Emma retail

Onderzoek supermarktenstructuur

Actualisatie oktober 2022

Gemeente Sluis

Emma retail

12-9-2022

Projectnummer: 2021.0202

gemeenteSLUIS

emma retail

onderzoek en advies

Inhoud

1. Inleiding 2

2. Vraaganalyse 3

3. Aanbodanalyse 6

4. Trends en ontwikkelingen 12

5. Functioneren 15

6. Supermarktenstructuur 20

7. Regelgeving en toetsing 23

Bijlage 1 26

1. Inleiding

Aanleiding

In de gemeente Sluis vinden er diverse ontwikkelingen plaats in de supermarktensector zijn. Zo is er in 2018 in Oostburg een nieuwe supermarkt gerealiseerd en zijn er in andere kernen plannen en wensen voor uitbreiden en/of verplaatsen van supermarkten. In 2016 heeft de gemeenteraad voor het laatst een DPO vastgesteld. Door de ontwikkelingen in Sluis en door landelijke trends en ontwikkelingen geeft dit onderzoek onvoldoende onderbouwing voor verdere ontwikkelingen van de supermarktensector. De gemeente acht daarom een actualisatie van de supermarktenvisie noodzakelijk.

Vraagstelling

De centrale vragen in de visie zijn:

- Wat zijn, zowel kwantitatief als kwalitatief, de ontwikkelingsmogelijkheden voor de supermarktensector in de gemeente Sluis?
- Welke ontwikkelingen in de supermarktensector zijn te verwachten, gebaseerd op de bestaande structuur?
- Hoe dient de wenselijke structuur in de supermarktensector in de gemeente Sluis eruit te zien?
- In welke mate sluit de bestaande structuur aan bij de wenselijke structuur en wat is er nodig om tot de wenselijke structuur te komen?

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 en 3 gaan in op de ‘vraag’ en ‘aanbod’ ten aanzien van de supermarktensector. De vraaganalyse geeft inzicht in de bevolkingssituatie naar aantal inwoners en de ontwikkeling daarvan en de ontwikkeling van toerisme in de gemeente. De aanbodanalyse gaat in op het aanbod aan supermarkten en de kwaliteit daarvan. Hoofdstuk 4 gaat in op relevante trends en ontwikkelingen in de retailsector en op ruimtelijke plannen voor de supermarkten. Hoofdstuk 5 brengt het functioneren van de supermarktensector in Sluis in beeld, evenals de distributieve mogelijkheden daarvan. Hoofdstuk 6 schetst een beeld van de gewenste supermarktenstructuur in de gemeente en de uitganspunten en randvoorwaarden die daarbij moeten worden gesteld. In hoofdstuk 7 is aandacht voor relevante (landelijke) regelgeving.

Actualisatie

Onderliggende rapportage is een actualisatie van het onderzoek ‘Onderzoek supermarktenstructuur gemeente Sluis’ dd. 5-10-2021. De actualisatie betreft hoofdzakelijk de actualisatie van de bestedingscijfers en daarmee de berekening van het economisch functioneren en de distributieve ruimte. In deze rapportage zijn de cijfers gebruikt uit de rapportage: Omzetkengetallen 2021 (juli 2022). Daarin zijn niet alleen de bestedingscijfers geactualiseerd maar is ook enige aanpassing gedaan in de berekeningswijze. Ook deze nieuwe berekeningswijze is overgenomen. Zie verder in hoofdstuk 5.

2. Vraaganalyse

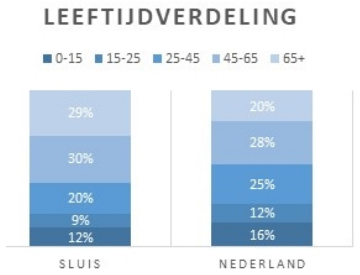
Bevolking gemeente Sluis

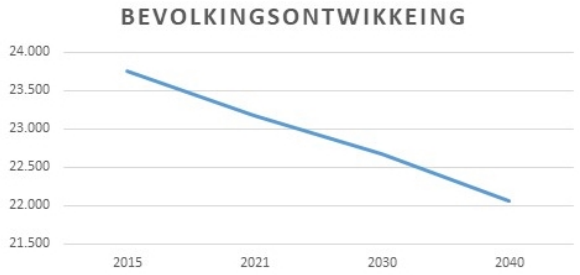
De gemeente Sluis telt momenteel 23.168 inwoners. In 2015 woonden er ongeveer 23.750. CBS prognoses voorspellen in 2030 een inwonertal van rond de 22.700. Dit geeft een lichte demografische daling van het aantal inwoners van rond de 2% ten opzichte van het huidig inwonertal.

De bevolking woont verspreid door de gemeente. Deels in het buitengebied maar vooral in de vele kleine kernen. De grootste kernen zijn Oostburg en Breskens met beide ongeveer 4.500 inwoners. Sluis, Aardenburg en IJzendijke tellen rond de 2.300 inwoners. De overige kernen zijn kleiner.

De gemeente heeft een relatief oude populatie. 59% van de inwoners is boven de 45 jaar, tegen een landelijk gemiddelde van 48%. Het gemiddelde gestandaardiseerde inkomen is 4,9% lager dan het landelijk gemiddelde. Sluis telt in 2020 11.278 huishoudens. Iets minder dan in het jaar daarvoor. Het gemiddelde aantal inwoners per huishouden is 2,07. Iets lager dan het landelijk gemiddelde van 2,19[1].

- Daling aantal inwoners
- Relatief oude bevolking
- Laag inkomensniveau
- Kleine huishoudens





[1] *Bronnen: gemeente Sluis en CBS Statline*

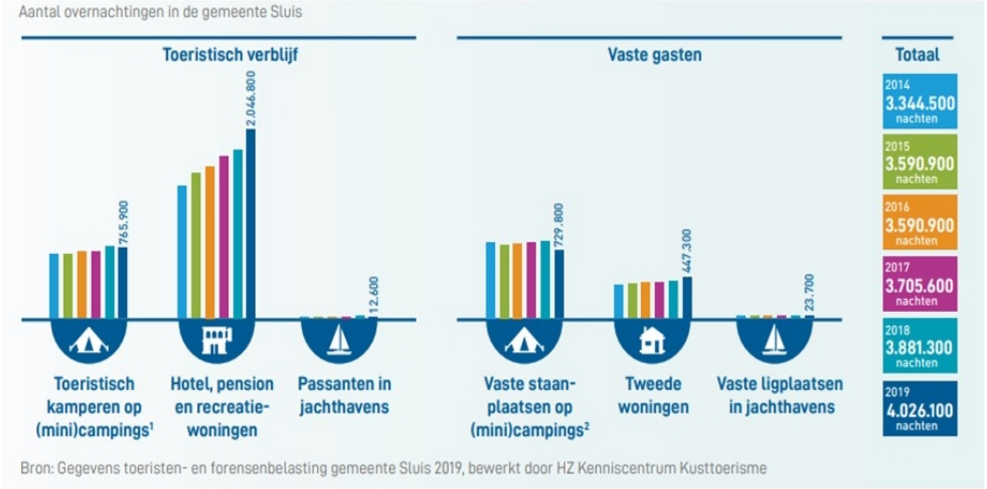
Toerisme gemeente Sluis

Jaarlijks trekt de gemeente Sluis vele toeristen en recreanten. In 2019 waren er ruim 4 miljoen overnachtingen. Ten opzichte van 2015 is dit aantal met 12% toegenomen[2]. Rekening houdend met de verschillende accommodatietypen en het verschil in seizoenen raamt HZ Kusttoerisme het aantal gast op 1 miljoen.

De meeste overnachtingen worden gedaan in hotels/recreatiewoningen. Hier gaat het om de helft van alle overnachtingen. In deze categorie is ook de grootste groei te zien. Daarnaast zijn toeristisch kamperen en vaste staanplaatsen op campings belangrijke verblijfsaccommodaties.

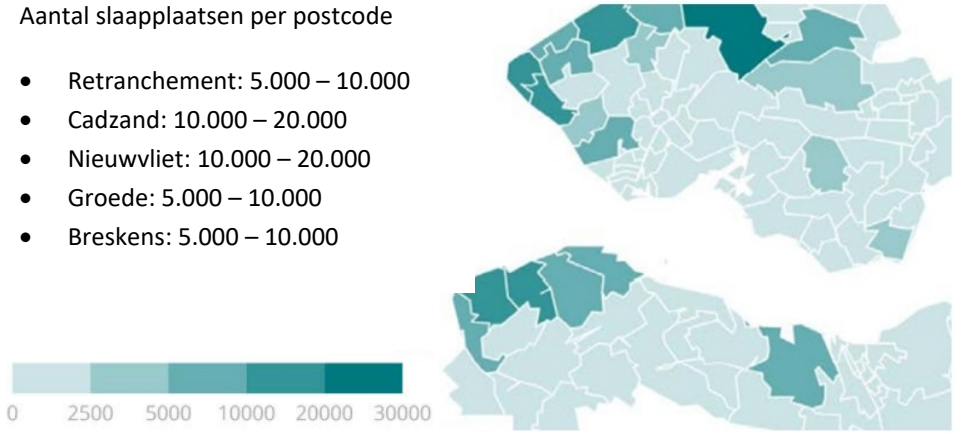
Het aanbod aan verblijfsaccommodaties is sterkt geconcentreerd in de kustplaatsen, zoals Cadzand, Nieuwvliet, Groede en Breskens. Verder landinwaarts is het aanbod beperkt en veel kleinschaliger (zie kaartbeeld)[3].

In 2020 is door HZ Kusttoerisme onder ondernemers onderzoek gedaan naar de impact van corona. Hieruit bleek dat het toerisme in Zeeland sterk heeft geleden onder de corona-crisis. Toch kenden met name vakantieparken en campings een relatief snel herstel, vooral door het aantrekken van toerisme uit eigen land. Bij hotels en B&B is het beeld somberder. Hier blijven de boekingen nog sterk achter. Ondernemers verwachten na de crisis een verdere toename van vakanties in eigen land. Over het herstel van toerisme uit het buitenland zijn de meningen verdeeld en is het nog onduidelijk hoe dit zich gaat ontwikkelen.



Aantal slaapplaatsen per postcode

- Retranchement: 5.000 – 10.000
- Cadzand: 10.000 – 20.000
- Nieuwvliet: 10.000 – 20.000
- Groede: 5.000 – 10.000
- Breskens: 5.000 – 10.000



[2] *HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, Toerisme in Sluis 2019/2020*
[3] *HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, Actualisatie aanboddatabase verblijfsaccommodaties Zeeland, maart 2021*

Ontwikkeling verblijfsaccommodaties

De gemeente Sluis telt momenteel ruim 14.000 eenheden aan verblijfsaccommodaties. Samen telt dit aanbod bijna 67.000 slaapplaatsen. Bij de gemeente zijn nu diverse planontwikkelingen bekend. Het gaat om planologisch harde plannen waarvoor de vergunning is afgegeven. Deels zijn deze plannen ook al gerealiseerd. Daarnaast gaat het om zachte plannen. De planvorming hiervan is nog niet definitief en procedures lopen nog. In bijlage 1 is het overzicht van deze plannen opgenomen.

Totaal gaat het om ongeveer 830 nieuwe eenheden in de harde plannen en ongeveer 360 eenheden als zachte plannen. Het betreft vooral appartementen, hotelkamers en recreatiewoningen. Dit is 80% à 90% van het nieuwe aanbod. Het overige nieuwe aanbod zijn kampeerplaatsen en ligplaatsen.

Het nieuwe aanbod wordt voornamelijk in de kuststrook gerealiseerd, in en rond de plaatsen Cadzand, Nieuwvliet, Groede en Breskens.

Met realisatie van de plannen neemt het aanbod met 6% tot 9% toe.

Ontwikkeling toerisme

Landelijk wordt verwacht dat toerisme het komende decennium groeit met 56%. Deze groeiverwachting komt voort uit het NBTC rapport Perspectief 2030[4]. De groei heeft betrekking op de gehele Nederlandse kust en is dus niet specifiek voor Sluis. Bovendien dateert de verwachting van voor de coronacrisis. Wat het effect is van corona op de toekomstverwachtingen is nog moeilijk te voorspellen, zowel voor binnenlands als buitenlands toerisme.

In Zeeuws verband is het Perspectief 2030 vertaald in een Zeeuwse visie op toerisme. Daarin is de ambitie toerisme meer te spreiden in ruimte en tijd. Het voor- en naseizoen moet belangrijker worden en de afhankelijkheid van het hoogseizoen moet afnemen. Dit betekent dat er doorgroei is naar een jaarrond bestemming met een hogere en meer gespreide bezetting.

De groei van het toerisme met 56% tot 2030 is dus een ambitie en verwachting, maar geen harde prognose en bovendien met onzekerheden omhuld.

Inwoners in grensstreek

In de grenssteek, de direct aanliggende gemeenten in België, wonen ongeveer 100.000. De grotere kernen hier zijn Knokke-Heist, Maldegem en Eeklo met 20.000 tot 30.000 inwoners per kern. Het inwonertal in de grensstreek is het afgelopen decennium licht toegenomen met ongeveer 2.000 inwoners.

Prognoses van BelStat geven aan dat het inwonertal in de grensstreek tot 2030 nog licht zal toenemen met ongeveer 1.000 inwoners. Een groei van nog geen 1%. Binnen de streek zijn kleine verschillen per gemeente. In de ene gemeente groeit het inwonertal nog iets. In de andere is er een lichte daling. Zie bijlage 1.

[4] *NBTC Perspectief 2030 Bestemming Nederland (januari 2019)*

3. Aanbodanalyse

Dagelijks aanbod[5]

De gemeente Sluis telt momenteel 100 dagelijkse winkels met een totaal oppervlak van 20.843 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Sluis is de kern met de meeste winkels, 38. Oostburg is met 16 winkels de tweede plaats en Breskens met 12 de derde. Het aanbod in de kern Sluis wordt gekenmerkt door een hoog 'recreatief' aanbod gericht op kooptoeristen. Er zijn namelijk vele drogisterijen en/of parfumerieën (17 totaal), diverse dieetvoedingswinkels en chocolaterieën en een grote viswinkel. Dit onderscheid zich van het reguliere boodschappen aanbod. Het totale oppervlak van deze winkels is bijna 5.500 m² wvo.

Tabel 3.1: gemeente Sluis dagelijks aanbod

	Dagelijks		w.v. Supermarkt (regulier)	
	aantal	m² wvo	aantal	m² wvo
Aardenburg	6	862	1	692
Breskens	12	3.566	2	2.627
Cadzand	9	719	1	220
Groede	5	353		
IJzendijke	3	1.192	1	862
Nieuwvliet	4	190		
Oostburg	16	6.287	4	5.208
Schoondijke	3	236	1	161
Sluis	38	7.208	1	1.160
Overig	4	230		
Totaal	100	20.843	11	10.930

[5] *Data inzake het detailhandels- en supermarktenaanbod is afkomstig van Locatus (juni 2021) en RetailInsiders, www.retailinsiders.nl*

Ten aanzien van de reguliere boodschappen is het aanbod in Sluis beperkter. Er is totaal ongeveer 1.700 m² wvo aan vers-speciaalzaken en een supermarkt. Voor de reguliere boodschappen is Oostburg de belangrijkste aankoopplaats. Hier zijn vier supermarkten gevestigd, aangevuld met een ruim aanbod aan vers-speciaalzaken en drogisterijen. Breskens heeft evenzo een ruim aanbod aan boodschappen. Met diverse speciaalzaken en twee supermarkten. Het dagelijkse aanbod in de overige plaatsen is beperkt. Sommige kleinere plaatsen hebben enkele speciaalzaken en/ of een (kleine) supermarkt.

Supermarktenaanbod gemeente Sluis

In de gemeente Sluis zijn 11 reguliere supermarkten gevestigd met een totaal oppervlak van 10.930 m². Daarnaast zijn er twee kleine dorpswinkels en vier park- of campingwinkels.

Tabel 3.2: kerncijfers supermarktenaanbod

Aanbod dagelijks en (reguliere) supermarkten	
Totaal dagelijks aanbod in m²	20.843
Oppervlak dagelijks per inwoner in Sluis	0,90
Oppervlak dagelijks per inwoners in Nederland	0,37
Totaal supermarkt in m²	10.930
Oppervlak supermarkt per inwoner in Sluis	0,47
Oppervlak supermarkt per inwoner in Nederland	0,28
Aantal (reguliere) supermarkten in Sluis	11
Gemiddeld oppervlak per supermarkt in Sluis	994
Gemiddeld oppervlak per supermarkt in Nederland	726
Aantal supermarkten per 1000 inw. Sluis	0,47
Aantal supermarkten per 1000 inw. Zeeland	0,48

Het totale aanbod in de gemeente Sluis aan dagelijkse winkels is in oppervlak zeer ruim in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Zoals eerder aangegeven

komt dit door een groot aanbod aan dagelijks aanbod gericht op de kooptoerist, vooral gevestigd in de kern Sluis.

Het aanbod aan supermarkten is eveneens ruim. Zowel in oppervlak als in aantal winkels. Het oppervlak is ongeveer twee keer zo groot dan gemiddeld in Nederland. Daarbij is zowel het gemiddelde oppervlak van de winkels groot als ook het aantal winkels. Per 1.000 inwoners is er in Sluis 0,47 supermarkt, dit is gelijk aan de hele provincie Zeeland maar hoger dan in andere provincies waar het aantal ligt tussen de 0,3 en 0,4.

Tabel 3.3: gemeente Sluis aanbod supermarkten[6]

Reguliere supermarkt	Plaats	m² wvo
Jumbo	Aardenburg	692
PLUS	Breskens	1.177
Jumbo	Breskens	1.450
SPAR	Cadzand	220
PLUS	IJzendijke	862
ALDI	Oostburg	776
Lidl	Oostburg	1.293
Jumbo	Oostburg	1.413
Albert Heijn	Oostburg	1.726
SPAR	Schoondijke	161
Jumbo	Sluis	1.160
Totaal oppervlak		10.930

Het gemiddelde oppervlak van de supermarkten is relatief groot. Hier moet de nuance bij worden geplaatst dat het landelijk gemiddelde ook wordt gedrukt door veel kleine supermarkten in (grote) steden. Als je kijkt naar de daadwerkelijke maatvoering van de winkels in is er maar één winkel groter dan 1.500 m² wvo. De helft heeft winkels heeft een oppervlak van 1.200 tot 1.400 m² wvo. Voor full-service winkels volstaat dit weliswaar, maar het is wel aan de krappe kant. De andere helft is veel kleiner.

Ten opzichte van 2015 is er één reguliere supermarkt bijgekomen (Jumbo Oostburg). Recent is de Aldi in Sluis gesloten. Deze winkel staat nu leeg. Het totale oppervlak aan supermarktenaanbod is sinds 2015 per saldo toegenomen met ca. 500 m² wvo. Daarbij kan het zijn dat door nieuwe meting van Locatus of door interne veranderingen of verbouwing in de winkel nu een ander oppervlak is weergegeven dan in 2015, zonder dat de winkel in oppervlak is uitgebreid. Daardoor is de ene winkel netto wellicht iets groter en de andere iets kleiner.

Dorpswinkels en park- of campingwinkels

In Zuidzande en Groede zijn een kleine dorpswinkel of mini-supermarkt gevestigd. Dergelijke winkels hebben een beperkt assortiment en worden soms

[6] *Bron: Locatus 2021, gecontroleerd met veldwerk en geverifieerd bij supermarktorganisaties*

gecombineerd met andere functies[7]. Daarnaast zijn er vier park- of campingwinkels gevestigd. Voorheen was op het park Molencate in Cadzand nog een parkwinkel gevestigd. Deze is gesloten en omgezet naar een pick-up-point van Plus Lohman.

Park- campingwinkels zijn mini-supermarkten gevestigd op een vakantiepark of camping. Het assortiment is over het algemeen beperkt en gericht op de bezoeker van het park of de camping. Het gaat om dagdagelijkse producten veelal in kleine verpakking en hogere prijsstelling. De winkels zijn (veelal) alleen in het seizoen geopend.

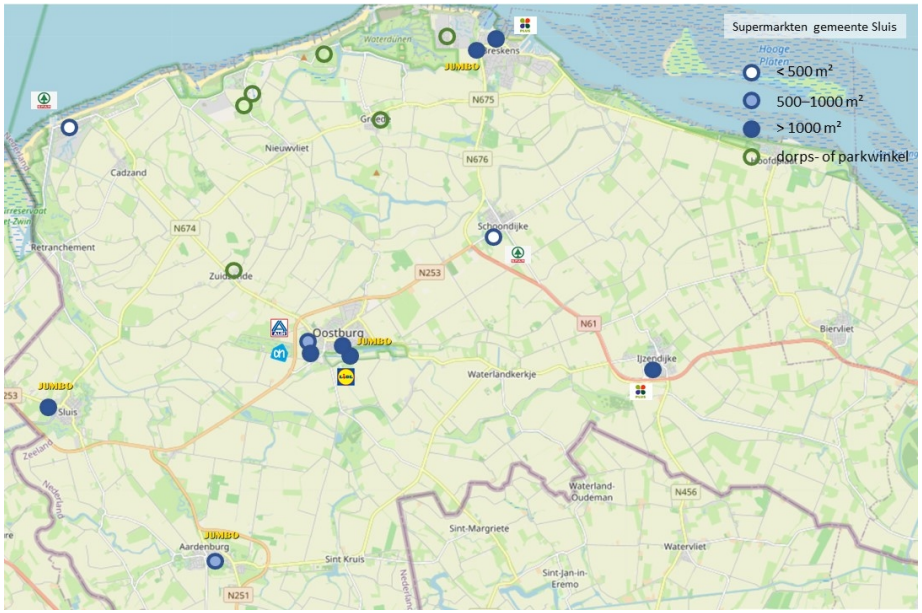
Tabel 3.4: gemeente Sluis aanbod dorps- en parkwinkels[8]

Dorpswinkel		
De Lijser	Zuidzande	60
Van Iwaarden-Wolberts	Groede	110
Totaal oppervlak		170
Park- of campingwinkel		
Zonneweelde	Nieuwvliet	50
Minishop Landal	Nieuwvliet	70
Minishop Schoneveld	Breskens	80
Vakantie Winkel	Groede	110
Totaal oppervlak		310

Supermarkten per kern

Oostburg

Oostburg is de belangrijkste aankoopplaats wat betreft supermarkten. Hier zijn vier elkaar aanvullende supermarkten gevestigd. Zowel in het full-service-segment (Albert Heijn en Jumbo) als in het discount-segment (Aldi en Lidl). Drie van de vier supermarkten hebben een ruim oppervlak van meer dan 1.200 m² wvo. Alleen de Aldi is in omvang beperkt tot ongeveer 800 m² wvo. De winkels liggen binnen de bebouwde kom aan de rand van het centrumgebied en beschikken alle vier over een ruim parkeerterrein direct voor de entree.



[7] *Soms zien we in kleine kernen, zonder (mini-)supermarkt, vers-speciaalzaken met een breder assortiment. Daarmee spelen ze in op de lokale behoefte en kunnen ze extra omzet genereren. Locatus heeft hiervoor geen aparte categorie en registreert winkels onder de dominerende hoofdbranche. Een voorbeeld is bakker Verdonk in Hoofdplaat die ook enige kruidenierswaren, conserven, vlees, e.d. verkoopt.*

[8] *Bron: Locatus 2021*

De winkels zijn gevestigd in koppels. Aldi in de combinatie met Albert Heijn en Lidl gecombineerd met Jumbo. De winkels zijn goed bereikbaar en liggen centraal in de kern, redelijk tegen het centrum aan. De afstanden tot de andere voorzieningen in het centrum zijn relatief groot maar wel beloopbaar, waardoor er een wisselwerking is en combinatiebezoeken worden gemaakt.

Sluis

Sluis beschikt over één supermarkten, Jumbo (1.160 m² wvo). Jumbo was voorheen Emté en is een aantal jaar terug omgebouwd. De winkel ligt aan de rand van de historische binnenstad en beschikt over ruime parkeermogelijkheden rondom de winkel. Het nadeel van de parkeersituatie is dat dit versnipperd is. Nabij de entree aan de voorzijde is een klein parkeerterrein, evenals aan de overzijde van de weg. Aan de achterzijde ligt een ruim parkeerterrein. Dit wordt echter ook gebruikt door bezoekers van de binnenstad en de winkel is moeilijk bereikbaar door hoogteverschil. Tot voor kort was nog een Aldi supermarkt (752 m² wvo) gevestigd in Sluis, in de directe nabijheid van de Jumbo. De Aldi is in juli 2021 gesloten. Het pand staat leeg.

Breskens

Breskens heeft twee reguliere supermarkten, Plus en Jumbo. Plus is gevestigd in een klein winkelcentrum binnen het centrum. In dit winkelcentrum zijn nog enkele andere winkels gevestigd, zoals Blokker, Etos en Zeeman. Er is een parkeerterrein direct nabij de entree. Het centrum ligt aan het Spuiplein dat het centrale hart vormt van Breskens. Op het Spuiplein zijn verschillende winkels gevestigd en is een divers en ruim horeca-aanbod.

Jumbo ligt solitair aan de rand van een woonwijk. Ook deze winkel heeft een parkeerterrein nabij de entree. De Jumbo is in netto oppervlak iets groter dan Plus. Beide winkels zijn goed bereikbaar.

Aardenburg

In Aardenburg is één kleine Jumbo supermarkt gevestigd, ca. 700 m² wvo. De winkel is recent gerenoveerd. Het parkeren is direct voor de entree. In aantal plaatsen op eigen terrein is het beperkt, deels wordt gebruik gemaakt van parkeren in de straat. De winkel is goed bereikbaar. De wisselwerking met andere voorzieningen in Aardenburg is beperkt.

Overig

In IJzendijke is een Plus supermarktgevestigd, binnen de bebouwde kom aan de rand van het historische centrum. De winkel heeft eigen parkeervoorziening en is goed zichtbaar en bereikbaar. In Schoondijke is een kleine Spar supermarkt gevestigd. In Cadzand-Bad is een kleine Spar supermarkt gevestigd.

Verzorgingsfunctie supermarkten

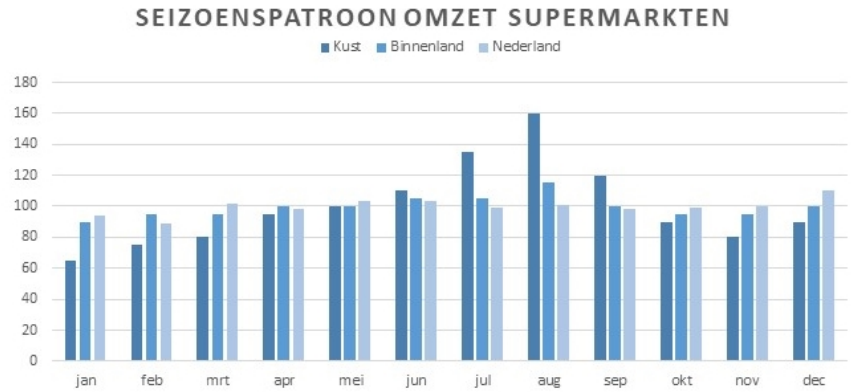
In 2018 is door provincie Zeeland een verdiepend onderzoek uitgevoerd naar de kooporiëntatie van de inwoners in de gemeente. Dit onderzoek is gebaseerd op brondata van Rabobank Research uit 2014 en daarmee enigszins verouderd, echter is dit het enige onderzoek op lokaal niveau. Uit dit onderzoek kan herleid worden dat de supermarkten een sterke lokale binding hebben. Met name die in Breskens en Sluis. In Cadzand is deze binding beperkt. Hier gaan veel mensen voor de dagelijkse boodschappen naar Sluis en Oostburg. De winkels in Oostburg binden veel omzet vanuit de eigen kern. Daarnaast bindt Oostburg veel omzet vanuit de omgeving. Met de komst van Jumbo zal zowel de binding uit de eigen kern en de binding uit de omgeving verder zijn toegenomen. De supermarkten in Schoondijke en IJzendijke zijn vooral lokaal verzorgend. De winkel in Aardenburg is evenzo vooral lokaal verzorgend. Deze winkel trok veel omzet vanuit België. Door de corona-crisis en het sluiten van de grens is dit sterk teruggelopen. Deze teruggang is nog niet hersteld.

Op hoofdlijnen kan het supermarktenaanbod in de gemeente worden ingedeeld naar twee verzorgingstypen; regio verzorgend en lokaal verzorgend.

Regio verzorgend
Supermarkten met een verzorgingsfunctie voor de inwoners in de eigen kern, maar ook daarbuiten. Een groot deel van de omzet is afkomstig van consumenten van buiten de vestigingskern. Het gaat hierbij om de supermarkten in Oostburg. Deze winkels trekken veel omzet vanuit de andere kernen in de gemeente en hebben daarmee een centrale 'regionale' verzorgingsfunctie gemeente breed.

Lokaal verzorgend

Lokaal verzorgende supermarkten hebben een belangrijke verzorgingsfunctie voor de eigen kern. Deels trekken deze supermarkten ook omzet van buiten de kern, maar dan gaat het hoofdzakelijk om de direct omliggende kernen (inclusief vakantieparken) en het betreffende buitengebied. In de gemeente Sluis zijn dit in feite alle overige supermarkten buiten Oostburg.



Supermarkten en toerisme

Bepaalde supermarkten in de gemeente Sluis zijn sterk afhankelijk van toerisme. Het gaat hierbij met name om de winkels in de kustzone. De omzet van deze winkels laat een sterke seizoenschommeling zien. In het hoogseizoen is de geïndexeerde omzet ruim 40% tot 60% hoger dan normaal. In sommige gevallen piekt de omzet zelfs nog hoger. In het laagseizoen ligt de omzet 20% tot 40% onder het gemiddelde. Het seizoen-effect ebt weg naarmate de winkels verder van de kust af liggen. Daar volgt de omzet meer het landelijk patroon[9].

[9] *Bron: Retailinsiders en door Emma retail bewerkte vertrouwelijke omzetgegevens.*

Supermarkten regio Nederland en België

Het supermarktenaanbod in de regio is ruim en divers. In Knokke-Heist zijn zes reguliere supermarkten gevestigd in diverse marktsegmenten, waaronder een Albert Heijn. Maldegem en Eeklo hebben evenzo meerdere supermarkten, zowel in het fullservice-segment (Carrefour en Delhaize) als in het discount-segment (Aldi en Lidl). Veel van deze winkels zijn gelegen langs de doorgaande weg, hebben ruime parkeermogelijkheden en zijn daarmee goed bereikbaar. Ook vanuit de gemeente Sluis.

Met name de supermarkten in Knokke-Heist en Maldegem zullen vanwege de nabijheid en directe verbinding aantrekkingskracht uitoefenen op inwoners van de grens treek rond Sluis en Aardenburg. Toch is de afvloeiing vanuit Nederland naar België gering, zo blijkt uit koopstromenonderzoek (zie hoofdstuk functioneren).

In Terneuzen is een divers aanbod aan supermarkten gevestigd. Waaronder twee Aldi's en twee Lidl's, Jumbo en Albert Heijn. In Hoek is een Coöp gevestigd en in Sluiskil nog een kleine Spar.

Conclusies

Het aanbod aan supermarkten in de gemeente Sluis is ruim, zowel in aantal winkels als in oppervlak. Toerisme speelt hierbij een belangrijke rol. Door het vele toerisme is het supermarktenaanbod ruimer dan dat je op basis van het aantal inwoners zou verwachten.

De schaalgrootte van de winkels is redelijk. Het gemiddelde oppervlak per winkel is weliswaar groter dan het landelijk gemiddelde. Toch zijn er veel supermarkten in een kleine of krappe maatvoering.

De supermarkten zijn goed verspreid over de gemeente en gevestigd in de 'grotere' kernen. Oostburg heeft de meeste centrale functie in de

supermarktenstructuur. Hier zijn vier supermarkten gevestigd in elkaar aanvullende marktsegmenten. Daarna volgt Breskens met twee full-service supermarkten. In andere kernen is één supermarkt gevestigd.

De ligging van de winkels is over het algemeen goed. Centraal in de kern, veelal in of tegen het centrum en goed bereikbaar met parkeermogelijkheden nabij de entree. Dit neemt niet weg dat er bij sommige winkels knelpunten zijn bijvoorbeeld ten aanzien van de parkeermogelijkheden of de wisselwerking met andere voorzieningen in de kern.

- Ruim supermarktenaanbod in aantal en oppervlak
- Schaalgrootte supermarkten redelijk
- Goede spreiding supermarkten en centrale ligging
- Parkeren voldoende maar wel knelpunten

4. Trends en ontwikkelingen

Grote dynamiek in retailsector

De retail is een dynamische sector en voortdurend aan veranderingen onderhevig. De sector reageert op de veranderende consumentenbehoefte en grijpt de kansen en mogelijkheden van nieuwe technologie. Retailers zijn continue op zoek naar nieuwe locaties, nieuwe concepten en nieuwe vormen van klantinteractie. Daarbij is de 'klassieke' winkel al lang niet meer het enige kanaal om goederen te kopen en verkopen. Internet is natuurlijk het opkomende kanaal. Denk daarbij niet alleen aan een webwinkel. Internetplatformen, zoals Bol.com, Alibaba of Amazon, en sociale media bieden evenzo tal van mogelijkheden om producten te verkopen en het contact met de klant aan te gaan.

De dynamiek zorgt ervoor dat het fysieke deel van de retailsector (het winkelvastgoed) evenzo continu aan verandering onderhevig is en dat retailers blijvend op zoek zijn optimalisering en vernieuwing van het winkelvastgoed.

Veranderende kooporiëntatie

De kooporiëntatie is een belangrijk gegeven in de retail. Dit geeft aan in welke mate consumenten zijn georiënteerd op een bepaalde aankooplocatie, zoals winkelcentrum of centrumgebied. In Randstad Koopstromenonderzoek 2018[10] zijn hierin een aantal hoofdtrends benoemd.

- Internet blijft als aankoopkanaal groeien. Er is een verschuiving van fysieke aankopen naar online aankopen. Per branche zijn de verschillen groot.
- Dagelijkse boodschappen worden meer en meer lokaal in de directe eigen woonomgeving aangeschaft. Dit geeft een hogere gemeentelijke koopkrachtbinding in de dagelijkse sector.
- Voor recreatief winkelen en shoppen zijn mensen meer en meer op grotere centra georiënteerd. Kleine en middelgrootte centra vallen als het ware tussen wal en schip.

Afname vraag winkelruimte

Internet leidt tot een structurele afname van de vraag naar winkelruimte c.q. winkelvastgoed. Inmiddels gaat al zo'n 20% van alle aankopen via internet en dus niet meer via de winkel. Dit zorgt voor een afnemende vraag naar winkelruimte. Toch is deze afname niet één op één gelijk. Per branche zijn er grote verschillen. In branches zoals elektronica, boeken en mode is de druk nu hoog. Veel winkels sluiten en retailers heroriënteren zich op hun vastgoedportefeuille. Tegelijk worden er ook in deze branches (nieuwe) winkels geopend of vergroot. Winkels fungeren niet meer alleen als verkoopkanaal maar worden ook ingezet als inspiratie-, marketing-, en/of servicekanaal. Het voordeel van winkels, ten opzichte van internet, is dat er direct en fysiek interactie met de klant is.

Supermarkten kleine kernen

Vooral in kleine kernen is een afname te zien van het winkelaanbod. Het primaire draagvlak is veelal te klein en vergrijst. Supermarkten hanteren al snel een minimaal draagvlak van 1.500 tot 2.000 inwoners voor een economisch rendabele exploitatie. Winkels in kleinere kernen functioneren omdat deze daar al van oudsher zijn gevestigd of vanwege toeloop van toerisme of passanten. Investeringen in dergelijke winkels worden nauwelijks gedaan. Winkels die daar

[10] *Randstadkoopstromenonderzoek 2016 en 2018 uitgevoerd in opdracht van de provincies Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht.*

zijn gevestigd blijven open tot de eigenaar stopt, bijvoorbeeld vanwege hoge leeftijd en pensioen.

Toename online bestedingen supermarkten

In het supermarktenkanaal is het effect van internet nog relatief beperkt. Nog steeds worden het overgrote deel van de aankopen via de supermarkt zelf gedaan. Het onlinemarktaandeel is nog bescheiden, maar wel sterk in opkomst. Tot een aantal jaar terug lag het marktaandeel nog rond de 1 à 2%. Begin 2020 was het al 4% en het laatste jaar is het aandeel, mede onder invloed van de corona-crisis, fors toegenomen tot 7,5%[11]. De verwachting is dat dit de komende jaren blijft toenemen.

Internet wordt op diverse manieren ingezet door supermarktorganisaties. Bij sommige is het een apart kanaal naast de reguliere winkel, zoals Jumbo en Albert Heijn. Deze hebben een apart distributieproces opgezet en bezorgen thuis of maken gebruik van pick-up-points Andere supermarkten zien internet meer als een service vanuit de winkels. Bij Plus worden bestelling bijvoorbeeld vanuit de winkel verzameld en bezorgt. Daarnaast zijn er de pure-players zoals Picnic. Dit zijn web-only supermarkten zonder fysieke vestigingen, anders dan bezorghubs.

Deze verschillende vormen van aanpak hebben ook effect op de vraag naar en invulling van het winkelvastgoed. Winkels zullen bijvoorbeeld ruimte moeten reserveren voor order-pikken, opslag en distributie. Hetzij binnen de winkel hetzij op nieuwe of andere locaties.

Stijgende lijn omzet, oppervlak en schaalgrootte supermarkten

De totale supermarktenomzet kent nog steeds een gestaag stijgende lijn. Elk jaar groeit de omzet met 1 à 2%. Het supermarkten kanaal is daarmee een stabiele sector en weinig conjunctureel gevoelig. In de corona-crisis zagen we een sterke toename van de omzet, mede als gevolg van het sluiten van horeca. Bestedingen die normaal gesproken in de horeca werden gedaan, verschoven naar de supermarkt en deels naar speciaalzaken.

Zowel het aantal winkels als het totale oppervlak aan supermarkten neemt nog jaarlijks toe. De toename is gelijk aan de toenemende omzet en de bevolkingsontwikkeling. Kort gezegd, waar de bevolking groeit, groeit de vraag naar supermarkten. Waar de bevolking daalt, daalt deze vraag.

Het totale oppervlak aan supermarkten groeit iets meer dan het aantal winkels. De overall trend is daarmee een geleidelijke schaalvergroting van supermarkten. In 2017 was de schaalgrootte nog 718 m², nu is dit 726 m² per verkooppunt[12].

De schaalvergroting uit zich vooral in het full-service segment. Voor een goed functionerende winkel in dit segment is al snel een oppervlak nodig van 1.400 m² wvo nodig. Als ideale maat wordt door organisaties 1.500 à 1.600 m² wvo aangegeven. De maatvoering is nodig om voldoende service en comfort in de winkel te kunnen bieden. Met ruimte voor klant, personeel en logistiek.

Plannen supermarkten

De supermarkten in de gemeente Sluis geven aan in het algemeen goed te functioneren. De corona-crisis heeft een duidelijke impact gehad. De omzet gelijk aan de landelijke trend toegenomen. Echter door het sluiten van de grens met België is deze omzet grotendeels weggevallen. Het herstel hiervan gaat nog langzaam. Toerisme blijft een belangrijke inkomstenbron voor de supermarkten.

11 *GfK*

12 *Retailinsiders.nl*

De winkels zijn continue opzoek naar verbetermogelijkheden van de locatie en het vastgoed. Met name bereikbaarheid en parkeren zijn aspecten die verbetert kunnen worden. Daarbij gaat het zeker niet alleen om uitbreiding van parkeercapaciteit. Kwalitatieve verbeteringen van parkeren kunnen vaak ook een duidelijke verbetering geven. Bijvoorbeeld de inrichting van het terrein, de toegankelijkheid ervan en de aansluiting op de entree van de winkel.

Uitbreiding van het winkelvloeroppervlak is soms aan de orde. Meer ruimte is nodig voor het bieden van service en comfort, zowel aan de klant als aan het personeel en de logistiek in de winkel. De winkels hebben ruimtebehoefte om een moderne toekomstbestendige winkelformule te kunnen neerzetten. De ruimtebehoefte zal zich niet altijd laten vertalen in een hogere omzet.

Concrete plannen voor de supermarkten in Sluis zijn als volgt bekend:

- Spar Cadzand: verplaatsen en uitbreiden winkel naar nieuwe locatie tegen huidig winkelstrip. Uitbreiding winkel naar een oppervlak van ca. 550 m² wvo (nu 220 m² wvo). Onder de winkel komt twee-laags parkeerkelder.
- Jumbo Breskens: winkel uitbreiden naar een oppervlak van ca. 1.600 m² wvo (nu 1.450 m² wvo). Dit is nodig om de zomerpiek in drukte te kunnen opvangen en ook dan voldoende ruimte en comfort te kunnen bieden.
- Plus Breskens: winkel uitbreiden naar een oppervlak van 1.800 m² bvo, conform DPO 2015. Hierdoor is een winkel mogelijk met een netto oppervlak van ca. 1.300 à 1.400 m² wvo[13]. Nu is de winkel 1.177 m² wvo.
- Plus IJzendijke: op lange termijn (> 5 jaar) is er mogelijk de wens de winkel uit te breiden naar 1.200 m² wvo (nu 862 m² wvo). Plannen hiervoor zijn niet concreet.
- Jumbo Sluis: wens voor uitbreiding van de winkel met ongeveer 200 m² wvo tot 1.400 m² wvo. Nu is de winkel 1.160 m² wvo. Het parkeren rond de winkel is niet ideaal. Relocatie van de winkel naar een andere plek in Sluis is daarom een optie. Concrete plannen hiervoor zijn er niet.
- Aldi Oostburg: wens voor uitbreiding van de winkel naar een voor Aldi gewenste maat voor een hedendaagse supermarkt van ongeveer 1.100 m² wvo (nu 776 m² wvo).

De plannen hebben hoofdzakelijk betrekking op het opschalen van bestaande winkels. Er zijn geen plannen of wensen bekend voor het vestigen van een nieuwe supermarkt.

Tabel 4.1: supermarktplannen kwantitatief

Kern		Uitbreiding bij benadering (m² wvo)
Breskens	Plus	200
	Jumbo	150
Cadzand Bad	Spar	300
IJzendijke	Plus	300
Oostburg	Aldi	300
Sluis	Jumbo	200
Totaal		1.450

[13] *Een gebruikelijke verhouding tussen bruto en netto oppervlak is 70% tot 80%. Het bruto oppervlak is het winkelvloeroppervlak (toegankelijk voor de klant) plus alle overige ruimten zoals magazijn, personeelsruimte, sanitair, kantoor.*

5. Functioneren

Uitgangspunten

Op basis van de vraag- en aanbodanalyse is een doorrekening gemaakt van het economisch functioneren van de supermarkten en de distributieve mogelijkheden voor eventuele uitbreiding van het aanbod in de sector. Hierbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Voor de berekening van de distributieve ruimte is gebruik gemaakt van de kengetallen en berekeningswijze, zoals gepresenteerd in de publicatie Omzetkengetallen 2021 (juli 2022)[14]. De notitie biedt een uniforme berekening die als input dient voor eenduidig ruimtelijk economisch onderzoek.
- De doorrekening is gemaakt voor de huidige situatie en de toekomstige situatie in 2025 en 2030.
- Het inwonertal van de gemeente voor 2021 en de CBS-prognose voor de toekomst.
- De gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking in de supermarktsector, op basis van de 'winkelomzet' en het 5-jaars gemiddelde. Bron Retail Insiders, publicatie Omzetkengetallen 2021 (juli 2022).
- Een correctie op de bestedingen door een lager inkomensniveau in de gemeente. Daarbij is een inkomenselasticiteit van 0,4 gehanteerd. Indien het inkomen 1% lager is dan het landelijk gemiddelde zijn de gemiddelde bestedingen 0,4% lager.
- De kooporiëntatie van consumenten met een onderscheid in koopkrachtbinding (het percentage van het bestedingspotentieel in een gemeente dat bij winkels in die gemeente terechtkomt) en koopkrachttoevloeiing (het aandeel van de totale bestedingen/omzet dat afkomstig is van consumenten van buiten de gemeente). Ten aanzien van de toevloeiing gaat het om bestedingen door inwoners van omliggende gemeenten, inclusief België en bestedingen door toeristen.
- Gemiddelde vloerproductiviteit is de gemiddelde omzet afgezet tegen het totale oppervlak aan supermarkten. Dit wordt vergeleken met landelijke gemiddelden om het functioneren te bepalen.

Bestedingen en draagvlak

Het huidige draagvlak in de gemeente Sluis is 23.168 inwoners. De prognoses geven aan dat dit draagvlak het komende decennium langzaam daalt. In 2030 telt de gemeente ongeveer 22.700 inwoners. Uitgaande van een geleidelijke lineaire daling zullen er in 2025 ongeveer 22.900 mensen in de gemeente wonen.

Landelijk bedragen de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking (winkelomzet en 5-jaars gemiddelde) in supermarkten € 2.135,- exclusief BTW. Het gemiddelde inkomensniveau in Sluis ligt 4,4% onder het landelijk gemiddelde. De gemiddelde bestedingen worden daarom met een inkomenselasticiteit van 0,4 naar beneden gecorrigeerd. Daarmee bedragen de gemiddelde supermarktbestedingen in de gemeente Sluis € 2.097,- (exclusief BTW). Het is ongewis hoe de bestedingen zich de komende jaren door-ontwikkelen. In de afgelopen jaren zagen we elk jaar een toename van de omzet in supermarkten en de consumentenbestedingen. Zelfs in de covid-crisis namen de bestedingen toe. Dit vooral ook door een sluiting van de horeca waardoor bestedingen verschoven van horeca naar supermarkt.

Online bestedingen

[14] *Notitie: Omzetkengetallen 2021, ten behoeve van ruimtelijk economisch onderzoek (juli 2022, Retail Insiders, Panteia, INRetail)*

Inmiddels worden ongeveer 3% à 5% van de supermarktbestedingen online gedaan[15]. Hetzij bij een van de reguliere supermarkten hetzij bij de online-supermarkten zoals Picnic. Het onlinekanaal is een gestaag groeiende markt waarbij elk jaar het marktaandeel wel met een procentpunt toeneemt. De verwachting is dat dit de komende jaren verder zal toenemen. Er zijn echter ook lokale verschillen. Het onlinekanaal is nu vooral in opkomst in stedelijke gebieden. In landelijke gebieden blijft het marktaandeel achter, onder meer door een andere populatie die minder snel deze trend oppakt en door de grote afstanden waardoor de kosten hoog liggen. Zowel voor de aanbieder in de logistieke kosten en voor de consument in de bezorgkosten die worden doorgerekend. Picnic bezorgt bijvoorbeeld (nog) niet in de gemeente Sluis. Sinds juni 2022 heeft Albert Heijn de online bestelmogelijkheden naar Zeeuws Vlaanderen uitgebreid.

Naar de toekomst toe verwachten wij dat de toename van de online bestedingen en daarmee een afname in aankopen in de fysieke supermarkt. Omdat de mogelijkheden momenteel nog beperkt zijn schatten wij in dat het online-marktaandeel rond de 2% ligt.

Kooporiëntatie

In 2015 is de koopkrachtbinding op de gemeente Sluis door Rho ingeschat op 95%. In 2018 is door provincie Zeeland een verdiepend onderzoek uitgevoerd naar de kooporiëntatie van de inwoners in de gemeente. Dit onderzoek is gebaseerd op brondata van Rabobank Research uit 2014. Uit dit onderzoek blijkt dat inwoners van de vier kernen, Cadzand, Breskens, Sluis en Oostburg, sterk georiënteerd zijn op het aanbod in de gemeente Sluis. De koopkrachtafvloeiing naar omliggende gemeenten of België is zeer gering. In de afgelopen jaren is het aanbod in de gemeente uitgebreid met een nieuwe supermarkt in Oostburg en zijn enkele andere winkels geoptimaliseerd.

Verwacht mag worden dat de koopkrachtbinding minimaal op gelijk niveau is gebleven. Dit is ook op landelijk niveau te zien. De kooporiëntatie verschuift alleen als er binnen het aanbod structurele veranderingen plaatsvinden, door sluiting, relocatie of toevoeging van winkels. Maar ook dan zijn verschuivingen gering en hooguit enkele procentpunten. De sluiting van Aldi leidt ertoe dat veel van de bestedingen die voorheen daar werden gedaan nu verplaatsen naar de Aldi in Oostburg. Per saldo leidt dit op gemeentelijk niveau niet tot een lagere binding. Een binding van 95% is daarom aannemelijk.

Kooporiëntatie exclusief online bestedingen

De omzetkengetallen die worden gebruikt hebben alleen betrekking op omzet die via de fysieke winkel (aan de toonbank) wordt gerealiseerd. Dit is exclusief omzet via andere kanalen, zoals webwinkels (van fysieke winkels en online georiënteerde bedrijven). Consequentie hiervan is dat de gehanteerde koopkrachtbinding ook moet gaan over sec de bestedingsstromen naar fysieke winkels: koopkrachtbinding + koopkrachtafvloeiing naar fysieke winkels buiten het verzorgingsgebied = 100% van de bestedingsstroom.

In koopstromenonderzoek word internet doorgaans (integraal) als aankoopkanaal meegenomen. Dit is ook het geval in de hier gebruikte kooporiëntatie. Dit houdt in dat wanneer koopstromen in percentages worden uitgedrukt, de koopkrachtbinding + koopkrachtafvloeiing naar fysieke winkels + koopkrachtafvloeiing naar internet 100% van de koopstromen is. De kooporiëntatie is daarom omgezet naar koopkrachtbinding exclusief online bestedingen.

Dit is gedaan op basis van de volgende omrekening:

- Totale winkelbestedingen = 100%; waarvan x% koopkrachtbinding, x% fysieke afvloeiing en x% online afvloeiing.

[15] *GfK, 2021*

- Fysieke koopkrachtbinding = x% koopkrachtbinding / (x% koopkrachtbinding + x% fysieke afvloeiing)

Deze berekening toegepast geeft het volgende:

- Koopkrachtbinding 95%
- Fysieke afvloeiing 3%
- Online afvloeiing 2%

Fysieke koopkrachtbinding = 95% / (95% + 3%) = 97%

Toeristische bestedingen

Toerisme is een belangrijke economische factor voor de supermarkten in de gemeente en zorgt voor veel omzettoevloeiing. Deze toevloeiing is op te delen in bestedingen door verblijfstoeristen en kooptoeristen. Die laatste vooral uit België.

In 2015 is door Rho ingeschat dat ongeveer 25% van de totale omzet afkomstig is van bestedingen door (verblijfs)toeristen. Dit kwam neer op totaal ongeveer € 20,5 miljoen. De gemeente telde destijds 3,5 miljoen overnachtingen door verblijfstoeristen. In 2019 is dit met 12% toegenomen tot 4 miljoen[16]. De supermarktbestedingen zijn in die periode met 6,5% toegenomen. Uitgaande van een groei van de bestedingen én het aantal overnachtingen komen de bestedingen door toeristen nu neer op ongeveer € 24,5 miljoen, ca. 28% van de totale bestedingen. Deze bestedingen komen neer op een gemiddelde dagbesteding van € 6,- aan dagelijkse artikelen per overnachting. Dit is vergelijkbaar aan het niveau dat in toeristische plaatsen als Noordwijk, Bergen NH en Texel wordt behaald[17].

[16] *HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, Toerisme in Sluis 2019/2020*

[17] *Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2018 I&O Research*.

Bij de gemeente zijn diverse plannen bekend voor uitbreiding van het aantal toeristische eenheden, naar vakantiewoningen, hotelbedden, kampeerplaatsen, etc. Totaal komen deze plannen neer op bijna 1.300 eenheden, waarvan ca. 830 aan harde plannen en ca. 360 aan zachte plannen. Dit is een toevoeging van ca. 6% tot 8% ten opzichte van het huidige aanbod. Ervan uitgaande dat de bezetting van deze nieuwe eenheden gelijk is kan dit worden door-vertaald naar een groei van toeristische bestedingen met 6% tot 8%. Met deze toename groeit het aandeel bestedingen door toeristen naar ongeveer 30%, als aandeel van de totale bestedingen.

Naast de plannen voor nieuwe eenheden is er een landelijke verwachte groei van toerisme met 56%. Deze groeiverwachting komt voort uit het rapport Perspectief 2030[18]. De groei heeft betrekking op de gehele Nederlandse kust en is dus niet specifiek voor Sluis. Bovendien dateert de verwachting van voor de coronacrisis. Wat het effect is van corona op de toekomstverwachtingen is nog moeilijk te voorspellen, zowel voor binnenlands als buitenlands toerisme.

In Zeeuws verband is het Perspectief 2030 vertaald in een Zeeuwse visie op toerisme. Daarin is de ambitie toerisme meer te spreiden in ruimte en tijd. Het voor- en naseizoen moet belangrijker worden en de afhankelijkheid van het hoogseizoen moet afnemen. Dit betekent dat er doorgroei is naar een jaarrond bestemming met een hogere en meer gespreide bezetting.

De groei van het toerisme met 56% tot 2030 is dus een ambitie en verwachting, maar geen harde prognose en bovendien met onzekerheden omhuld. Daarom is deze groeiverwachting als toekomstscenario weergegeven. Een groei van toerisme met 56% tot 2030 betekent dat dan ongeveer 39% van de bestedingen uit toerisme afkomstig kunnen zijn.

Bestedingen vanuit België

[18] *NBTC Perspectief 2030 Bestemming Nederland (januari 2019)*

Van oudsher is de Belgische consument uit de grensstreek sterk georiënteerd op het aanbod in de gemeente Sluis. Met name Sluis neemt hier, als recreatief winkelgebied, een centrale rol in. Ook voor de dagelijkse boodschappen steken Belgen regelmatig de grens over. In 2016 is door Rho een nadere onderbouwing gemaakt van dit kooptoerisme. Op een aantal dagen in februari zijn bij supermarkten de Belgische auto's geteld. Op basis hiervan kan een, zij het grove, inschatting worden gemaakt van het aandeel Belgische consumenten. Daarmee schatte Rho in dat voor de hele gemeente ongeveer 20% van de supermarktenomzet uit België kwam (totaal ca. € 17 mln.).

Motieven van Belgen om bij de Nederlandse supermarkten te kopen waren onder meer de nabijheid en bereikbaarheid. Sommige Nederlandse winkels zijn eenvoudigweg het meest dichtbij. Daarnaast speelt ook het prijsverschil mee. Nederlandse supermarkten kennen een structureel lager prijsniveau dan Belgische winkels.

Sinds 2016 is echter een en ander veranderd. Voorheen had Nederland een afwijkend lager BTW-tarief. Inmiddels is de BTW in Nederland 9% op levensmiddelen en in België 6% (op de meeste levensmiddelen). Nederlandse supermarktformules, zoals Albert Heijn en Jumbo, investeren de laatste jaren sterk in België. In de grensstreek rond Sluis is deze investering tot nu toe nog beperkt. Albert Heijn heeft nu vestigingen in Knokke-Heist en Maldegem. De discount formules Aldi en Lidl zijn met meerdere vestigingen sterk vertegenwoordigd aan de Belgische kant van de grens.

Verder was tijdens de lockdown in de corona-crises de grens volledig afgesloten en was er vrijwel geen grensoverschrijdend koopgedrag. Inmiddels is de grens weer open. Supermarktorganisaties geven echter aan dat het koopniveau nog lang niet is hersteld.

Dit alles bij elkaar geeft aan dat de omzettoevloeiing vanuit België onder druk staat en naar verwachting niet het niveau van enkele jaren geleden meer heeft.

Ook naar de toekomst toe verwachten wij dat dit niet meer wordt gehaald en waarschijnlijk op een lager niveau uitkomt.

- De prijsverschillen zijn kleiner door BTW heffingen.
- Nederlandse supermarkten investeren juist in België, dit ontneemt het motief om voor deze winkels de grens over te steken.
- Mogelijk geeft de corona impact ook voor Belgen meer reden om boodschappen in de directe nabijheid te doen.

Voor de huidige en toekomstige situatie schatten wij in dat het omzetaandeel vanuit België op een lager niveau ligt dan in 2016. Daar waar dit in 2016 nog op 20% lag, zal dit nu (bij een 'normale' situatie zonder corona-maatregelen) rond de 17% liggen (ca. € 15 mln.). Een procentuele daling van 10% à 15%.

Vloerproductiviteit

Om het economisch functioneren en de distributieve mogelijkheden te bepalen wordt het functioneren uitgedrukt in een gemiddelde omzet per m² (vloerproductiviteit). Wanneer dit 'lokale' gemiddelde wordt afgezet tegen landelijke gemiddelden is een vergelijking mogelijk en kan worden bepaald of er al dan niet ruimte is voor uitbreiding van het aanbod. Als landelijke referentie wordt evenals bij de bestedingen het 5-jaars gemiddelde gebruikt, zoals genoemd in de publicatie over Omzetkengetallen.

Functioneren en distributieve mogelijkheden

Op basis van voorgaande uitgangspunten en aannames rond bestedingen en kooporiëntatie is een benadering gemaakt van het economisch functioneren en de kwantitatieve distributieve mogelijkheden voor de supermarkten in de gemeente Sluis.

De supermarkten in de gemeente Sluis functioneren momenteel met een omzet (gemiddelde vloerproductiviteit) van rond de 5% onder het landelijk niveau.

Voor de lokale marktsituatie in de gemeente is dit prima en geeft het voldoende mogelijkheden voor een goed en rendabele exploitatie.

Bestedingen toevloeiing	**€ 39,5**	**€ 41,0**	**€ 41,0**	**€ 53,2**
Totale bestedingen	**€ 86,6**	**€ 87,6**	**€ 87,2**	**€ 98,5**
Aanbod in m² wvo	10.930	10.930	10.930	
Gem. vloerproductiviteit	€ 7.900	€ 8.000	€ 8.000	
Landelijke vloerprod.	€ 8.381	€ 8.381	€ 8.381	
Normatieve vloerprod.	€ 8.000	€ 7.600	€ 7.500	€ 7.500
Distributieve ruimte	**nihil**	**600**	**700**	**2.300**

Naar de toekomst toe ontstaat er enige kwantitatieve distributieve ruimte om het supermarktenaanbod uit te breiden. Deze ruimte ontstaat enerzijds door toename van toerisme en anderzijds door een mogelijk lager niveau van de vloerproductiviteit na schaalvergroting van winkels. Met schaalvergroting ontstaat meer ruimte en comfort voor de klant in de winkel. Dit is nodig om een bepaald kwaliteitsniveau na te streven, maar betekent niet dat de omzet een op een toeneemt. Daarom hanteren wij in de toekomstscenario's een normatieve vloerproductiviteit van 5% tot 10% lager dan landelijk gemiddelde.

Tabel 5.1: economisch functioneren en distributieve ruimte

	2021	2025	2030	groeiscenario
Inwoners	23.168	22.900	22.700	
Bestedingen (winkelomzet)	€ 2.097	€ 2.097	€ 2.097	
Bestedingspotentieel	€ 48,6	€ 48,0	€ 47,6	
Koopkrachtbinding	97%	97%	97%	
Bestedingen gebonden	**€ 47,1**	**€ 46,6**	**€ 46,2**	
Koopkrachttoevloeiing				
Toerisme	28%	30%	30%	39%
België	17%	17%	17%	
Bestedingen Toerisme	24,5	26,0	26,0	38,2
Bestedingen België	15,0	15,0	15,0	

Per saldo kan het aanbod worden uitgebreid met 600 à 700 wvo. Indien het scenario van verdere toeristische groei wordt aangehouden neemt de distributieve ruimte toe tot ongeveer 2.300 m² wvo. De marktruimte is sterk afhankelijk van de groei van het toerisme. Blijft de groei uit dan beperkt dit de uitbreidingsruimte voor supermarkten.

Geconstateerd wordt dat de daling van het aantal inwoners, zoals in prognoses geschetst slechts in geringe mate invloed heeft op de distributieve ruimte voor supermarkten. De daling van het inwonertal heeft een equivalent van ongeveer 50 m² wvo supermarkt.

In de benadering is uitgegaan van een daling van het Belgisch kooptoerisme. Mocht deze daling beperkt blijven dan biedt dit ruimte voor supermarkten. Het omgekeerde is echter ook aan de orde. Als de Nederlandse supermarkten sterk in België investeren en het Belgische koopgedrag is na corona blijvend verandert dan kunnen de negatieve effecten voor de supermarkten in Sluis groter uitpakken.

Kortom de toekomst van de supermarkten is met onzekerheden en risico's omgeven. Dit maakt dat de weergegeven distributieve ruimte voorzichtig benaderd moet worden. Wij raden aan de ontwikkelingen goed te monitoren. Op basis van de inzichten is uitbreiding van het aanbod met 600 à 700 m² echter goed te verantwoorden.

6. Supermarktenstructuur

Beschouwing huidige supermarktenstructuur

Een beschouwing van de huidige supermarktenstructuur in de gemeente Sluis in relatie tot de algemene trends en ontwikkelingen op het vlak van vraag en aanbod geeft het volgende beeld.

- Over het algemeen is de supermarktenstructuur goed opgebouwd. De supermarkten liggen centraal in de kernen en bieden zodoende zowel toegevoegde waarde voor consument als voor de overige centrumvoorzieningen.
- De supermarkten zijn gevestigd in de grotere kernen en zodanig verspreid over de gemeente dat de winkels goed bereikbaar zijn voor de inwoners.
- De vestigingssituatie van de supermarkten is over het algemeen goed. Hoewel er wel locatie specifieke knelpunten zijn. De voornaamste knelpunt ligging in bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, uitstraling en schaalgrootte van winkels.
- Er is een voortdurende druk op de markt veroorzaakt door verschuivingen in consumentengedrag, (landelijke) trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod. Dit vraagt een blijvende vernieuwing en modernisering van supermarkten.
- Het draagvlak binnen de gemeente verschuift langzaam. Enerzijds is er vergrijzing en een lichte daling van het aantal inwoners. Dit is vooral in het ‘binnenland’. Anderzijds is er een toename van potentieel in toerisme. Voornamelijk aan de kust. Tegelijk staat het kooptoerisme vanuit België onder druk.
- Het consumentgedrag verschuift. Er is meer behoefte aan grotere winkels met uitgebreid assortiment en veel keuze. Daarnaast blijft er behoefte aan kleinere winkels in directe woonomgeving voor het gemak en dag dagelijkse (en ‘vergeten’) boodschappen. Tegelijk is er een toename van onlinebestellingen en thuisbezorging, wat consumenten minder afhankelijk maakt van de fysieke supermarkten.
- Het functioneren van kleinere supermarkten staat onder druk, ondanks de functie voor ‘de vergeten boodschappen’. Dergelijke winkels hebben alleen perspectief als er voldoende primair draagvlak is.

Vooral kwalitatieve ontwikkelingsruimte

Kortom de uitgangspositie voor de supermarktenstructuur in de gemeente Sluis is goed. Er is echter wel blijvende aandacht nodig voor vernieuwing van deze structuur om zo de veranderingen in de markt het hoofd te kunnen bieden.

De vernieuwing moet voornamelijk kwalitatief ingezet worden. Denk daarbij aan betere vestigingslocaties en verbetering van bereikbaarheid, parkeren, uitstraling, etc.

In kwantitatieve zin zijn de ontwikkelingsmogelijkheden beperkt. Dit blijkt uit de benadering van de distributieve ruimte. De distributieve mogelijkheden voor substantiële uitbreiding van het supermarktenaanbod zijn beperkt en zijn bovendien omgeven met onzekerheden en risico’s.

Enige marktruimte voor modernisering en verbetering van het aanbod is echter zeker wel aanwezig. Omdat een belangrijk deel van de marktruimte afhankelijk is van de (onzekere) toeristische ontwikkeling, zal deze zorgvuldig ingezet moeten worden en bovendien gemonitord. Het heeft de voorkeur de marktruimte in te zetten voor het moderniseren van bestaande supermarkten.

Gewenste supermarktenstructuur

De gewenste supermarktenstructuur is een ideaalbeeld voor de supermarkten in de gemeente. In grote lijnen is de gewenste structuur gelijk aan de huidige structuur. De huidige structuur heeft namelijk voldoende sterke punten en functioneert.

Uitgangspunten:

1. Een sterke retailstructuur die een goede verzorging biedt voor alle inwoners van de gemeente en bijdraagt aan een aantrekkelijke woon- en leefomgeving.
2. De retailstructuur heeft een juist evenwicht in spreiding en clustering. De spreiding zorgt voor een evenwichtige verdeling van het aanbod over de gemeente zodanig dat voorzieningen bereikbaar zijn voor de inwoners. Tegelijk is er voldoende clustering nodig zodat winkels kunnen profiteren van elkaars nabijheid en een aantrekkelijke centrummix bieden voor de consument.
3. Binnen deze ambities bieden vestigingslocaties voldoende mogelijkheden voor rendabele exploitatie van de winkels door ondernemers. Dit betekent voldoende schaalgrootte, goede bereikbaarheid, voldoende parkeermogelijkheden en goede uitstraling en zichtbaarheid.

Toekomstrichting

De kwantitatieve mogelijkheden voor het supermarktenaanbod in Sluis biedt ruimte voor enige uitbreiding. De verwachte groei van toerisme biedt kansen voor uitbreiding. De daling van het aantal inwoners levert een zeer geringe marktkrimp op. De ruimte kan worden ingezet voor schaalvergroting van bestaande winkels.

Om de gewenste supermarktenstructuur te realiseren zal ingezet moeten worden op de volgende toekomstrichting.

- Behouden en zo nodig versterken van de supermarkten in de centrumgebieden. De supermarkten binnen de centrumgebieden hebben een belangrijke dragende functie voor deze gebieden.
- De aanwezige distributieve ruimte primair inzetten om bestaande supermarkten te versterken. Enige schaalvergroting van de winkels is daarbij mogelijk. Streef daarbij naar een gelijke verdeling over de winkels, zodat de concurrentieverhoudingen in kwantitatieve zin gelijk blijven.
- Toevoeging van een nieuwe supermarkt is op korte termijn niet aan de orde. Pas als de groei van het toerisme daadwerkelijk doorzet én meer duidelijk is over het Belgische koopgedrag is een nieuwe supermarkt een optie.
- De marktruimte die ontstaat door groei van toerisme kan vooralsnog goed worden opgevangen door bestaande supermarkten. Een enkele kleinschalige park- of campingwinkel is wel mogelijk (max. 80 m² wvo).
- Indien de distributieve ruimte de mogelijkheid biedt, is de vestiging van een nieuwe supermarkt alleen wenselijk in of tegen een centrumgebied. Zodanig dat een optimale wisselwerking ontstaat met het overige voorzieningenaanbod aldaar en dit elkaar versterkt.
- De vestiging van een nieuwe supermarkt aan de buitenrand van een kern zonder aansluiting met het overige winkelaanbod of elders in het buitengebied is niet wenselijk. Dit geeft te veel verstoring van de bestaande structuur en zet centrumgebieden onder druk.
- Relocatie van bestaande supermarkten is onder voorwaarde mogelijk. Het uitgangspunt daarbij is dat de nieuwe locatie een betere situatie oplevert voor de winkel zelf, ten aanzien van o.a. bereikbaarheid, parkeren en zichtbaarheid én wisselwerking met het centrum. Uitplaatsing naar een locatie aan de rand van een kern of elders in het buitengebied is niet wenselijk.

- In geval van relocatie c.q. verplaatsing van een supermarkt zal er een passende oplossing moeten worden gevonden voor de achterblijvende locatie. Leegstand is niet wenselijk en moet worden voorkomen.

Wij adviseren eventuele supermarktontwikkelingen, met name relocaties, in te zetten vanuit een integrale ruimtelijk-functionele centrum- of dorpsvisie. In een dergelijke visie dient een toekomstbeeld geschetst te worden van de gewenste ruimtelijke en functionele structuur, uitstraling en positionering voor het betreffende centrum.

7. Regelgeving en toetsing

Ladder voor duurzame verstedelijking

Sinds oktober 2012 is “Ladder voor duurzame verstedelijking” wettelijk verplicht bij elke nieuwe stedelijke ontwikkeling. Bij nieuwe stedelijke ontwikkeling zal getoetst dienen te worden of er sprake is van een zorgvuldige ruimtelijke ordening, in termen van optimale benutting van de ruimte in het stedelijk gebied.

Per 1 juli 2017 is de ladder-systematiek (Artikel 3.1.6 lid 2 Bro) gewijzigd: “*De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, als 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 nadrukkelijke stappen zijn daarmee uit de ladder verdwenen. Wel is van belang dat wordt aangetoond dat er een behoefte bestaat aan de ontwikkeling. En als de ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied plaatsvindt, dient vervolgens te worden aangetoond waarom dat zo is.

De Ladder is van toepassing op winkelplannen die worden aangemerkt als nieuwe stedelijke ontwikkeling. Bij het bepalen óf en hoe de Ladder moet worden toegepast zijn de volgende aspecten van belang.

Nieuwe stedelijke ontwikkeling
Of er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Voorziet het winkelplan in de toevoeging van een gebouw, dan ligt de ondergrens 'in beginsel' bij een bruto-vloeroppervlakte van minder dan 500 m².

Het feit dat er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling wordt versterkt door de woningbouw. Voor nieuwe ontwikkelingen wordt in de handreiking van de Ladder voor duurzame verstedelijking een ondergrens van 12 woningen gehanteerd. Als er in een ontwikkeling meer woningen worden gebouwd is er sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling.

Ruimtelijk verzorgingsgebied
Wanneer er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling, dient de behoefte aan de planontwikkeling en de detailhandel daarin te worden aangetoond. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijk verzorgingsgebied van de ontwikkeling. Bijvoorbeeld een wijk, een gemeente en soms een grotere regio. De aard en omvang van de ontwikkeling zijn leidend voor het schaalniveau waarop de ruimtebehoefte moet worden afgewogen.

Behoefte in relatie tot leegstand
Bij de beoordeling van de behoefte dient het bestaande aanbod betrokken te worden. Voor detailhandel betekent dit dat er moet worden gemotiveerd, dat rekening is gehouden met (de effecten op) winkelleegstand. Daarbij dient inzichtelijk te worden gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg heeft, dat dit tot een onaanvaardbare situatie zal leiden uit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening. Het enkele gegeven dat overaanbod ontstaat, betekent niet dat de ontwikkeling in strijd is met de Ladder. Daarnaast kan op plekken waar weinig marktruimte aanwezig is vernieuwing en versterking van de winkelstructuur soms toch nodig zijn.

Bestaand stedelijk gebied
Als het winkelplan voorziet in een behoefte en gepland is binnen bestaand stedelijk gebied dan wordt voldaan aan de Ladder. Als bestaand stedelijk gebied wordt aangemerkt: ‘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'.

Europese dienstenrichtlijn

De Europese Dienstenrichtlijn spreekt zich uit over vrije vestiging van dienstenactiviteiten, zoals detailhandel, en het bevorderen van concurrentie. Economische beperkingen zijn in beginsel verboden en kunnen alleen worden opgelegd als daar een dwingende reden is van algemeen belang. Een vestigingsbeperking, zoals het opleggen van een branchebeperking, kan daarin mogelijk zijn, mits dit als noodzakelijk wordt geacht en het evenredig is. De onderbouwing hiervan heeft als uitgangspunt de actuele detailhandelssituatie en vigerende beleidskaders.

Belangrijk is dat op 1 juli 2014 een wijziging van het Bro in werking is getreden. Dit om te voorkomen dat de ladder voor duurzame verstedelijking in strijd is met de Europese Dienstenrichtlijn. Doel is een goede ruimtelijke ordening. Het aantonen dat er geen behoefte is, is geen grond om geen medewerking te verlenen. Indien als gevolg van de ontwikkeling onaanvaardbare leegstand ontstaat of het woon- en leefklimaat onevenredig wordt aangetast, zijn dat wel relevante ruimtelijke argumenten om geen medewerking te verlenen.

Op 18 mei 2017 heeft de advocaat-Generaal van het Europese Hof van Justitie een belangrijke mening gegeven betreffende het stellen van branchebeperkingen aan detailhandel op perifere locaties. De mening van de advocaat-generaal moet nog door het Hof van Justitie worden bevestigd. Als dat gebeurt, dan moeten de bestemmingsplannen met een specifieke regeling (bv. branchering of oppervlakte) voor detailhandel (op perifere locaties) hiervoor een goede onderbouwing bevatten.

De advocaat-generaal stelt dat, wanneer een brancheringsregeling in een bestemmingsplan is opgenomen, in eerste instantie het verbod voor zo'n brancheringsregeling uit artikel 15 van de Dienstenrichtlijn van toepassing is. Echter, in tweede instantie is een uitzondering op die verbodsbepaling mogelijk als een gemeente hiervoor dwingende redenen heeft aangevoerd. In de conclusie van het concrete bestemmingsplan waar het Hof om een uitspraak is gevraagd (Appingedam) is vermeld, dat in het bestemmingsplan onder meer is vastgesteld dat vanwege behoud van de leefbaarheid van het stadscentrum en ter voorkoming van leegstand in binnenstedelijk gebied bepaalde regels ten aanzien van de perifere locatie zijn opgenomen. De enige manier om de negatieve gevolgen van een verkeerstoename en een lege binnenstad te vermijden is dus om de mogelijkheden voor dienstverrichters om zich buiten de binnenstad te vestigen, te beperken,'' zo stelt de advocaat-generaal.

Een volgende stap is dat de ladder geïncorporeerd wordt in de nieuwe Omgevingswet. Belangrijk is de jurisprudentie zoals in de zaak Emmeloord en daarnaast Sugar City, De Marne en Bergen met betrekking tot het aspect duurzame ontwrichting (waarbij het dus niet gaat om overaanbod).

Omgevingswet

In 2022 wordt de nieuwe Omgevingswet ingevoerd. De Omgevingswet staat voor een goede balans tussen het beschermen en het benutten van de fysieke leefomgeving. Met de nieuwe wet wordt het wettelijk kader voor verschillende onderdelen van de fysieke leefomgeving eenvoudiger.

Het doel van de Omgevingswet is het bereiken van een balans tussen:

- Het beschermen van de fysieke leefomgeving: zorgen voor een veilige en gezonde fysieke leefomgeving en een goede omgevingskwaliteit. En het bewaken hiervan.

- Het benutten van de fysieke leefomgeving: gebruiken en verder ontwikkelen van de fysieke leefomgeving op basis van maatschappelijke behoeften.

De Omgevingswet bundelt alle wetten voor de leefomgeving. Om de wet in de praktijk uit te voeren, kunnen gemeenten verschillende wettelijke instrumenten inzetten om de fysieke leefomgeving te beheren en te benutten. De zogenoemde kerninstrumenten: documenten om de gemeentelijke visie, beleid en regels vast te leggen.

De Omgevingswet heeft zes kerninstrumenten voor het benutten en beschermen van de leefomgeving. Dit zijn de omgevingsvisie, het programma, decentrale regels, algemene rijksregels, de omgevingsvergunning en het projectbesluit.

De omgevingsvisie of het omgevingsplan van de gemeente bevat de regels voor de fysieke leefomgeving op gemeentelijk niveau. Elke gemeente stelt één omgevingsplan op waarin alle gemeentelijke regels die betrekking hebben op de fysieke leefomgeving zijn opgenomen.

Veel initiatieven van burgers en bedrijven hebben gevolgen voor de leefomgeving. Voor de meeste daarvan gelden algemene regels. Soms is een vergunning nodig. Bijvoorbeeld voor het verbouwen van een rijksmonument. De overheid toetst vooraf of dat mag. Burgers, bedrijven en overheden kunnen toestemming vragen om activiteiten in de fysieke leefomgeving te mogen uitvoeren door het aanvragen van een omgevingsvergunning.

Detailhandelsontwikkelingen, zoals nieuwbouw, verbouw, relocatie, kunnen wettelijk geregeld worden middels een omgevingsvergunning.

Op welke wijze de hiervoor genoemde Ladder voor duurzame verstedelijking en de Europese Dienstenrichtlijn terugkomen in de nieuwe Omgevingswet is op dit moment nog niet helder.

Bijlage 1

Tabel 1.1: gemeente Sluis ontwikkeling recreatieve verblijfsaccommodaties

Planologisch harde plannen (deels al gerealiseerd)		
Naar kern:		
Cadzand	appartementen	223
	kampeerplaatsen	80
Breskens	appartementen	360
	ligplaatsen	100
Nieuwvliet	kampeerplaatsen	-65
	recreatiewoningen	131
		829
Naar type aanbod:	appartementen	583
	kampeerplaatsen	15
	ligplaatsen	100
	recreatiewoningen	131
		829
Planologisch zachte plannen		
Naar kern:		
Cadzand	appartementen	102
	kampeerplaatsen	81
Nieuwvliet	hotelkamers	70
	kampeerplaatsen	78
Oostburg	kampeerplaatsen	13
Sluis	kampeerplaatsen	17
		361
Naar type aanbod:	appartementen	102
	kampeerplaatsen	70
	hotelkamers	189
		361

Bron: gemeente Sluis

Tabel 1.2: aantal inwoners grensstreek België

Gemeente	2011	2015	2021	Prognose 2030	t.o.v. 2021
Damme	10.845	10.883	10.973	11.291	2,9%
Knokke-Heist	33.987	33.452	33.086	33.314	0,7%
Eeklo	20.187	20.551	21.549	21.741	0,9%
Kaprijke	6.294	6.337	6.508	6.455	-0,8%
Maldegem	22.997	23.420	24.114	24.468	1,5%
Sint Laureins	6.535	6.663	6.919	6.813	-1,5%
Totaal	100.845	101.306	103.149	104.082	0,9%

Bron: Stat.Bel en Statistiek Vlaanderen

De in dit rapport vermelde gegevens zijn met de grootst mogelijke zorg en nauwkeurigheid opgesteld, maar bieden geen garanties voor de realisatie van de indicaties. Dit hangt immers af van de ondernemer(s) zelf. Samensteller aanvaardt hiervoor dan ook geen aansprakelijkheid.

Emma retail
Parcivalring 16
5221 LM
’s-Hertogenbosch
06-24778704
KvK nummer 52790827
jaapkaai@emmaretail.nl
www.emmaretail.nl