

---

# MARKTRUIMTE- BEREKENING ZUIDLAREN

Ruimtelijk economisch onderzoek

6 april 2021

**RHO ADVISEURS**



# RHO ADVISEURS

---

**DATUM** 6 april 2021  
**KENMERK** 20200436\_0014GM

**PROJECT** Ruimtelijk-economisch advies supermarkten Zuidlaren  
**PROJECTLEIDER** drs. R.V. Bak

**OPDRACHTGEVER** Gemeente Tynaarlo  
**PROJECTNUMMER** 20200436

**AUTEUR** mw. J.G. Breukelman, MSc.



# INHOUD

<b>1. Inleiding</b>	<b>4</b>
1.1 Aanleiding	4
1.2 Vraagstelling	4
<b>2. Distributieplanologisch onderzoek</b>	<b>5</b>
2.1 Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Zuidlaren	5
2.2 Analyse dagelijks winkelaanbod Zuidlaren	6
2.3 Distributieplanologische marktanalyse huidige situatie dagelijkse goederensector Zuidlaren	7
<b>3. Toekomstige situatie</b>	<b>10</b>
3.1 Optimaliseren supermarktaanbod	10
3.2 Distributieplanologische marktanalyse mogelijke toekomstige situatie dagelijkse goederensector Zuidlaren	10
3.3 Behoud uitbreiding Albert Heijn en uitbreiding Jumbo	12
<b>4. Effecten op de retailstructuur</b>	<b>13</b>
4.1 Winkelstructuur Zuidlaren	13
4.2 Winkelstructuur Annen	14
<b>5. Quickscan niet-dagelijks</b>	<b>17</b>
5.1 Marktruimte niet dagelijks	17
5.2 Aanbodvergelijking	18
<b>6. Resumé</b>	<b>19</b>
6.1 Ontwikkelrichting	19

---

# 1. INLEIDING

## 1.1 Aanleiding

De gemeente Tynaarlo is een aantal jaar bezig met de centrumontwikkeling van Zuidlaren. In het centrumgebied spelen verschillende ontwikkelingen:

- Albert Heijn is verplaatst van de Stationsweg naar een tijdelijke locatie (max. 4 jaar) aan de Prins Bernhardhoeve. De vraag speelt of Albert Heijn hier een definitieve vestiging moet krijgen.
- Verzoek van Jumbo voor uitbreiding van de supermarkt.
- Verzoek van Aldi Annen om verplaatsing naar het centrum van Zuidlaren.
- Verzoek van Lidl om vestiging van een winkel in het centrum van Zuidlaren.

Dit betekent dat er een aantal varianten zijn betreffende de centrumontwikkeling van Zuidlaren. Ondernemers in het centrum zien graag dat er supermarkten in het centrum blijven om de levendigheid in het centrum te behouden. Daarnaast spelen de belangen van de bestaande supermarkten van Coop en vastgoedeigenaren in de omliggende dorpen, die voor leegstand vrezen na verplaatsing van Aldi.

De raad heeft met een ontwikkelingsrichting besloten dat op de Prins Bernhardhoevelocatie en aan de Stationsweg full-servisesupermarkten een plek moeten vinden. Op de locatie Stationsweg 33 (voormalige AH-locatie) is ruimte voor een supermarkt of andere publiekstrekker. De gemeente heeft behoefte aan een actuele ruimtelijk-economische effectenanalyse.

## 1.2 Vraagstelling

De gemeente heeft behoefte aan een actuele ruimtelijk-economische effectenanalyse. Op basis daarvan wenst de gemeente:

- goed te kunnen bepalen wat de beschikbare ruimte is voor de supermarkten, waarbij ook de kwalitatieve aspecten en ruimtelijk-functionele effecten worden meegenomen;
- te weten wat verplaatsing van één of meer supermarkten betekent voor de overige detailhandel in Zuidlaren en de omliggende dorpen;
- te weten wat verplaatsing van één of meer supermarkten betekent voor de leefbaarheid van Zuidlaren en de omliggende dorpen.

Deze analyse moet kunnen dienen als onderbouwing voor het nog op te stellen bestemmingsplan.

De opgave zal worden opgesplitst in twee stappen:

1. Een actueel distributieplanologisch onderzoek (dpo) voor de dagelijkse goederensector in Zuidlaren.
2. Een uitwerking van de effecten van de verschillende varianten.

## 2. DISTRIBUTIEPLANOLOGISCH ONDERZOEK

Om een beeld te krijgen van de marktsituatie in Zuidlaren zal een distributieplanologisch onderzoek worden uitgevoerd. In dit hoofdstuk komen de volgende onderdelen aan bod:

- Allereerst is een beeld geschetst van het verzorgingsgebied van Zuidlaren: omvang verzorgingsgebied, omvang winkelaanbod, vergelijking omvang winkelaanbod.
- Vervolgens is de dagelijkse goederensector binnen die verzorgingsgebied geanalyseerd.
- Tot slot is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de bevolkingsontwikkeling enerzijds en de beoogde ontwikkeling van het winkelaanbod in de planperiode 2020-2030 anderzijds.

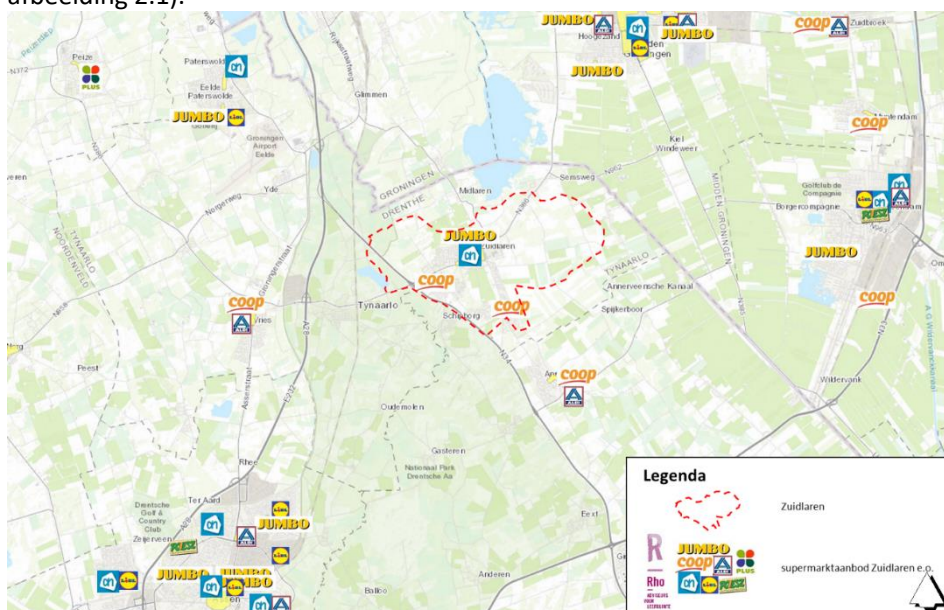
### 2.1 Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Zuidlaren

De gemeente Tynaarlo is een grote gemeente van bijna 34.000 inwoners (CBS, 2020; gegevens over 2019). Eelde-Paterswolde is de grootste kern in de gemeente met circa 10.600 inwoners. Dit zijn twee aan elkaar gegroeide dorpen. Zuidlaren (inclusief Westlaren) is de tweede grootste kern in de gemeente met circa 9.900 inwoners. Het winkelaanbod in de sector dagelijkse goederen is het grootste in de kern Zuidlaren (tabel 2.1).

**Tabel 2.1 Omvang winkelaanbod sector dagelijkse goederen gemeente Tynaarlo (bron: Locatus, 2020)**

woonplaats	omvang (m <sup>2</sup> wvo)
Eelde	2.812
Midlaren	26
Paterswolde	2.664
Tynaarlo	82
Vries	2.276
Zeijen	36
Zuidlaren	5.184
<b>gemeente Tynaarlo</b>	<b>13.080</b>

In figuur 2.1 is het regionale aanbod aan supermarkten weergegeven. In Zuidlaren zijn vier supermarkten gevestigd. In naastgelegen kern Annen zijn een Coop en een Aldi aanwezig. Een deel van de omliggende kernen heeft een eigen supermarkt (zie afbeelding 2.1).



**Figuur 2.1 Supermarktaanbod regio Zuidlaren (bron: Locatus, 2020; bewerking Rho)**

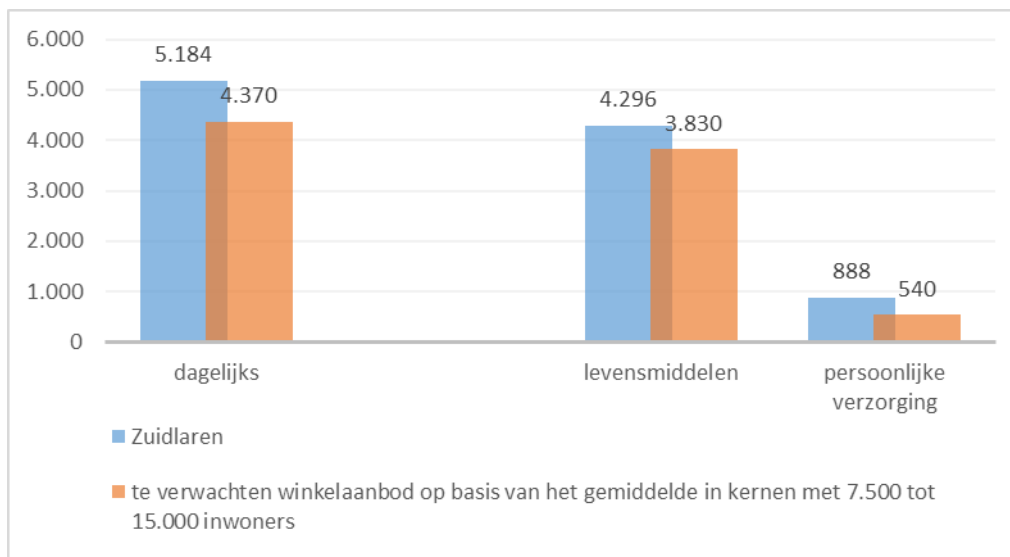
## 2.2 Analyse dagelijks winkelaanbod Zuidlaren

De kern Zuidlaren (incl. Westlaren) heeft momenteel een winkelvloeroppervlak van 5.184 m<sup>2</sup> aan dagelijkse goederen verdeeld over 20 verkooppunten. Het dagelijkse winkelaanbod bestaat uit levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisten). De opbouw van het dagelijkse winkelaanbod is weergegeven in tabel 2.2. De oppervlakte van Albert Heijn betreft de oppervlakte van de huidige, tijdelijke, winkel. Gemiddeld wordt een supermarkt 2 à 3 keer per week bezocht door een consument (Deloitte Consumentenonderzoek, 2019). Circa 70% van het winkelvloeroppervlak aan dagelijkse goederen in Zuidlaren wordt ingevuld door supermarkten.

**Tabel 2.2 Omvang dagelijks goederenaanbod Zuidlaren (bron: Locatus, 2020)**

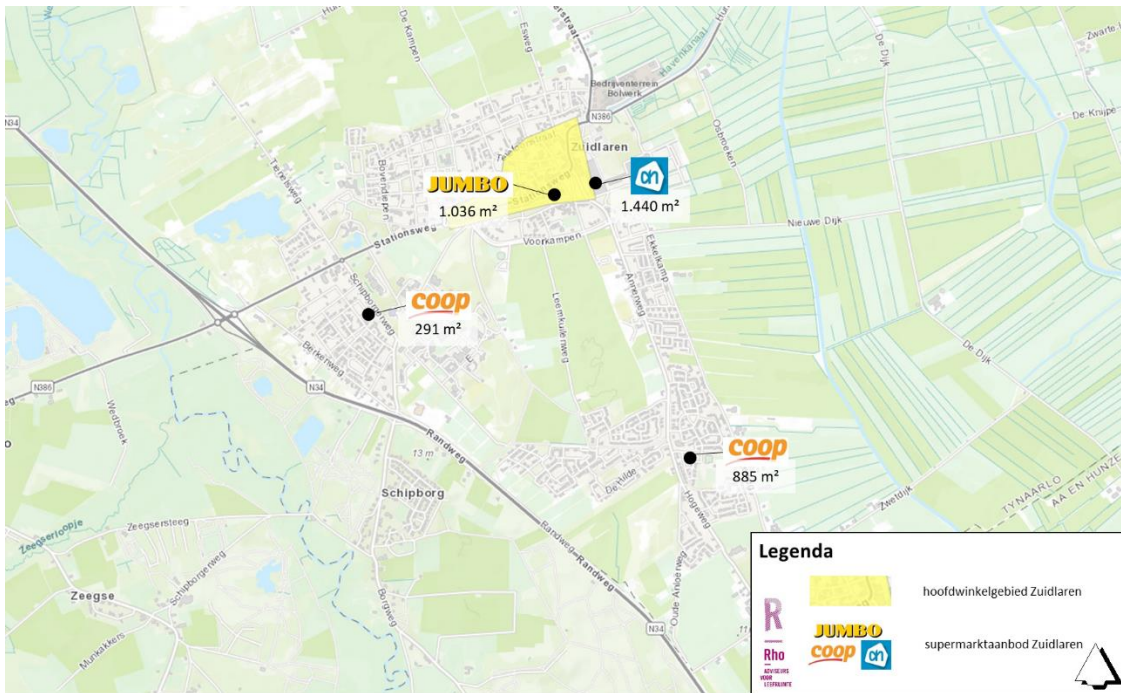
	aantal winkels	omvang (m <sup>2</sup> wvo)
ALBERT HEIJN	1	1.440
COOP	1	855
COOP COMPACT	1	291
JUMBO	1	1.036
supermarkten	4	3.622
speciaalzaken	12	674
levensmiddelen	16	4.296
persoonlijke verzorging	4	888
<b>dagelijkse goederen</b>	<b>20</b>	<b>5.184</b>

Als het dagelijkse winkelaanbod van Zuidlaren wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 7.500 tot 15.000 inwoners, kan worden geconcludeerd dat het aanbod in Zuidlaren groter is dan gemiddeld (figuur 2.2). Het dagelijks winkelaanbod in Zuidlaren is groter dan verwacht zou worden op basis van het landelijke gemiddelde in vergelijkbare kernen (qua inwonertal). Dit geldt zowel voor levensmiddelen als voor winkels in persoonlijke verzorging. Deze benchmark geeft een indicatie van de marktsituatie in Zuidlaren en geeft aan dat het dagelijks winkelaanbod van Zuidlaren een groter verzorgingsfunctie heeft dan alleen de kern zelf.



**Figuur 2.2** Vergelijking dagelijks winkelaanbod Zuidlaren met het landelijke gemiddelde binnen de inwonersklasse 7.500 tot 15.000 inwoners (bron: Locatus, 2020)

De inwoners van Zuidlaren hebben beschikking over vier supermarkten (figuur 2.3). In het centrum van Zuidlaren zijn een Jumbo en een Albert Heijn gevestigd. Daarnaast is in de buurt Zuides een Coop-supermarkt aanwezig en in Westlaren een Coop Compact. De aanwezige supermarkten kunnen bijna allemaal als full-servicesupermarkt aangemerkt worden (Albert Heijn, Jumbo en Coop). De Coop Compact fungeert als buurtsupermarkt.



Figuur 2.3 Supermarktaanbod Zuidlaren (bron: Locatus, 2020; bewerking Rho)

Het winkelgebied op de kaart is het huidig winkelgebied, zoals dat is gedefinieerd 'in het veld' door Locatus. Locatus bezoekt jaarlijks alle winkelgebieden van Nederland om het winkelbestand te plaatsen te inventariseren. De definitie van de begrenzing van een winkelgebied door Locatus is als volgt:

*Onderlinge samenhang van de winkels is het belangrijkste uitgangspunt voor de afbakening van een winkelgebied. Leidraad is dat in een winkelgebied vaste detailhandelsverkoopplaatsen met aaneengesloten fronten voorkomen of, indien dit niet het geval is, incidenteel op minder dan 50 meter van elkaar zijn gelegen, of indien ze meer dan 50 meter van elkaar zijn gelegen synergie voor elkaar hebben c.q. uit het koopgedrag van bezoekers een onderlinge samenhang blijkt. Hierbij wordt vooral 'door de bril' van de consument/bezoeker gekeken. Welke winkels liggen op 'loopafstand van elkaar' en kunnen bij een bezoek worden gecombineerd.*

## 2.3 Distributieplanologische marktanalyse huidige situatie dagelijkse goederensector Zuidlaren

In het kader van de ontwikkelingen in het centrum van Zuidlaren is het gewenst over een actueel distributieplanologisch onderzoek (dpo) te beschikken. Hieronder zijn de uitgangspunten van het dpo nader toegelicht.

### Aantal inwoners

De kern Zuidlaren (inclusief Westlaren) heeft momenteel 9.865 inwoners (CBS, 2020; gegevens over 2019). De kern Zuidlaren heeft 7.600 inwoners, en Westlaren 2.265. Conform de Primos prognose van 2019 zal het inwonertal van de gemeente Tyndarlo de komende planperiode (10 jaar) toenemen met circa 4,2%. Voor Zuidlaren betekent dit een inwonertal van 10.275 in 2030.

### *Gemiddelde besteding*

De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2019 € 2.602,- per persoon (Notitie Omzetkengetallen, 2019; gegevens over 2018).

### *Omvang winkelaanbod:*

Momenteel heeft het dagelijks winkelaanbod in de kern Zuidlaren, inclusief de oppervlakte van tijdelijke Albert Heijn (de oude staat voorlopig op leegstand) een omvang van 5.184 m<sup>2</sup> wvo (Locatus, 2020).

### *Koopstromen*

In 2019 is een koopstromenonderzoek voor de regio Oost-Nederland uitgevoerd (KSO 2019). De gemeente Tynaarlo en de kern Zuidlaren maakt daar ook onderdeel van uit. Voor de kern Zuidlaren is, rekening houdend met de afvloeiing naar Online voor de dagelijkse goederensector een koopkrachtbinding van 81% berekend (19% van de koopkracht komt dus in andere kernen terecht). De koopkrachtbinding ligt daarmee onder het gemiddelde van vergelijkbare kernen, waar het ongeveer op 90% ligt. Daarnaast bedraagt de koopkrachttoevloeiing vanuit de regio op basis van het koopstroomonderzoek 27%. Dat is iets onder het gemiddelde van 30% voor kernen met een vergelijkbare omvang. Deze koopkrachttoevloeiing is exclusief toerisme. Wanneer rekening wordt gehouden met een blijvende uitbreiding van AH, uitbreiding van Jumbo en toevoeging van (hard-)discounter zal de koopkrachtbinding naar verwachting toenemen. Het bestaande aanbod wordt immers aantrekkelijker en voor boodschappen bij een harddiscounter hoeven de inwoners dan immers niet meer uit te wijken naar andere kernen. De Jumbo krijgt een moderne omvang, zodat het volledige assortiment gevoerd kan worden. Het is daarbij wel noodzakelijk om ook het parkeren goed (voldoende en goed bereikbaar) te regelen. In het geval van supermarkten wil dat zeggen dat voldoende parkeren in de onmiddellijke nabijheid van de winkel moet zijn geregeld, zodat korte looproutes ontstaan en eenvoudig met (volle) winkelkarren kan worden gereden.

In de regio rondom Zuidlaren is sprake van veel toerisme. In het koopstromenonderzoek wordt daar geen rekening mee gehouden. Hier zijn uitsluitend de koopstromen van de bewoners van het gebied gemeten. Om toch de invloed van toeristische bestedingen in de analyse mee te nemen zijn door Rho de daadwerkelijk omzetten van Jumbo en Albert Heijn in Zuidlaren geanalyseerd. Van deze supermarkketens hebben wij de omzetindexen ontvangen over het jaar 2018. Voor dit jaar is gekozen, omdat in het jaar 2019 de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn heeft plaatsgevonden. Op basis van de omzetindexen kan geconcludeerd worden dat in het toeristenseizoen (april t/m september = 6 maanden) de omzet circa 10% hoger lag dan in de overige maanden van dat jaar. Bij normale winkels is er in de zomer sprake van een terugloop van minimaal 10% gedurende 6 weken. In deze periode is in het geval van Zuidlaren het omzetaandeel vanuit toerisme dus ca 20%. Een deel van het toerisme is jaarrond. Op basis van onze kennis van vergelijkbare gebieden gaan wij uit van een omzetaandeel toerisme van ca 3% als gemiddelde voor vergelijkbare kernen in Nederland en dus ook de 'basis' in Zuidlaren. In totaal komen we dan voor Zuidlaren tot een inschatting van de extra omzet vanuit toerisme in Zuidlaren op 10% van de totale omzet, 7% meer dan gemiddeld.

### *Gemiddelde winkelomzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit)*

De vloerproductiviteit voor dagelijkse goederen ligt in het gehele onderzoeksgebied van het KoopStromen Onderzoek 2019 lager dan het gemiddelde in Nederland. Winkels kunnen in dit deel van Nederland economisch-duurzaam functioneren met een lagere vloerproductiviteit. In de hoofdrapportage van het KSO 2019 is opgenomen dat de vloerproductiviteit voor dagelijkse goederen 15% lager ligt dan het gemiddelde. De gemiddelde winkelomzet per m<sup>2</sup> wvo in de dagelijkse goederensector in Nederland bedraagt € 7.564,- (Notitie Omzetkengetallen 2020, gegevens over 2015-2019). Rekening houdend met de lagere vloerproductiviteit op basis van het KSO 2019 levert dit voor Zuidlaren een gewenste vloerproductiviteit op van € 6.395,-.



**Tabel 2.3 Distributieplanologische marktberkening (inclusief huidige uitbreiding Albert Heijn)**

Zuidlaren	2020	2030	bron
inwonertal marktgebied	9.865	10.275	CBS, 2020; Primos prognose 2019
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.602	€ 2.602	Omzetkengetallen, 2019; gegevens over 2018
bestedingspotentieel	€ 25.670.000	€ 26.740.000	
koopkrachtbinding (%)	81%	81%	KSO 2019
gebonden bestedingen €	€ 20.910.000	€ 21.780.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	27%	27%	KSO 2019
koopkrachttoevloeiing €	€ 7.730.000	€ 8.060.000	
totale omzet in marktgebied obv KSO	€ 28.640.000	€ 29.840.000	
toerisme 10%	€ 2.864.000	€ 2.984.000	Op basis omzetten AH en Jumbo
totale omzet in marktgebied incl. toerisme	€ 31.500.000	€ 32.820.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m <sup>2</sup> wvo (excl. BTW)	€ 6.395	€ 6.395	gewogen gemiddelde vloerproductiviteit obv KSO Oost 2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo) obv koopstromen + aanbod	4.930	5.100	
omvang huidig winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	5.184	5.184	Locatus, 2020, inclusief uitbreiding AH
ruimte voor ontwikkeling	-300	-100	

Op basis van deze distributieplanologische marktberkening kan worden geconcludeerd dat het winkelaanbod in de dagelijkse goederensector van Zuidlaren momenteel iets beneden gemiddeld presteert.

Op basis van de koopstromen zou een aanbod te verwachten zijn dat ca 300 m<sup>2</sup> wvo (5%) kleiner is dan het huidige aanbod, zoals opgenomen in de tabel. De winkels kunnen in deze situatie, bij een dergelijk geringe afwijking echter goed functioneren. Als gevolg van de verwachte bevolkingstoename zal de marktsituatie in Zuidlaren sowieso meer richting een evenwicht groeien.

---

## 3. TOEKOMSTIGE SITUATIE

### 3.1 Optimaliseren supermarktaanbod

Supermarkt Albert Heijn is onlangs (vooralsnog tijdelijk) uitgebreid en ook Jumbo heeft aangegeven de winkel te willen vergroten. Albert Heijn zou graag in een toekomstige situatie het oppervlak behouden. Deze uitbreidingsvragen zijn met name een gevolg van schaalvergroting in de supermarktbranche. Het assortiment van de winkels dijt steeds verder uit, maar is er ook sprake van een grotere ruimtebehoefte om bredere gangpaden te maken en ruimte om het assortiment beter te kunnen uitstallen. Uitbreiding is ook nodig om het assortiment aantrekkelijk te houden voor de consument. De huidige koopkrachtbinding is, zoals in hoofdstuk 2 gemeld, aan de lage kant, gelet op de gemiddelde score in de referentieplaatsen uit het koopstromenonderzoek. Vaak heeft dit te maken met de samenstelling van het aanbod (welke winkels vindt de consument in een centrum) en de omvang: grofweg: des te groter het aanbod, des te aantrekkelijker voor de consument. In Zuidlaren schort het eigenlijk aan beide: de Jumbo supermarkt is te klein om op termijn te kunnen blijven concurreren met een grotere Albert Heijn en het aanbod is eenzijdig, omdat er sprake is van twee min of meer gelijkwaardige supermarktformules (full-service). Indien Jumbo niet kan uitbreiden tot een eigentijds formaat zal de aantrekkingskracht van deze winkel minder worden en daarmee aan trekkracht voor het centrum verliezen, omdat consumenten bij voorkeur de Albert Heijn zullen bezoeken. Het onderscheidend vermogen ten opzichte van de omliggende kernen zal daarmee ook minder worden, omdat uiteindelijk 1 supermarkt de trekkracht levert en niet de verscheidenheid in het aanbod. Ten opzichte van omliggende centra is Zuidlaren dan minder interessant.

De markt ziet dit uiteraard ook en vandaar de uitbreidingsvragen van de huidige supers. Daarnaast zijn twee aanvragen gedaan door discounters om in Zuidlaren te mogen vestigen.

### 3.2 Distributieplanologische marktanalyse mogelijke toekomstige situatie dagelijkse goederensector Zuidlaren

In de tabel in deze paragraaf is een mogelijke toekomstige situatie in beeld gebracht. De eerste kolom is dezelfde als in de voorgaande tabel. In de kolom daarnaast is een berekening uitgevoerd, eveneens voor 2030, die rekening houdt met een uitbreiding van het supermarktaanbod, wat invloed zal hebben op de koopstromen. Deze uitbreiding gaat uit van toevoeging van een discounter, omdat daarmee de keuzemogelijkheden voor de consument worden uitgebreid.

**Tabel 3.1 Distributieplanologische marktberekening mogelijke toekomstige situatie**

Zuidlaren	2030	2030 + uitbreidingen	bron
<b>inwonertal marktgebied</b>	10.275	10.275	CBS, 2020; Primos prognose 2019
<b>gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)</b>	€ 2.602	€ 2.602	Omzetkengetallen, 2019; gegevens over 2018
<b>bestedingspotentieel</b>	€ 26.740.000	€ 26.740.000	
<b>koopkrachtbinding (%)</b>	81%	90%	KSO 2019 + inschatting Rho ivm toevoeging discounter + uitbreiding Jumbo en behoud uitbreiding AH
<b>gebonden bestedingen €</b>	€ 21.780.000	€ 24.070.000	
<b>koopkrachttoevloeiing (%)</b>	27%	35%	KSO 2019 + inschatting Rho ivm toevoeging discounter + uitbreiding Jumbo en behoud uitbreiding AH
<b>koopkrachttoevloeiing €</b>	€ 8.060.000	€ 12.960.000	
<b>totale omzet in marktgebied obv KSO</b>	€ 29.840.000	€ 37.030.000	
<b>toerisme 10%</b>	€ 2.984.000	€ 3.703.000	
<b>totale omzet in marktgebied incl. toerisme</b>	€ 32.820.000	€ 40.730.000	
<b>gemiddelde vloerproductiviteit per m<sup>2</sup> wvo (excl. BTW)</b>	€ 6.395	€ 6.395	gewogen gemiddelde vloerproductiviteit obv KSO Oost 2019
<b>te verwachten omvang winkelaanbod (m<sup>2</sup> wvo) obv koopstromen + aanbod</b>	5.100	6.400	
<b>omvang huidig winkelaanbod (m<sup>2</sup> wvo)</b>	5.184	5.184	Locatus, 2020, inclusief uitbreiding AH
<b>ruimte voor ontwikkeling</b>	-100	1.200	
<b>uitbreiding Jumbo</b>		400	
<b>toevoeging discounter</b>		1.000	
<b>resteert ruimte voor ontwikkeling (m<sup>2</sup> wvo)</b>		-200	

Door de uitbreiding van Jumbo tot een moderne omvang en met name door de komst van een discounter naar Zuidlaren veranderen de koopstromen. Inwoners van Zuidlaren hoeven niet meer naar andere plaatsen voor hun discount-aankopen en hebben in Zuidlaren twee volwaardige full-service supermarkten (Jumbo en Albert Heijn) in een moderne maat (ca. 15% van de supermarktbestedingen komt bij discounters terecht). De koopkrachtbinding neemt hierdoor naar verwachting toe van 81% naar 90% en komt daarmee op een 'normaal' niveau, afgezet tegen de referentiekernen uit het koopstromenonderzoek 2019. Daarnaast zullen inwoners van omliggende plaatsen nu voor (een deel van) hun discountaankopen naar Zuidlaren komen, waardoor de toevloeiing toeneemt. We gaan uit van een stijging van de toevloeiing van 27% naar 35%. Deze koopstromen ontstaan overigens wel vanwege mutaties elders, zie hoofdstuk 4.

In deze berekening is een discounter van 1.000 m<sup>2</sup>, gelet op de berekende marktruimte zou dit iets groter kunnen met een aan de huidige situatie vergelijkbaar 'overschot' van ongeveer 300 m<sup>2</sup>.

### 3.3 Behoud uitbreiding Albert Heijn en uitbreiding Jumbo

Een mogelijke variant is om alleen mee te werken aan een uitbreiding van Jumbo en geen discountsupermarkt te vestigen in Zuidlaren. Het winkelaanbod in Zuidlaren wordt wel iets aantrekkelijker, omdat er sprake is van twee eigentijdse supermarkten. Voor de consument ontstaat hiermee geen optimale situatie: voor het discountaanbod blijft men aangewezen op de omliggende kernen. De koopkrachtbinding zal in die situatie naar verwachting wel iets toenemen, vanwege een aantrekkelijker supermarktaanbod en meer keuze. Maar de koopkrachttoevloeiing zal minder sterk stijgen dan als een discountsupermarkt wordt toegevoegd. Hieronder is dit weergegeven in een DPO berekening.

Tabel 3.2 Zuidlaren, uitbreiding Jumbo

<b>Zuidlaren</b>		2030
inwonertal marktgebied		10.275
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€	2.590
<b>bestedingspotentieel</b>	€	<b>26.610.000</b>
koopkrachtbinding (%)		85%
gebonden bestedingen €	€	22.620.000
koopkrachttoevloeiing (%)		27%
koopkrachttoevloeiing €	€	8.370.000
<b>totale omzet in marktgebied obv koopstromen</b>	€	<b>30.990.000</b>
<b>toerisme 10%</b>		<b>10%</b>
<b>toerisme 10%</b>	€	<b>3.099.000</b>
<b>totale omzet in marktgebied incl. toerisme</b>	€	<b>34.090.000</b>
gemiddelde vloerproductiviteit per m <sup>2</sup> wvo (excl. BTW)	€	6.395
te verwachten omvang winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo) obv koopstromen + aanbod		5.300
omvang huidig winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)		5.184
Uitbreiding Jumbo		400
<b>resteert ruimte voor ontwikkeling (m<sup>2</sup> wvo)</b>		<b>-300</b>

## 4. EFFECTEN OP DE RETAILSTRUCTUUR

### 4.1 Winkelstructuur Zuidlaren

#### Structuur centrum

Albert Heijn is zoals gezegd tijdelijk uitgebreid en daarmee ook op een andere locatie terechtgekomen. Waar de supermarkt eerst centraal in het winkelgebied van Zuidlaren was gelegen aan de Stationsweg, ligt deze nu aan de rand (zie figuur 4.1). Dit heeft uiteraard gevolgen voor de consument: die zet zijn auto /fiets ergens anders neer en bezoekt van daar uit het winkelgebied.

Uitbreiding en nieuwvestiging van supermarkten in een bestaand winkelgebied is stedenbouwkundig vaak lastig: er moet een groot volume worden gerealiseerd in een vaak kleinschalige omgeving en ook zaken als parkeren en bevoorrading moeten goed worden geregeld. Omdat supermarkten ook de publiektrekkers (waar Hema overigens ook toe behoort, en in mindere mate Blokker en Kruidvat) zijn waar de andere winkels van profiteren is het goed om bij dergelijke processen het 'trekkersbeeld' goed in de gaten te houden met als doel de consument te blijven verspreiden door het winkelgebied. Dit heeft enerzijds te maken met de positie van de supermarkten, maar ook met de vraag wat te doen met eventueel achter te laten locaties. Idealiter krijgen deze ook weer een publiekstreckende functie.



Figuur 4.1 Ligging publiektrekkers Zuidlaren in het huidige winkelgebied (op basis van Locatus)

#### Supermarktaanbod Zuidlaren

In de berekening in tabel 3.1 is rekening gehouden met al het aanbod in de kern Zuidlaren. Op basis van de berekening kan niet worden gesteld dat de versterking van het centrum er, gezien het beperkte overaanbod, toe zal leiden dat elders aanbod zal verdwijnen. Overigens is er ook in de huidige situatie al sprake van een overaanbod. Rekenkundig gezien verandert de situatie daarmee onder de streep niet in grote mate. Dat neemt niet weg dat binnen Zuidlaren een toenemende aantrekkelijkheid van het centrum wel gevolgen kan hebben voor het overige aanbod, de eerder genoemde winkels van Coop. Alhoewel deze winkels zich ook nu al meer op de direct omwonende consumenten richten zullen zij het meeste merken van het centrumgebied dat relatief aantrekkelijker wordt. Met name voor de kleine Coop van 290 m<sup>2</sup> zou dit op termijn bedreigend kunnen zijn. Alhoewel Coop als formule op zich in staat is om kleine winkels op relatief kleine verzorgingsgebieden rendabel te draaien wordt het alternatief voor de consument (het centrum) toch zodanig aantrekkelijk en ook zodanig dichtbijgelegen voor de meeste inwoners, dat Coop meer en meer een winkel voor de vergeten boodschappen zal worden. Uiteindelijk kan geen enkele formule daarmee rendabel draaien.

---

Voor de leefbaarheid van Zuidlaren heeft de sluiting van de kleine Coop uiteindelijk maar een beperkt effect. Er verdwijnt weliswaar een winkel, waardoor de structuur iets minder fijnmazig wordt, er ontstaan geen onaanvaardbare afstanden tot het supermarktaanbod. Het totale aanbod verandert echter wel ten goede, waardoor de inwoners van Zuidlaren er per saldo op vooruit gaan.

## 4.2 Winkelstructuur Annen

Ook in de omgeving kunnen effecten op het winkelaanbod optreden. Gelet op de (zeer beperkte) afstand en het aanwezige aanbod verwachten wij alleen effecten op het winkelaanbod in Annen.

### Discounter

Ten aanzien van de komst van een discounter zijn er twee scenario's denkbaar. Er zijn in Nederland twee discountformules: Aldi als echte harddiscounter en Lidl die zich aan het opwerken is richting service discount. De twee mogelijke scenario's zijn afhankelijk van de komst van de formule.

Als Lidl zich vestigt zal, gelet op de spreiding van filialen van deze keten (zie figuur 2.1), sprake zijn van de toevoeging van een nieuw filiaal in de regio.

De komst van Aldi zal, gelet op de spreiding van haar filialen, naar alle waarschijnlijkheid, inhouden dat 1 vestiging in de omgeving zal sluiten / verplaatsen naar Zuidlaren. Gelet op het feit dat de Aldi in Vries op dit moment wordt verbouwd ligt het voor de hand dat de winkel in Annen zal sluiten.

In beide gevallen heeft de komst van een discounter in Zuidlaren vooral daadwerkelijke gevolgen in Annen. De winkel van Aldi is nu, vanuit Zuidlaren gezien de meest nabije discounter. Een deel van de discountaankopen vanuit Zuidlaren komt dan ook daar terecht. Van de omzet dagelijks in het centrum van Annen komt volgens het KSO 9% nu uit de gemeente Tynaarlo, wat in de praktijk naar verwachting vooral op de discounter gericht zal zijn (Coop zit immers al dichterbij). Die koopstroom zal grotendeels verdwijnen. Het wegvallen van dat deel van de omzet zal vooral gevolgen hebben voor het functioneren van Aldi.

In onderstaande tabel is een DPO-berekening gemaakt voor de situatie in Annen voor en na de komst van een discounter in Zuidlaren. In de eerste kolom (2020) is op basis van actuele vraag en aanbodgegevens (Locatus en KSO) de huidige situatie in beeld gebracht. In de tweede kolom is uitgegaan van andere koopstromen vanwege de komst van een discounter in Zuidlaren. Dat is een inschatting gemaakt door Rho. In de huidige situatie is sprake van een evenwichtige marktsituatie. Voor de toekomst verwachten wij dat enerzijds de koopkrachtbinding zal dalen, omdat de eigen inwoners (uit Annen) meer op Zuidlaren gericht zullen raken. Ook de toevloeiing van koopkracht zal afnemen. Deze effecten zijn naar verwachting hetzelfde, ongeacht of er een Aldi of een Lidl in Zuidlaren wordt geopend. Er zal dan een nieuw evenwicht ontstaan, wij verwachten echter geen duurzame ontwrichting van het aanbod.

**Tabel 4.1 Distributieplanologische marktberekening mogelijke toekomstige situatie Annen**

	2020	2030
inwonertal marktgebied	3.595	3.460
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.667	€ 2.667
<b>bestedingspotentieel</b>	<b>€ 9.590.000</b>	<b>€ 9.230.000</b>
koopkrachtbinding (%)	81%	75%
gebonden bestedingen €	€ 7.730.000	€ 6.920.000
koopkrachttoevloeiing (%)	38%	8%
koopkrachttoevloeiing €	€ 4.740.000	€ 600.000
<b>totale omzet in marktgebied</b>	<b>€ 12.470.000</b>	<b>€ 7.520.000</b>
gemiddelde vloerproductiviteit per m <sup>2</sup> wvo (excl. BTW)	€ 6.395	€ 6.395
te verwachten omvang winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	1.950	1.180
omvang winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	2.028	2.028
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 6.150	€ 3.710
<b>omzetclaim marktgebied</b>	<b>€ 12.970.000</b>	<b>€ 12.970.000</b>
<b>omzet ten opzichte van het gemiddelde</b>	<b>-4%</b>	<b>-42%</b>
<b>ruimte voor ontwikkeling in €</b>	<b>€ -500.000</b>	<b>€ -5.450.000</b>
<b>ruimte voor ontwikkeling (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>-80</b>	<b>-850</b>

In de mogelijke toekomstige situatie is er sprake van een omzet die zodanig is afgenomen dat 1 van de twee supermarkten naar verwachting zal sluiten. Omdat met name Aldi het moet hebben van de toevloeiing van omzet gaan wij ervan uit dat Aldi zal vertrekken.

Voor de inwoners van Annen wordt het aanbod van Zuidlaren extra aantrekkelijk. Niet alleen vanwege de discounter, maar ook vanwege de twee volwaardige fullservice supermarkten. De afvloeiing van koopkracht uit Annen naar Zuidlaren zal toenemen. Het verlies aan omzet in Annen zal daarom groter zijn dan 9% van de Zuidlarense omzet, die in de huidige situatie goed is voor een belangrijk deel van de 38% toevloeiing in Annen<sup>1</sup>, maar naar verwachting niet tot ontwrichting zal leiden. Coop blijft de meest nabije supermarkt voor de inwoners van Annen en de omliggende kernen (de winkel heeft een goede bereikbaarheid) en de formule is bij uitstek geschikt om in wat beperktere marktgebieden toch een rendabele winkel te kunnen draaien.

Het vertrek van Aldi zal wel leiden tot leegstand in Annen doordat Aldi naar verwachting zal vertrekken. Gelet op de marktsituatie zal hier niet direct een nieuwe huurder voor zijn. Tegelijkertijd is het wel een locatie bij de supermarkt, de belangrijkste publiekstrekker in het dorp. Het is mogelijk dat andere winkels uit Annen interesse hebben in (een deel van) het leegkomende pand. Het winkelcentrum kan daar mee worden gevuld, maar dat leidt uiteraard wel tot een herontwikkelingsopgave op de achter te laten locaties. Al met al een ingrijpende schuifoperatie voor het dorp.

#### **Conclusie komst discounter:**

Er zijn weliswaar twee scenario's mogelijk ten aanzien van de komst van een discounter naar Zuidlaren: ofwel er komt een filiaal van Lidl bij in het marktgebied of de plek wordt ingenomen door Aldi die daarvoor een winkel zal verplaatsen. Het resultaat voor Annen is in beide situaties hetzelfde: naar verwachting sluit Aldi in die kern de winkel.

<sup>1</sup> Ter verduidelijking: de 9% omzet uit Zuidlaren betreft 9% van de totale bestedingen door Zuidlarense consumenten. Omgerekend in euro's *toevloeiing* is dit in Annen, dat in absolute zin een lagere totale besteding heeft, omdat het een kleinere kern betreft, procentueel gezien een groter aandeel.

---

### **Alleen uitbreiding Jumbo**

In de variant waarbij geen discounter in Zuidlaren wordt toegestaan en alleen mee wordt gewerkt aan een uitbreiding van Jumbo zijn de effecten in Annen anders. Het winkelaanbod in Zuidlaren wordt wel iets aantrekkelijk, omdat er sprake is van twee eigentijdse supermarkten. Voor discount verandert er echter niets en blijven consumenten aangewezen op het aanbod in de omgeving. Dat kan betekenen dat er iets meer koopkracht van Annen naar Zuidlaren gaat vloeien, in de omgekeerde richting blijft deze koopstroom echter gelijk. Dit zal niet leiden tot structurele veranderingen in het winkelaanbod/-structuur.



## 5. QUICKSCAN NIET-DAGELIJKS

### 5.1 Marktruimte niet dagelijks

De vastgestelde ontwikkelrichting biedt voor de Stationsweg 33 ruimte voor zowel een supermarkt als een andere publieks-trekker. Om een eerste indicatie te geven van de mogelijkheden voor invulling met niet dagelijkse goederen wordt in dit hoofdstuk een korte marktanalyse hiervoor uitgevoerd. Omdat er geen cijfers voor het aandeel toerisme in de niet-dagelijkse sector bekend zijn is het toerisme, in tegenstelling tot de dagelijkse berekening, niet specifiek meegenomen in deze berekening. In de berekening is nog geen rekening gehouden met een aantrekkelijker supermarktaanbod in Zuidlaren. Indien dat wordt gerealiseerd zal dit leiden tot meer marktruimte dan onderstaand berekend. Dit is echter op voorhand niet exact aan te geven. De marktruimte die blijkt uit onderstaande tabel kan worden gezien als de ondergrens.

Tabel 5.1 Distributieplanologische analyse niet dagelijks huidige situatie Zuidlaren

	2020
inwonertal marktgebied	9.865
<b>gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)</b>	<b>€ 2.189</b>
bestedingspotentieel	€ 21.590.000
koopkrachtbinding (%) <sup>2</sup>	46%
gebonden bestedingen €	€ 9.930.000
koopkrachttoevloeiing (%)	41%
<b>koopkrachttoevloeiing €</b>	<b>€ 6.900.000</b>
totale omzet in marktgebied	€ 16.830.000
Normatieve vloerproductiviteit per m <sup>2</sup> wvo (excl. BTW)	€ 1.439
te verwachten omvang winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	11.700
omvang winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	8.887
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 1.890
<b>omzetclaim marktgebied</b>	<b>€ 12.790.000</b>
<b>huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde</b>	<b>31%</b>
<b>ruimte voor ontwikkeling in €</b>	<b>€ 4.040.000</b>
<b>ruimte voor ontwikkeling (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>2.810</b>

Op basis van deze berekening is er in Zuidlaren marktruimte aanwezig voor het toevoegen van niet dagelijks aanbod. In vergelijking met de benchmark uit het koopstromenonderzoek scoort Zuidlaren een lage binding. Dat is deels te verklaren uit het feit dat de benchmark bestaat uit kernen van 10.000-20.000 inwoners. Zuidlaren zit helemaal onderaan in die klasse. Een andere verklaring is het aanwezige winkelaanbod: des te aantrekkelijker het aanbod, des te hoger de koopstromen. Dit is een kip-ei verhouding. Een invulling van de huidige marktruimte, in combinatie met een aantrekkelijker supermarktaanbod kan binding en toevloeiing in zowel dagelijks als niet dagelijks verbeteren, wat weer leidt tot een hoger omzetpotentieel. Het regelmatig monitoren van koopstromen is uiteindelijk de beste manier om dit te meten en eventueel beleid bij te stellen.

Bovengenoemde marktruimte is in tegenspraak met de ontwikkelingen die we in grote lijnen zien en de stelling dat 20 á 30% van de detailhandelsmeters uit de markt moeten worden genomen. Op het moment van schrijven (middenin de corona-crisis) zien we dat de effecten geografisch gezien sterk uiteenlopen. Trends die voor de crisis al bestonden lijken te worden versterkt: met name middelgrote steden hadden het al moeilijk. De grotere steden lijken hier nu ook last van te

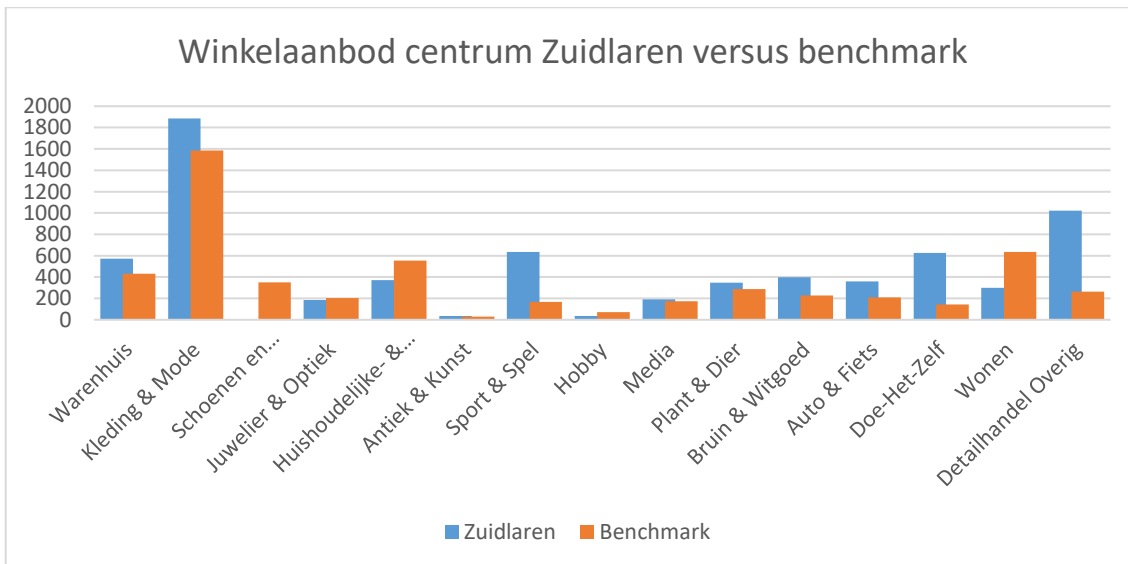
<sup>2</sup> Deze tabel maakt gebruik van de bestedingscijfers in de fysieke winkel. De koopkrachtbinding uit het KSO 2019 gaat over de binding vanuit de gecombineerde on- en offline bestedingen. De koopkrachtbinding is hiervoor gecompenseerd zodat tabel 5.1 puur over toonbankbestedingen, dus in de fysieke winkel, worden getoond.

krijgen, ook omdat formules van meerdere vestigingen in één stad teruggaan naar minder vestigingen. Kleinere winkelgebieden/woonplaatsen die minder druk zijn en waar de ondernemers een sterkere band hebben met de lokale consument hebben het in de zomer van 2020 juist goed gedaan. Dit biedt ook perspectief voor het centrum van Zuidlaren.

De winkelsluiting van de winter 2020/2021 heeft echter over de hele linie gevolgen voor het voortbestaan van ondernemingen. Harde uitspraken over de toekomst zijn daarmee op dit moment niet te geven. Wel is duidelijk dat het vet van de botten is en de investeringskracht bij de meeste ondernemers weg is. De eerstkomende jaren zal de focus naar verwachting vooral liggen in het goedmaken van de tijdens de crisis opgelopen verliezen en daarmee op het maken van omzet. Hoe lang de focus zo blijft is koffiedik kijken en mede afhankelijk van het verdere verloop en vooral het einde van de lockdown.

## 5.2 Aanbodvergelijking

De niet-dagelijkse sector beslaat veel verschillende branches, de specifieke invulling is daarom sterk afhankelijk van de branche, maar ook de formule. Nieuw aanbod moet wat toevoegen aan het bestaande aanbod (niet meer van hetzelfde). Ter indicatie is in de volgende grafiek het aanbod in Zuidlaren opgenomen, afgezet tegen het gemiddelde aanbod in plaatsen met een vergelijkbare omvang (10.000-15.000 inwoners).



Uit bovenstaande grafiek blijkt dat het aanbod in Zuidlaren al redelijk fors is. Dat lijkt in tegenspraak met de uitkomsten van het koopstromenonderzoek, maar komt wel overeen met het gevoel dat je krijgt als je Zuidlaren bezoekt: er is een ruim aanbod in vergelijking met de omvang van de plaats en het winkelgebied kent een goede, verzorgde uitstraling, passend bij een plaats die ook veel door toeristen wordt bezocht. Het grote aandeel warenhuis, kleding en mode en sport en spel duidt ook op toeristische bestedingen, omdat dit branches zijn die (ook) recreatief worden bezocht. Overigens is het schoenenaanbod door Locatus meegeteld bij de sport en spel branche, waardoor deze ook wat hoger uitvalt. Opvallend is met name het achterblijvende aanbod huishoudelijke artikelen.

## 6. RESUMÉ

### 6.1 Ontwikkelrichting

Er is marktruimte voor uitbreiding van zowel dagelijks als niet-dagelijks. De mate van uitbreiding voor dagelijks wordt grotendeels bepaald door of er wel of geen discounter wordt toegevoegd aan het aanbod. Dit komt, omdat het toevoegen van een discounter een positief effect heeft op de koopkrachtbinding en -toevloeiing. Los van het aanbod dagelijks en het wel of niet toevoegen van een discounter is er ruimte voor de toevoeging van 2.810 m<sup>2</sup> wvo niet-dagelijks.

In dit hoofdstuk volgen beknopt de belangrijkste uitkomsten uit het onderzoek afgezet tegen de mogelijkheden uit de ontwikkelrichting van de gemeente.

De ontwikkelrichting van de gemeente maakt 3 opties mogelijk:

- a) 2 fullservicesupermarkten, extra publiekstrekker en geen discounter (invulling achterblijvende supermarktlocatie met andere publiekstrekker dan supermarkt - detailhandel/maatschappelijke functie)  
De marktruimte in de dagelijkse sector groeit door de uitbreiding van het aanbod en blijft per saldo uiteindelijk gelijk: er is sprake van enig overaanbod. Er is marktruimte vanuit de niet-dagelijkse sector voor invulling van de achter te laten supermarktmeters met niet-dagelijkse goederen.  
Voorwaarde: Naast AH (huidige oppervlak) moet ook Jumbo een groter oppervlak (de gevraagde uitbreiding) krijgen om gelijkwaardig te kunnen opereren en daarmee als dorp concurrerend/interessant te blijven ten opzichte van omliggende winkelcentra.
- b) 3 fullservicesupermarkten (naast huidige supermarktlocaties, ook supermarkt op PBH)  
Vanwege het feit dat het aanbod bestaat uit drie full-service supermarkten ontstaat er in economische zin niet echt een andere situatie dan met twee full-service supermarkten. Er is geen marktruimte voor deze invulling. Wij verwachten dan ook dat als er drie moderne supermarktmogelijkheden worden gerealiseerd dit door de (vastgoed-)markt gaat worden ingevuld met de huidige supermarkten en een discounter.
- c) 2 fullservicesupermarkten + 1 discounter  
Toevoeging van een discounter maakt het totale aanbod aantrekkelijker voor de consument en de koopstromen naar Zuidlaren veranderen zodanig dat deze ontwikkeling mogelijk is. Naar verwachting wel met gevolgen voor het aanbod in Annen, waar de discounter naar verwachting verdwijnt.  
Voorwaarde: ook in dit geval zijn aantrekkelijke, gelijkwaardige, supermarkten nodig om drie sterke polen te krijgen: AH op huidige oppervlakte. Jumbo de gevraagde uitbreiding en een discounter van minstens 1.000 m<sup>2</sup>