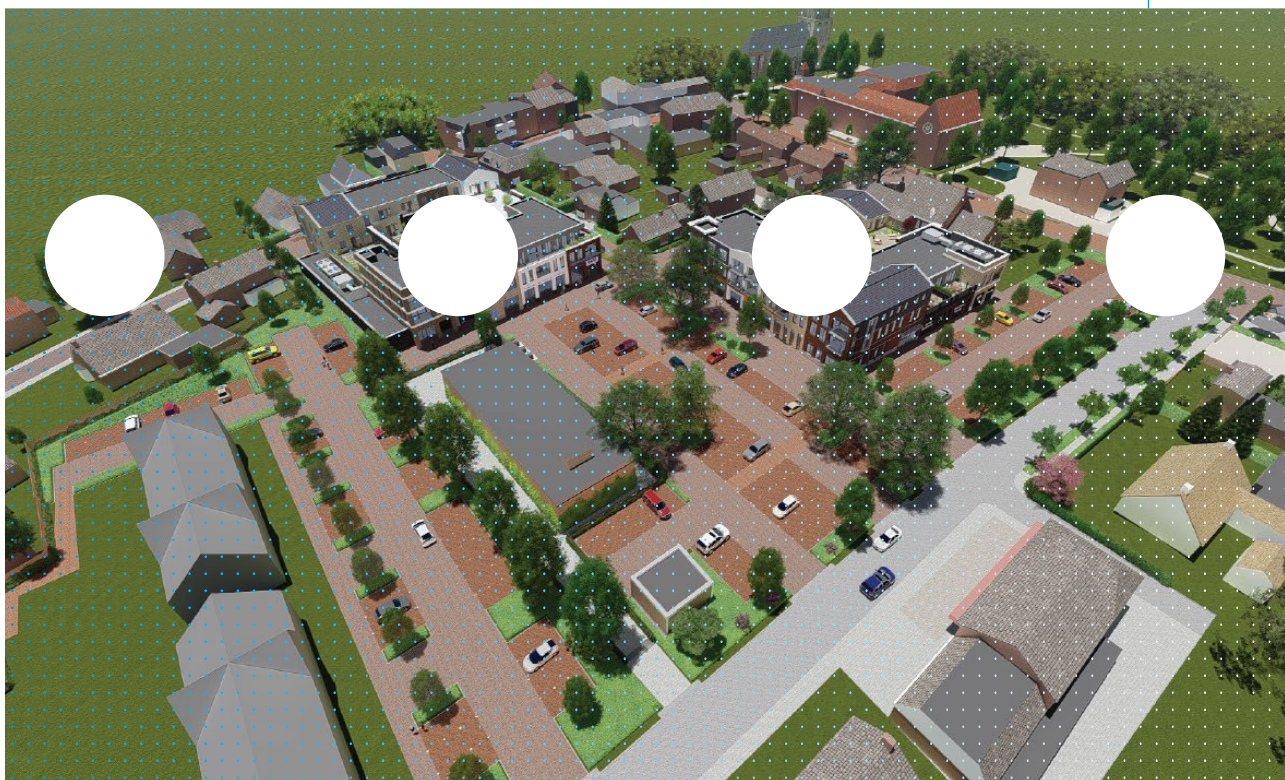


**stec
groep**



Laddertoets Masterplan Didam

Stec Groep aan Bruil Groenstaete Projectontwikkeling

Hub Ploem en Maartje Lucassen
14 mei 2020

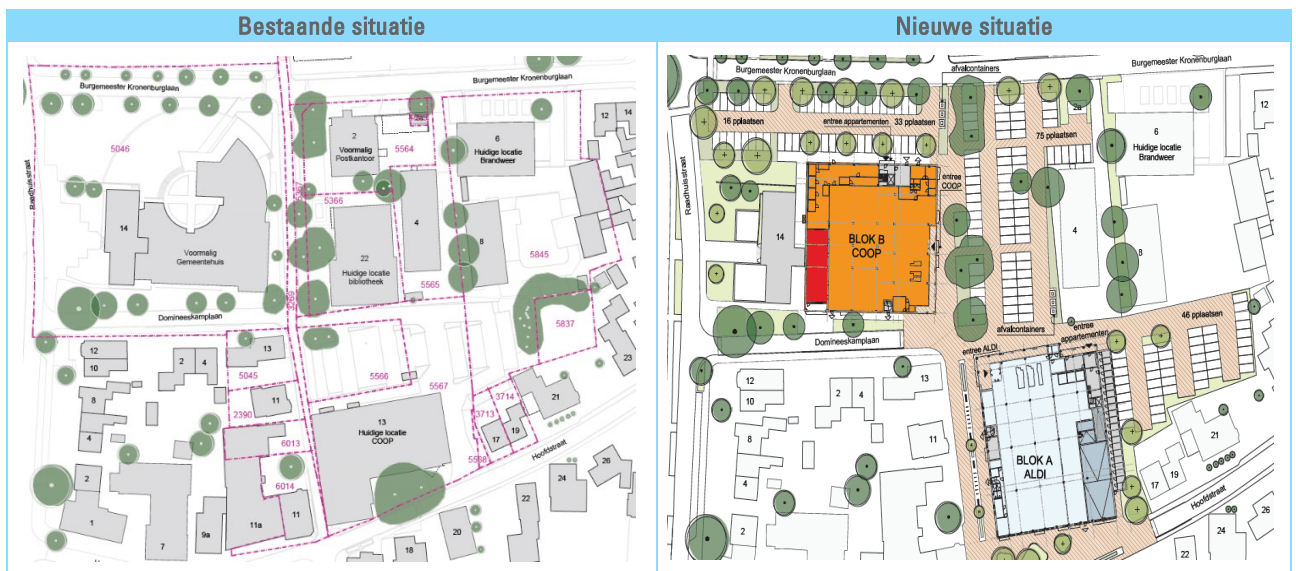
Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Aanleiding.....	3
1.2	Opzet Laddertoets	3
2	Uitgangspunten	4
2.1	Ladder als motiveringseis voor nieuwe stedelijke ontwikkelingen	4
2.2	Beoogd bestemmingsplan centrum Didam maakt een ‘nieuwe’ stedelijke ontwikkeling mogelijk.....	4
2.3	Verplaatsing supermarkten Didam is ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied.....	5
3	Ruimtelijke structuur	6
3.1	Verzorgingsgebied supermarkten: Didam, Loil en Nieuw-Dijk	6
3.2	Supmarktstructuur Didam.....	7
4	Behoefte	11
4.1	Trends en ontwikkelingen	11
4.2	Distributieplanologisch onderzoek.....	12
4.3	Ruimtelijke effecten	14

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

U bent bezig met de herontwikkeling van het gebied rondom de Schoolstraat in Didam. De plannen hebben als doel het centrumgebied van Didam te versterken. Hiervoor is het voornemen twee bestaande supermarkten te verplaatsen. De Supercoop wordt verplaatst naar het voormalige gemeentehuis. Daarbij wordt de vestiging uitgebreid tot circa 1.215 m² wvo (+230 m² wvo). De Aldi verplaatst naar de huidige Supercoop-locatie en wordt daarbij uitgebreid tot circa 1.055 m² wvo (+530 m² wvo). In totaal wordt er dus 760 m² wvo supermarkt toegevoegd. Daarnaast wordt in het bestemmingsplan een afwijkingbevoegdheid opgenomen waarmee 10% kan worden afgeweken van de aangegeven oppervlaktes. Dit betekent dat er nog zo'n 225 m² wvo supermarkt extra kan worden toegevoegd. In totaal bedraagt het te toetsen oppervlak daarom 985 m² wvo. Op de plek van de bibliotheek en het voormalig postkantoor worden parkeerplaatsen gerealiseerd. Ook worden er boven de supermarkten 37 appartementen gerealiseerd. Deze nemen we niet mee in dit onderzoek.



DTNP heeft in 2018 onderzoek gedaan naar de behoefte en mogelijke effecten van het plan. Om de plannen (planologisch) mogelijk te maken is een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk. Bij een bestemmingsplanwijziging is een onderbouwing van de Ladder voor duurzame verstedelijking (hierna: Ladder) noodzakelijk. In dit rapport stellen we daarom een behoefteonderzoek op waarbij de marktpotentie en mogelijke effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de supermarkten worden onderzocht.

1.2 Opzet Laddertoets

- In hoofdstuk 2 zetten we de uitgangspunten vanuit de Ladder en het plan op een rij. We gaan hierbij in op de Laddersystematiek en bepalen in dit hoofdstuk ook het relevante verzorgingsgebied waarbinnen mogelijke ruimtelijke effecten zich voor kunnen doen.
- In hoofdstuk 3 bespreken we trends en ontwikkelingen in de supermarktbranche en bepalen we de kwantitatieve en kwalitatieve behoefte aan het plan. Dit doen we onder andere op basis van distributieplanologisch onderzoek.
- Ten slotte bespreken we de mogelijke ruimtelijke effecten die het plan met zich meebrengt. We gaan hierbij onder andere in op mogelijke leegstandseffecten en de effecten op de dagelijkse markt binnen het relevante verzorgingsgebied.

2 Uitgangspunten

2.1 Ladder als motiveringseis voor nieuwe stedelijke ontwikkelingen

De Ladder is een motiveringsvereiste voor ruimtelijke plannen die een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maken. In de toelichting van het bestemmingsplan dient dan een motivering voor de Ladder te zijn opgenomen. Sinds 1 juli 2017 is de Laddersystematiek in het Besluit ruimtelijk ordening (Bro) gewijzigd. De Ladder is verankerd in artikel 3.1.6. lid 2 Bro en luidt als volgt:

‘De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien’.

De Ladder is alleen van toepassing op een plan dat een ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ mogelijk maakt. Is dit het geval dan is een beschrijving van de behoefte nodig. Voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied is een uitgebreidere motivering vereist waarin wordt ingegaan op de vraag waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in de behoefte kan worden voorzien.

Om de vereisten van de Ladder te bepalen gaan we hierna achtereenvolgens in op de vraag (1) of er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling en (2) of de ontwikkeling binnen of buiten bestaand stedelijk gebied is gelegen.

2.2 Beoogd bestemmingsplan centrum Didam maakt een ‘nieuwe’ stedelijke ontwikkeling mogelijk

Is er sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling (NSO), dan is een plan Ladderplichtig. Een stedelijke ontwikkeling wordt in artikel 1.1.1 Bro gedefinieerd als een:

‘Ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijk voorzieningen’.

In het Bro is geen ondergrens voor de minimale omvang vastgesteld, jurisprudentie geeft meer duidelijkheid. Bij wonen geldt bijvoorbeeld dat in beginsel sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling bij een woningbouwlocatie vanaf 12 woningen. Voor andere stedelijke voorzieningen volgt uit jurisprudentie dat van een nieuwe stedelijke ontwikkeling sprake is bij uitbreiding van 400 m² tot 500 m² bvo. Uw bouwplan voorziet in een toevoeging van circa 1.500 m² bvo (de afwijkingmogelijkheid van 10% maakt dat het bestemmingsplan de mogelijkheid biedt voor 1.815 m² bvo). Hierdoor bestempelen we de verplaatsing en uitbreiding van de supermarkten (in combinatie met de appartementen en parkeer-voorzieningen) als een stedelijke ontwikkeling.

De verplaatsing van de supermarkten is bovendien een **nieuwe** stedelijke ontwikkeling. Daarvan is in beginsel sprake als een nieuw bestemmingsplan meer bebouwing mogelijk maakt dan binnen het huidige planologische regime mogelijk is, of als er een functiewijziging van zodanige aard en omvang plaats vindt dat om die reden sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. In dit geval is sprake van beide. De beoogde ontwikkeling leidt tot een toename van de bebouwingsmogelijkheden en de bestemming wordt gewijzigd van ‘maatschappelijk’ en ‘verkeer’ naar ‘detailhandel’.

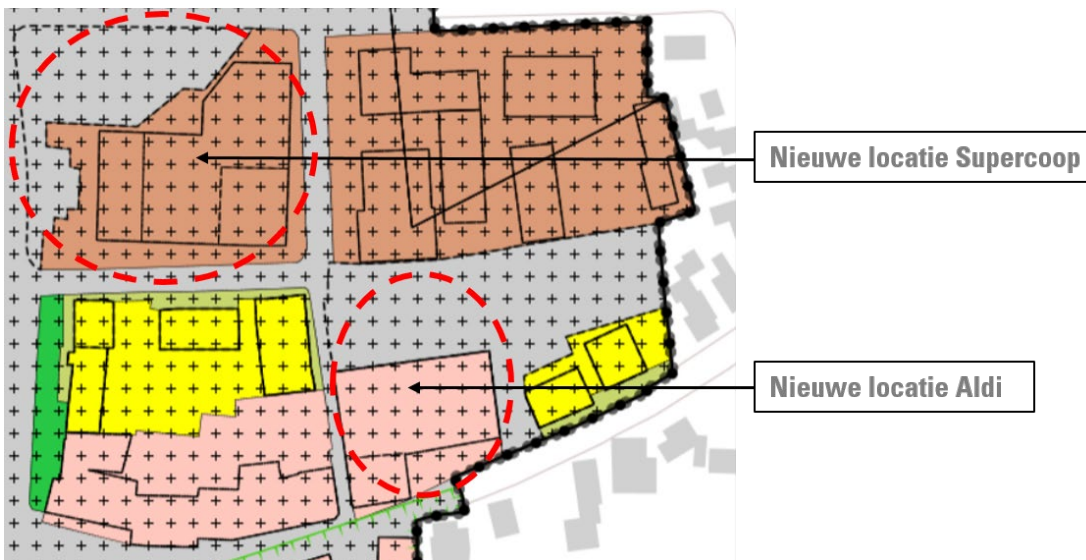
2.3 Verplaatsing supermarkten Didam is ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied

Voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijke gebied (BSG) is extra motivering vereist. Daarom checken we hier of het plan voor de verplaatsing van de supermarkten een ontwikkeling binnen BSG betreft. In artikel 1.1.1 Bro geeft als definitie:

‘Bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur’.

Vast staat dat in het bestaande bestemmingsplan ‘Centrum Didam 2010’ aan het plangebied de bestemming ‘maatschappelijk’, ‘verkeer’ en ‘centrum’ is toegekend. Gelet hierop en gelet op de ligging in het centrum van Didam ligt het plangebied binnen het bestaand stedelijk gebied. Hierdoor geldt de verzwaarde motiveringsplicht voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied niet.

Figuur 1: Overzicht bestaande bestemmingen plangebied



Bron: Ruimtelijkeplannen.nl

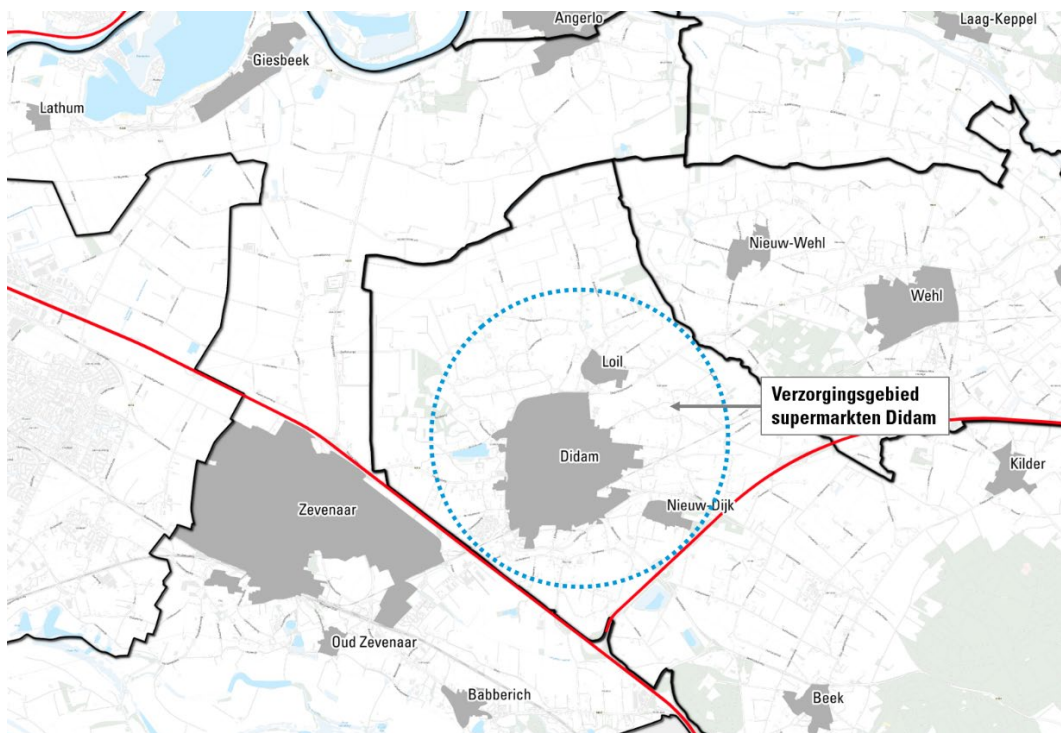
3 Ruimtelijke structuur

3.1 Verzorgingsgebied supermarkten: Didam, Loil en Nieuw-Dijk

Het verzorgingsgebied voor supermarkten is afhankelijk van de omvang van een supermarkt, de reikwijdte van de betreffende formule en het aanwezige supermarktaanbod in de omgeving. Uit consumentenonderzoek van Deloitte (2019) blijkt dat een (full service) supermarkt een marktgebied bedient binnen een straal van circa 2 kilometer, afhankelijk van de formule (discounter of full service) en soort winkelgebied (buurtsupermarkt of XXL-formule). Wanneer we de reikwijdte van de supermarkten in Didam bekijken, constateren we dat het gehele woongebied van de kernen Didam, Loil en Nieuw-Dijk binnen een straal van 2 kilometer vallen (zie onderstaande figuur). Gezien de afstand van deze kernen tot andere kernen en uitgaande van een compleet (en versterkt) supermarktaanbod hebben inwoners van deze kernen geen directe aanleiding om elders hun boodschappen te doen.

Op basis van het koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen (2016) blijkt dat in de gemeente Montferland voor de dagelijkse sector sprake is van 81% binding. Dit betekent dat inwoners van de gemeente Montferland een relatief groot deel van hun dagelijkse inkopen, waaronder supermarktaankopen, in de eigen gemeente doen. Omdat Didam de grootste kern van de gemeente Montferland is, ligt dit percentage in Didam mogelijk nog hoger (door de grote aantrekkingskracht). Uit koopstromen blijkt dus dat de consumenten voor hun dagelijkse inkopen lokaal georiënteerd zijn. Dit geldt ook voor inwoners uit de omliggende kernen Wehl en Zevenaar. Beide kernen beschikken over minimaal twee supermarkten en ook hier is de binding voor de dagelijkse sector hoog (binding in dagelijkse sector is in gemeente Zevenaar bijvoorbeeld 73%). Afgaande op bovenstaande stellen we het verzorgingsgebied voor de supermarkten in Didam vast op de kernen: **Didam, Loil en Nieuw-Dijk**. Hiermee sluiten we aan bij het eerder uitgevoerde onderzoek van DTNP (2018).

Figuur 2: Verzorgingsgebied supermarkten Didam



Bron: Stec Groep, 2020.

3.2 Supmarktstructuur Didam

Om de mogelijke ruimtelijke effecten te beoordelen is het van belang de bestaande winkelstructuur duidelijk in beeld te brengen. We zoomen daarbij specifiek in op de supermarkten.

Binnen het dagelijkse aanbod is de supermarktbranche in Didam dominant. Het verzorgingsgebied beschikt over circa 3.535 m² wvo supermarktaanbod (70% van het dagelijkse aanbod). Landelijk bedraagt het supermarktaanbod circa 260 m² per 1.000 inwoners. In het verzorgingsgebied is dit circa 210 m² wvo per 1.000 inwoners. Hiermee ligt het supermarktaanbod onder het landelijk gemiddelde.

In onderstaande tabel is weergegeven over welke winkelgebieden de dagelijkse winkelmeters zijn verdeeld. Daarnaast hebben we onderscheid gemaakt naar supermarktaanbod per winkelgebied. Daarin valt op dat het aanbod supermarkten geconcentreerd is in verschillende winkelgebieden. Het meeste supermarktaanbod is momenteel in het centrum van Didam gelegen (1.710 m² wvo). Daarnaast valt op dat circa 40% van het supermarkt aanbod op een verspreide locatie aanwezig is (solitaire locatie, niet in een winkelgebied). Dit betreft één vestiging, de locatie van Albert Heijn aan de Leliestraat (1.300 m² wvo). Met het plan om de supermarkten Supercoop en Aldi te vergroten en meer te concentreren in het centrum van Didam wordt het supermarktmarktaanbod versterkt.

Tabel 1: Verdeling WVO in m² per branche en winkelgebied

Winkelgebied	Dagelijks	Waarvan supermarkt...
Centrum Didam	3.000	1.710
Kerkstraat Didam	580	525
Verspreid aanbod	1.440	1.300
Totaal	5.020	3.535

Bron: Locatus, december 2019. Oppervlakten afronden op 5-tallen.

In het verzorgingsgebied zijn vier supermarkten gevestigd. De diversiteit onder de supermarkten is groot. Er is aanbod van fullservice (Albert Heijn) en verschillende type discountsupermarkten (Aldi en Nettorama). In het nieuwe plan worden de Supercoop en Aldi beide uitgebreid met respectievelijk 230 m² wvo en 530 m² wvo. Daarnaast mag er nog circa 225 m² extra supermarkt worden toegevoegd door een afwijkingsbevoegdheid. Ook supermarkt Nettorama heeft uitbreidingsplannen. De supermarkt wil uitbreiden met zo'n 675 m² wvo.

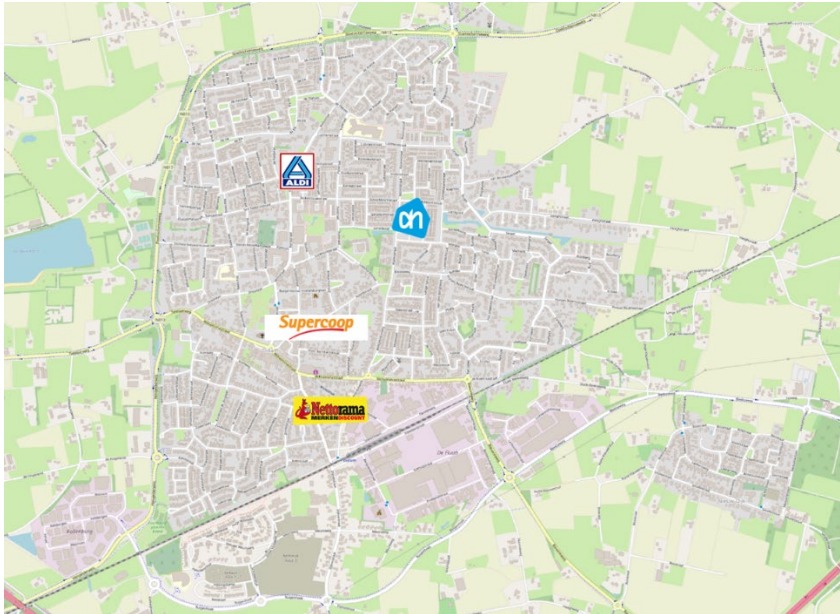
Tabel 3: Supermarkten in Didam

Naam/formule	Winkelgebied	Omvang in m ² wvo
Albert Heijn	Verspreid	1.300
Supercoop	Centrum Didam	985
Nettorama	Centrum Didam	725
Aldi	Kerstraat Didam	525
Totaal		3.535

Bron: Locatus, december 2019. Oppervlakten afronden op 5-tallen.

De spreiding van het huidige supermarktaanbod is goed. In onderstaande figuur geven we weer waar de supermarkten gevestigd zijn. Al het supermarktmarkt aanbod is gevestigd in de kern van Didam. Het centrum beschikt over een Supercoop die als trekker dient. Versterking van het supermarktaanbod in het centrum heeft positieve effecten voor andere winkels en voorzieningen in het centrum van Didam.

Figuur 3: Spreiding supermarkten Didam

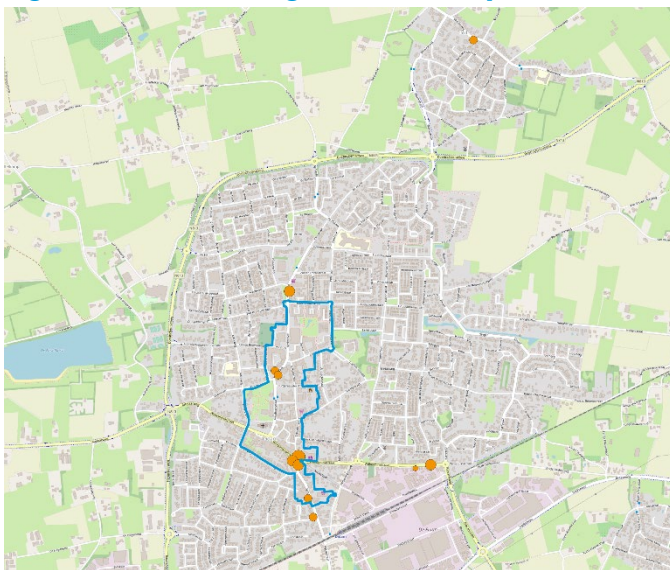


Bron: Locatus, december 2019.

Leegstand centrum Didam beperkt

De winkelleegstand in Didam bedraagt momenteel circa 1.525 m² vwo (bron: Locatus, 2019). De leegstaande panden zijn over het algemeen kleinschalig. Het grootste leegstaande pand heeft een oppervlakte van ongeveer 400 m² vwo (winkelvloeroppervlakte van de begane grond van voormalige Rabobank¹). Hierdoor is invulling met supermarktmeters in bestaand leegstaand vastgoed geen optie (geen marktconforme maten). Het overgrote deel van de leegstand ligt buiten de (kern)winkelgebieden van Didam. Er lijkt een klein leegstandclusters te zijn ontstaan op de kruising Wilhelminastraat/Spoorstraat (gebied bij voormalige Rabobank). In het Centrumplan van Didam wordt aandacht besteed aan de herinvulling van dit pand/gebied.

Figuur 4: Overzicht leegstaande winkelpanden Didam



Bron: Locatus, december 2019.

¹ Het voormalige pand van Rabobank is volgens de BAG circa 2.500 m² bvo groot. Echter, bestaat uit meerdere verdiepingen. Detailhandel is uitgesloten op de verdieping.

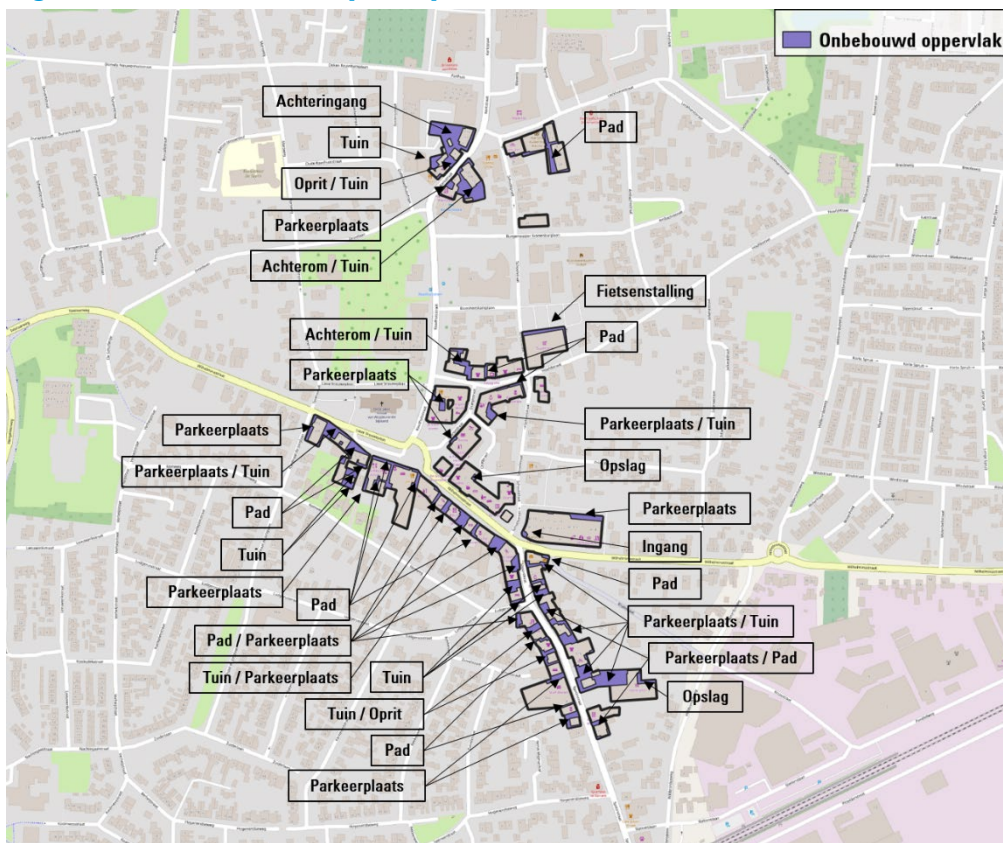
Analyse (harde) plancapaciteit verschil tussen bouwvlakken en de huidige bebouwing

Volgens de Laddersystematiek moet niet alleen het aanbod in de vorm van leegstand, maar ook in de vorm van bestaande harde plancapaciteit afgewogen worden. Daarvoor hebben we het bestemmingsplan van Didam en de kernen Loil en Nieuw-Dijk doorgenomen en de (vastgelegde) mogelijkheden voor extra m² bvo supermarkt bekeken.

In de woonwijken van Didam is geen harde plancapaciteit voor een supermarkt aanwezig. Ook in de kernen Loil en Nieuw-Dijk is geen realistische harde plancapaciteit beschikbaar. In Nieuw-Dijk is nog één kavel van circa 500 m² beschikbaar met een gemengde bestemming. Hier mag, alleen op de begane grond, detailhandel worden gerealiseerd. Dit kavel is echter dusdanig klein dat het niet te verwachten is dat hier een supermarkt wordt ontwikkeld. Ook is het beleidsmatig niet wenselijk om op deze locatie een supermarkt te laten landen.

In het bestemmingsplan van het centrum van Didam mag alleen binnen de aangeduide bouwvlakken gebouwd worden. Binnen de bestemming 'detailhandel' mag het bouwvlak 100% bebouwd worden, binnen de bestemming 'centrum' mag het bouwvlak voor 80% bebouwd worden. In beide gevallen geldt: detailhandel is alleen op de begane grond toegestaan. De oppervlakte geschikt voor detailhandel zijn vergeleken met de (bestaande) bebouwing in de bouwvlakken. Het verschil tussen beide is (in theorie) onbenutte plancapaciteit. Per locatie hebben we de theoretische plancapaciteit beoordeeld (zie figuur).

Figuur 5: Overzicht (harde) plancapaciteit centrum Didam



Bron: Ruimtelijkeplannen.nl, bestemmingsplan Centrum Didam 2010; Bewerking: Stec Groep, 2020.

Maximale planologische invulling versus representatieve invulling

Afgaande op bovenstaande afbeelding concluderen we dat de restcapaciteit feitelijk niet in te vullen is met een supermarkt. De nog onbebouwde grond is vaak te klein, ongunstig gelegen of het vergt een enorme investering (sloop, saneren, nieuwbouw, terwijl panden niet leeg staan op dit moment). Om deze redenen taxeren we de huidige plancapaciteit als ongeschikt/niet beschikbaar voor het faciliteren van de uitbreidingsplannen. Ook het bouwvlak van de Albert Heijn is volledig bebouwd. Hier bevindt zich dus ook geen onbenutte harde plancapaciteit.

De enige locatie waar nog (zeer beperkt en logisch) ruimte bestaat voor uitbreiding van supermarktmeters, is de locatie van de Nettorama. Volgens het bestemmingsplan mag 80% van het bouwvlak waarbinnen de Nettorama ligt bebouwd worden. Op basis van figuur 5 lijkt dit nog niet geheel het geval. Nettorama heeft ook daadwerkelijk uitbreidingsplannen. In 2014 heeft het college van Didam een principebesluit genomen op basis van een door Nettorama ingediend plan. Het plan omvat een uitbreiding naar 1.400 m² wvo (+675 m² wvo). Omdat het concrete uitbreidingsplannen betreft nemen we dit plan mee in onze verdere analyse.

4 Behoeft

In dit hoofdstuk schetsen we eerst de belangrijkste trends en ontwikkelingen op het gebied van supermarkten. Vervolgens bepalen we de behoefte aan het plan. Dit doen we op basis van distributieplanologisch onderzoek.

4.1 Trends en ontwikkelingen

Supermarkten in Nederland zijn grofweg onder te verdelen in discount/prijssupermarkten en (full-) servicesupermarkten. Daartussen bevindt zich een groot middensegment, zie onderstaand figuur. Van alle bezoekers van supermarkten ziet circa 37% Albert Heijn (incl. XL-formule) als primaire supermarkt, gevolgd door Jumbo (17%), Lidl (12%), Plus (6%), Aldi (5%) en Dirk (4%) (Deloitte, 2019). Albert Heijn, Jumbo en Plus zijn full-servicesupermarkten, Lidl en Aldi zijn harde discounters. Dirk van den Broek staat bekend als merken discounter.

Tabel 2: Supermarktpositionering

Formuletype	Omschrijving	Formules
Fullservice	Veel service met een bovengemiddelde prijsstelling	Albert Heijn en Plus
Buurtsuper	Redelijke service, in de buurt, met een hoge prijsstelling	Coop en Spar
Value-for-money	Gemiddelde service met een gemiddelde prijsstelling	Dekamarkt, EMTÉ, Jan Linders, MCD, Poiesz en Vomar
Service discount	Bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Deen, Hoogvliet, Jumbo en Supercoop
Merken discount	Gemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Boni, Dirk en Nettorama
Hard discount	Weinig service met een zeer scherpe prijsstelling	Lidl, Aldi

Bron: EFMI; CBL; GfK Nederland; Bewerking Stec Groep, 2020.

Een aantal belangrijke trends en ontwikkelingen hebben effect op het functioneren van supermarkten in de toekomst. We sommen de belangrijkste op.

- Er is zowel sprake van schaalvergroting (AH XL, Jumbo Foodmarket), als van schaalverkleining (AH-to-go, Jumbo City, Spar City). Kleinschalige supermarkten komen vooral op in de centra van grote steden, nabij stations en openbare voorzieningen. Grootschalige supermarkten zijn veelal aan de rand van steden te vinden, waar sprake is van een goede (auto)bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden. Hiermee wordt ingespeeld op de wens van de consument, die alle boodschappen in één keer wil doen.
- Steeds meer supermarkten bieden ook de mogelijkheid aan om online boodschappen te doen. De meest bekende zijn Albert Heijn en Jumbo, die naast thuisbezorging ook pick-up points hebben geïntroduceerd waar boodschappen opgehaald kunnen worden. Diverse supermarkten bieden aan om online bestelde boodschappen in de winkel op te halen. Hiervoor is extra (winkel- en opslag)ruimte nodig. Daarnaast zien we de opkomst van maaltijdboxen (Hello Fresh, Marley Spoon) en full internet players (Picnic). Hoewel het marktaandeel nog relatief klein is, is de verwachting dat het aandeel gaat toenemen op langere termijn.
- Food wint aan belang in de winkelstraten (en daarbuiten). Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op winkelgebieden. De supermarktomzet in Nederland neemt jaren op rij toe. Nieuwkomers (zoals Ekoplaza en Landwinkel) richten zich op een specifieke markt en op de consument die zich bewust is van zijn eetgewoonte en/of de identiteit die hiermee gepaard gaat. Op de traditionele supermarktketens heeft deze ontwikkeling ook een effect. Ze gaan zich steeds meer profileren en bieden een steeds

grotere variatie aan producten, productlijnen (bv. fair trade) of aanvullende diensten aan (bv. sushibar, kruidentuin). Dit vraagt om extra ruimte.

CENTRUMPLAN DIDAM

In de 'Structuurvisie en Beeldkwaliteitsplan Didam' (2009) is vastgesteld dat moet worden gestreefd naar de vergroting van de aantrekkingskracht van het centrum. Hiervoor is een herkenbaar dorpscentrum met een concentratie van voorzieningen en winkels nodig. Specifiek wordt benoemd dat, naast een compact centrumgebied, ook de toevoeging en uitbreiding van supermarkten hiervoor noodzakelijk is.

In 2016 is het Centrumplan Didam vastgesteld. Het Centrumplan is opgesteld om het centrum ook in de toekomst aantrekkelijk te houden voor bewoners en bezoekers van Didam. Onderdeel van het plan is de verplaatsing (en uitbreiding) van de twee bestaande supermarkten naar het noorden van het centrum van Didam. Doel hiervan is de boodschappenfunctie van het centrum van Didam te vergroten voor Didam en de regio.

Momenteel liggen de supermarkten nog verspreid in Didam (zie ook afbeelding hiervoor). Door ervoor te zorgen dat de bestaande en complementaire supermarkten zich aan de noordkant van het centrum te clusteren ontstaat een nieuw brandpunt voor het centrum. Een supermarkt van gemiddelde omvang (circa 1.200 m² wvo) trekt zo'n 10.000 bezoekers per week. Hiervan kunnen ook andere winkels profiteren. Dit is belangrijk voor de toekomstbestendigheid van het centrum van Didam.



4.2 Distributieplanologisch onderzoek

Voor het bepalen van de (indicatieve) marktruimte en actuele behoefte voeren we distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit. We beschouwen hierbij hoofdzakelijk de marktsituatie in het verzorgingsgebied. De verwachting is namelijk dat het leeuwendeel van de koopkracht uit dit gebied afkomstig zal zijn. We kijken tien jaar vooruit (conform bestemmingsplanperiode en uitgangspunten 'Ladder'). Om de marktruimte te bepalen voor supermarkten in Didam is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren van de markt. We hanteren de volgende uitgangspunten:

- **Bevolkingsomvang:** Volgens de meest recente cijfers ligt het inwonertal in het verzorgingsgebied op 17.010 (CBS, peildatum: 8 oktober 2019). Het inwoneraantal in het verzorgingsgebied stijgt de komende jaren licht. We hanteren de raming van Primos Prognose 2019 en kijken vooruit tot en met 2030. De raming gaat uit van een stijging van circa 130 inwoners tot en met 2030 voor het verzorgingsgebied. Het inwonerstal in het verzorgingsgebied komt hiermee op circa 17.140.
- **Omzet per inwoner:** Om de omzet per inwoner in de supermarkt te bepalen, baseren we ons op cijfers van Panteia (2019). Volgens de meest recente cijfers is de omzet per inwoner voor supermarkten € 2.149. Indien sprake is van een onder- of bovengemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied dient een correctie op de bestedingscijfers te worden toegepast. Volgens de meest recente cijfers (CBS, 2016) is het gemiddelde besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied met € 22.500 lager dan het Nederlandse gemiddelde van € 24.700. We voeren daarom een inkomenscorrectie uit op basis van inkomenselasticiteit van 0,4 voor de sector dagelijks (conform Panteia, 2019). Hierdoor komen we uit op een gemiddelde omzet per persoon van € 2.072 voor de supermarkten. Sinds 2015 zijn de gemiddelde bestedingen voor supermarkten gestegen. We kiezen er echter voor om de stijging niet verder door te trekken richting de toekomst om mogelijke (hoog)conjunctuureffecten te filteren. Hiermee is de berekening conservatief. Of dit reëel is, moet in de toekomst blijken. De berekening betreft een momentopname.

- **Koopkrachtbinding:** Dit betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt. Uit het koopstromenonderzoek Arnhem-Nijmegen (2016) blijkt dat in de gemeente Montferland voor de dagelijkse sector sprake is van een koopkrachtbinding van 81%. Dit betekent dat de inwoners van Montferland sterk verbonden zijn aan hun eigen gemeente en de boodschappen met name lokaal doen. Gezien de afstand tot andere kernen en uitgaande van een compleet (en versterkt) supermarktaanbod in de kern Didam vinden we een koopkrachtbinding van 90% haalbaar. Dit is vergelijkbaar met andere projecten met eenzelfde supermarkt aanbod en omvang. Inwoners uit het verzorgingsgebied hebben geen aanleiding om elders hun boodschappen te doen.
- **Koopkrachttoevoeiing:** In de omgeving van Didam liggen verschillende kernen met een volwaardig supermarktaanbod. Hierdoor is voor deze kernen de oriëntatie op Didam, mede gelet op de afstand, klein. De kleine kernen waar geen supermarkt of slechts een basisvoorzieningen aanwezig is (Loerbeek en Beek), zijn naar verwachting deels georiënteerd op Didam. Nieuw-Wehl is waarschijnlijk grotendeels georiënteerd op Wehl, maar voor de discountformule (die in Wehl ontbreekt) ligt een bezoek aan Didam voor de hand. Verwacht wordt dat in de huidige situatie een toevoeiing van 15% haalbaar is, maar dat deze - door het versterkte en complementaire aanbod - richting 2029 zal stijgen naar 20%. Deze ontwikkeling zien we terug bij verschillende referentieprojecten.
- **Vloerproductiviteit:** De vloerproductiviteit geeft aan wat de gemiddelde omzet per m² wvo vloeroppervlak bedraagt. Conform Panteia (2019) gaan we uit van de gemiddelde vloerproductiviteit van de afgelopen vijf jaar. Voor supermarkten ligt dit op circa €8.330 (Panteia, 2019).

In onderstaande tabel verwerken we de uitgangspunten in het distributieplanologisch onderzoek.

Tabel 3: DPO Supermarkten Didam

	2019	2030
Inwoners	17.010	17.140
Bestedingen	€ 2.072	€ 2.072
Fysieke bestedingen	€ 35.244.720	€ 35.514.080
Koopkrachtbinding	90%	90%
Gebonden omzet	€ 31.720.250	€ 31.962.670
Toevoeiing	15%	20%
Totale omzet	€ 37.317.940	€ 39.953.340
Gemiddelde omzet per m ²	€ 8.330	€ 8.330
Haalbaar aanbod in m ² wvo	4.480	4.796
Gevestigd aanbod in marktregio in m ² wvo	3.535	3.535
Marktruimte in m² wvo (afgerond)	900 – 1.000	1.200 – 1.300

Bron: CBS, 2019; Panteia, 2018; Primos, 2019; Locatus, december 2019; Bewerking: Stec Groep, 2020.

Kwantitatief: circa 1.200 tot 1.300 m² uitbreidingsruimte voor supermarkten tot 2030

Op basis van de indicatieve berekening blijkt dat er nog een kwantitatieve marktruimte voor supermarkten bestaat van zo'n 1.200 tot 1.300 m² wvo t/m 2030. De beoogde verplaatsingen en uitbreiding van de Supercoop en Aldi (+760 m² wvo) passen hiermee binnen de toekomstige marktruimte voor supermarkten. Ook de 225 m² wvo extra supermarkt die mogelijk wordt gemaakt door een afwijkingsbevoegdheid past binnen de marktruimte. In totaal gaat het om 985 m² wvo supermarkt. Wanneer we ook de (zachte) uitbreidingsplannen van Nettorama (+675 m² wvo) meenemen, ontstaat er een beperkte negatieve marktruimte in 2030². Het totaal aan uitbreidingsplannen van de drie supermarkten samen bedraagt zo'n 1.660 m² wvo.

Voor de ruimtelijke aanvaardbaarheid van het initiatief zijn niet alleen kwantitatieve, maar ook kwalitatieve aspecten van belang. Daarom kijken we hieronder naar de kwalitatieve aspecten en de mogelijke ruimtelijke effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de twee supermarkten (en daarbij ook rekening houdend met de uitbreiding van Nettorama elders).

² In deze berekening is de achterblijvende Aldi locatie niet meegenomen. Hier gaan we op pagina 15 nader op in.

4.3 Ruimtelijke effecten

Plan speelt in op kwalitatieve trends

Consumenten hebben in toenemende mate behoefte aan grotere supermarkten met een ruime keuze. Met de uitbreiding en verplaatsing van de Aldi en Supercoop beschikt het centrum van Didam over twee supermarkten met een moderne maat. Hierdoor wordt de boodschappenbasis van het centrum versterkt. Door de verplaatsing van de Aldi wordt een nieuwe trekker toegevoegd aan het centrum, die extra bezoekerspotentieel naar het centrum trekt. De ligging nabij het centrum biedt mogelijkheden voor combinatiebezoek, waardoor andere ondernemers in het centrum kunnen profiteren van de bezoekersstroom die door de supermarkten naar het centrum wordt getrokken. Dit is in kleine centra een voorwaarde om het overige winkelaanbod in stand te houden.

Omzeteffect beperkt op huidige supermarkten

Voor het bepalen van de mogelijke ruimtelijke effecten op de winkelstructuur van Didam gaan we uit van de nieuwe maximale mogelijkheden. In totaal wordt er in de nieuwe situatie circa 760 m² wvo supermarkt toegevoegd (230 m² wvo bij de Supercoop en 530 m² wvo bij Aldi) en nog eens 225 m² wvo extra mogelijk gemaakt doormiddel van een afwijkingsbevoegdheid. In totaal gaat het dus om 985 m² wvo supermarkt.

Momenteel wordt door supermarkten in het verzorgingsgebied zo'n € 29,5 miljoen omzet behaald. We verwachten dat door marktontwikkelingen en de supermarktontwikkelingen in potentie in 2030 een totale omzet van zo'n € 39,9 miljoen kan worden behaald. Dit betekent (theoretisch en in de situatie dat bestedingen per inwoner niet toenemen) dat er in 2030 in potentie nog zo'n € 10,5 miljoen extra kan worden omgezet door de supermarkten in het verzorgingsgebied. De toevoeging van 985 m² wvo supermarkt leidt naar verwachting tot een extra omzet van grofweg € 8,2 miljoen. Hiermee valt het verwachte omzeteffect binnen de extra potentiële omzet die in 2030 verwacht wordt in de supermarktbranche. Het omzeteffect is daarom beperkt. Wanneer we de uitbreiding van Nettorama meenemen in deze berekening valt de het omzeteffect hoger uit dan de te verwachten omzet in 2030. De totale extra omzet bedraagt dan circa € 13,8 miljoen. Daarentegen geeft ook de uitbreiding van Nettorama een kwaliteitsimpuls aan de bestaande voorraad (ruimere paden/opstelling, uitgebreider assortiment).

Nauwelijks effecten op bestaande supermarktstructuur

We verwachten dan ook niet dat de uitbreiding van beide supermarkten een ontwrichtend effect heeft op de bestaande supermarkten in Didam. We verwachten niet dat uitbreiding van de supermarkten zal leiden tot negatieve gevolgen voor de winkelstructuur in Didam. Sterker nog: de winkelstructuur wordt versterkt door twee (complementaire) supermarkten te concentreren in het centrum van Didam. Desondanks is sprake van enig omzeteffect op bestaande aanbieders. Dit betekent echter niet dat we verwachten dat hier leegstand zal ontstaan, argumenten hiervoor zijn:

- We constateren een duidelijke kwalitatieve behoefte. De verplaatsingen van beide supermarkten geeft een kwaliteitsimpuls aan het centrum van Didam en de bestaande supermarktvoorraad.
- De uitbreiding van beide supermarkten betreft geen nieuwvestiging, dan wel intrede van een nieuwe formule in Didam. De supermarkten in Didam functioneren momenteel al naast de supermarkten Nettorama en Albert Heijn; het betreft slechts een optimalisatie en modernisering van beide supermarkten. Het effect van een (beperkte) uitbreiding van een supermarkt verschilt substantieel van een toevoeging van nieuwe supermarkt. Bovendien merken we op dat Supercoop nauwelijks van locatie verandert. De Supercoop blijft gevestigd in hetzelfde gebied en Aldi verplaatst op drie autominuten van de huidige locatie. Dit betekent dat het marktgebied van beide supermarkten nauwelijks wijzigt. Het effect op de bestaande supermarktstructuur (en ruimtelijke indeling / -structuur) zal daarmee zeer beperkt zijn.
- De uitbreiding van beide supermarkten betekent niet direct een enorme toevoeging in het assortiment of een fikse toename van het aantal schappen. Uitbreiding betekent voornamelijk een ruimere opzet van de winkel, meer mogelijkheden voor 'vers' en service en ruimere opslag / magazijn.

Achterblijvende locatie Aldi

Wanneer Aldi verplaatst naar het centrum van Didam komt de huidige locatie aan de Kerstraat leeg te staan. De detailhandelsmeters zullen vooralsnog niet uit de markt gehaald worden. Dit betekent dat herinvulling met een supermarkt theoretisch mogelijk is. We taxeren dit echter als zeer onwaarschijnlijk. Het achterblijvende pand heeft een omvang van zo'n 525 m² wvo en de indeling van het pand (lengte/breedteverhouding) is ongunstig. Ook is de supermarkt omringd door woningbouw. Hierdoor zijn er geen uitbreidingsmogelijkheden (zie figuur 6). Hiermee is het pand niet aantrekkelijk voor een supermarkt met moderne maat (discounter tussen 1.000 tot 1.200 m² wvo, full service vanaf 1.200 m² wvo). Bovendien wil de gemeente Montferland transformatie naar wonen faciliteren. Dit is in lijn met het woonbeleid en wordt mogelijk gemaakt doordat op het huidige Aldi-pand een algemene wijzigingsbevoegdheid naar wonen zit.

Figuur 6: Locatie Aldi, Kerkstraat 36 Didam



Als gevolg van de verplaatsing van de Aldi zal de detailhandelsfunctie van de Kerkstraat (in de toekomst) verder afnemen. De bestaande ondernemers (o.a. banketbakker, bloemist, mode en elektronica) kunnen eveneens verplaatsing naar het centrum overwegen, maar kunnen er ook voor kiezen te blijven zitten waar ze zitten. In geval van verplaatsing past dit in het beleid van de gemeente (centrum als compact en aantrekkelijk winkelgebied). De locatie aan de Kerkstraat is beleidsmatig ook geen te versterken gebied. Bij eventuele beëindiging van de winkels kan transformatie naar wonen ook voor deze panden een goed alternatief zijn.

LIEMERSE WOONAGENDA

In 2017 is de Woonagenda Liemers 2017-2027 vastgesteld. De regionale woningbouwafspraken zijn tot stand gekomen op basis van onderzoek naar de toekomstige woningbehoefte in de Liemers. Deze behoefte is vervolgens vertaald naar de verschillende gemeenten. Voor Montferland komt de woningbouwbehoefte uit op 880 tot 1.235 nieuwbouwwoningen in de periode 2017 – 2027. Zolang de behoefte in de periode 2017 - 2027 lager is dan de voorraad harde plancapaciteit (voor Montferland 350 woningen) hebben gemeenten de vrijheid om naar eigen inzicht, maar met de uitgangspunten uit het kwalitatieve deel, plannen te ontwikkelen. Bij nieuwe woningbouwinitiatieven wordt nadrukkelijk de prioriteit gelegd bij inbreiding en transformatie. Dit betekent dat in eerste instantie binnen de kernen gezocht dient te worden naar ruimte om te voorzien in de woningvraag.

Geen duurzame ontwrichting van voorzieningenniveau als gevolg van ontwikkeling

Het is aannemelijk dat naar aanleiding van een versterking van het supermarktaanbod veranderingen plaatsvinden in de koopstromen en kooporiëntatie in het verzorgingsgebied. Maar in de basis zal verplaatsing en uitbreiding van Supercoop en Aldi niet leiden tot sluiting (en dus leegstand) van één van de supermarkten in Didam (ook niet als we de uitbreidingsplannen van Nettorama ook meenemen).

Ook in het (onwaarschijnlijke) geval dat een supermarkt leeg komt te staan, is duurzame ontvricting van het voorzieningenniveau ten aanzien van de eerste levensbehoefte van inwoners in het verzorgingsgebied niet aan de orde. Voor inwoners van het verzorgingsgebied blijven bij het eventueel verdwijnen van bestaand aanbod voldoende keuzemogelijkheden aanwezig.