locatie hoek Steeg/Winterstraat).

²⁶ In feite komt dit ook ten goede aan het woon- en leefklimaat in Neer e.o. omdat door een betere spreiding van discounters de afstanden voor de consument naar de dichtstbijzijnde discounter gemiddeld genomen vermindert.

4 Conclusie

ALDI Vastgoed heeft het plan opgevat om de bestaande supermarkt van Horn naar Neer te verplaatsen. Dit houdt in dat het verzorgingsgebied van deze vestiging verandert: plaatsen als Heel en Wessem zullen straks buiten het verzorgingsgebied van deze ALDI liggen, terwijl Kessel er binnen valt. Maar voor Heel en Wessem zijn er alternatieven op korte afstand. Feitelijk was er sprake van te veel overlap van verzorgingsgebieden op basis van de bestaande spreiding van discountersupermarkten.

Op basis van een inventarisatie (Locatus-gegevens en lokale verkenning), trends en ontwikkelingen en een distributieplanologische berekening waarin reële uitgangspunten (specifiek voor de situatie in Neer) worden gehanteerd, kunnen puntsgewijs de volgende conclusies worden getrokken:

- Er is in heel geringe mate sprake van toevoeging van vierkante meters winkelvloeroppervlak, en bovendien op basis van een verplaatsing van de supermarkt zelf met een geringe afname in metrage (van 1010 m² wvo naar 823 m² wvo). Op de achterblijvende locatie wordt gedurende de periode van het huurcontract (tot mei 2019) door ALDI gezicht naar een huurder, in Neer wordt op de locatie Steeg/Winterstraat 835 m² detailhandelsbestemming concreet uit de markt genomen (zie kaart Bijlage 2);
- De spreiding van discounters in het gebied verbetert. Voor de consument verbetert de detailhandelsstructuur;
- Ook vanuit het gezichtspunt van de bestaande aanbieders verbetert de situatie. Door de verplaatsing stijgt de koopkrachtbinding voor bestaande supermarkten en speciaalzaken in Neer e.o. Immers, de consument hoeft nu niet meer naar Heythuysen of Panningen te gaan om een discounter te vinden;
- De berekende marktruimte voor supermarkten in Neer e.o. in 2020 is toereikend. Eén en ander is afhankelijk van de bevolkingsontwikkeling en de ontwikkelingen in bestedingen bij supermarkten;
- Knelpunten in de (toekomstige) marktruimte doen zich eerder voor bij de full service-supermarkten dan bij de discounters: er is voldoende draagvlak in de omgeving voor een discounter.

Bijlage 1 Overzicht bestaande supermarkten rond Neer (opname 2011)

Tabel B1.0 Overzichtstabel bestaande supermarkten in en rond Neer (<7km)								
	Spar Neer	Coop Haelen	Jan Linders Haelen	ALDI Heythuysen	Lidl Heythuysen	Super de Boer Heythuysen	Jan Linders Roggel	Coop Kessel
<i>Bereikbaarheid vanuit Neer auto*</i>	++ 675 m	+ 3,5 km	+ 3,5 km	-- 11,3 km	-- 11,5 km	-- 11,0 km	+/- 6,0 km	- 8,9 km
<i>Parkeren</i>	+/-	++	+/-	++	++	++	-	+/-
<i>Formaat supermarkt**</i>	-	+	+	++	++	+	+/-	+/-
<i>Kassa's (bezet 18-3)</i>	3 (2)	4 (2)	4 (3)	4 (1)	4 (1)	6 (2)	4 (1)	5 (3)
<i>Drukbeeld 18-03-2011 ochtend/ vroeg middag</i>	rustig	rustig	gemiddeld	gemiddeld	zeer rustig	rustig	rustig	rustig
<i>Interieur</i>	+	+	+	+/-	+/-	+	-	-
<i>Assortiment</i>	+/-	+	+	++	++	+	+	+
<i>Versafdeling</i>	+	+/-	+	+/-	+	++	+/-	+/-
<i>Exterieur</i>	+	+	+	+/-	+/-	+	+	***
<i>Andere winkels in omgeving</i>	--	-	-	+	+	+	++	--

* *Snelste* route volgens ANWB-routeplanner vanaf adres Napoleonsweg 116. ** T.ov. de huidige norm voor een full service-supermarkt (1.200 m²) of discountsupermarkt (800 m²).

*** Op het moment van bezoeken werd de supermarkt geschilderd.

Naast de supermarktformules in dit overzicht is er nog sprake van een zelfstandige supermarkt in Horn (Vermeulen, 400 m²). Het betreft een kleine supermarkt die geen onderdeel uitmaakt van een formule.

Bijlage 2 Onttrekking bestemming detailhandel Neer



Op de locatie in Neer (hoek Steeg/Winterstraat) die met de pijl staat aangeduid, neemt ALDI 835 m² detailhandel uit de markt.