

Raadsmededeling - Openbaar

Nummer : 49/2014
Datum : 31 maart 2014
B&W datum : 1 april 2014
Portefeuillehouder : J. Teeuwsen/T. Kok
Onderwerp : Schriftelijke vragen PP inzake stand van zaken MKB REVA rapport

Aanleiding

De fractie van de Progressieve Partij heeft de volgende vragen aan het college gesteld:

1. Op donderdagmiddag 21 november is blijkens bijgaande mail het MKB-Reva rapport Dinxperlo aangeboden aan het college. Tevens is een kopie verstrekt aan de individuele raadsleden. Volgens een van de vragenstellers tijdens een verkiezingdebat op 17 maart j.l. had men voor of tegen het einde van 2013 een reactie van het college verwacht.
2. Heeft het college in goede orde dit rapport ontvangen?
3. Heeft het college hier een standpunt over geformuleerd?
4. Kan dit standpunt z.s.m. meegedeeld worden aan de indieners van het rapport, zo nee waarom niet?
5. Kan het college dit rapport en eventueel advies/standpunt via een raadsmededeling voorleggen bij de raad, zodat in de agendacommissie besproken kan worden hoe en wanneer het onderwerp besproken kan worden.

Inhoud mededeling

Ad1: betreft geen vraag

Ad2: ja.

Ad3: nee. Aan de aanbieders van het rapport is bij de overhandiging meegedeeld dat het rapport wordt beoordeeld in samenhang met de economisch-ruimtelijke onderbouwing die in opdracht van Metaalgaasweverij wordt opgesteld, ten behoeve van een ruimtelijke procedure. Vooralnog hebben wij deze laatste nog niet ontvangen.

Ad4: n.v.t. Wij zullen de indieners schriftelijk informeren over de vertraging in het proces.

Ad5: n.v.t. Wij kunnen een integrale afweging maken en een standpunt innemen als wij de economisch-ruimtelijke onderbouwing van Metaalgaasweverij hebben ontvangen. Zodra wij die hebben ontvangen, leggen wij deze integrale afweging op de gebruikelijke wijze aan u voor.

De volgende stukken zijn voor u bijgevoegd:

De volgende stukken zijn voor u ter inzage gelegd:

11/2014 schriftelijke vragen PP fractie inzake stand van zaken MKB-Reva-rapport.

Maandagavond 17 maart werd in Old Dutch te Dinxperlo een debatavond gehouden in het kader van de verkiezingen. Van de zijde van Iodus werd gevraagd naar de stand van zaken rond het MKB-Reva-rapport. De vragensteller had een reactie van het College verwacht voor of tegen het einde van 2013. Maar die reactie is nog niet ontvangen, volgens de vragensteller. Dat is voor onze fractie aanleiding voor onderstaande vragen aan het College.

1. Op donderdagmiddag 21 november is blijkens bijgaande mail het MKB-Reva rapport Dinxperlo aangeboden aan het College. Tevens is een kopie verstrekt aan de individuele raadsleden. Volgens een van de vragenstellers tijdens een verkiezingdebat op 17 maart j.l. had men voor of tegen het einde van 2013 een reactie van het College verwacht.
2. Heeft het College in goede orde dit rapport ontvangen?
3. Heeft het College hier een standpunt over geformuleerd?
4. Kan dit standpunt z.s.m. meegedeeld worden aan de indieners van het rapport, zo nee waarom niet?
5. Kan het College dit rapport en eventueel advies/standpunt via een raadsmededeling voorleggen bij de raad, zodat in de agendacommissie besproken kan worden hoe en wanneer het onderwerp besproken kan worden.

Met vriendelijke groeten.

Fractie Progressieve Partij,
Joop Wikkerink, fv

Van: Dinxpers Belang [mailto:info@dinxpers-belang.nl]

Verzonden: donderdag 21 november 2013 22:16

CC: j.wessels@aalten.nl; h.meerdink@aalten.nl; e.heusinkveld@aalten.nl; j.vangeenen@aalten.nl; p.frenken@aalten.nl; f.diersen@aalten.nl; e.luiten@aalten.nl; japennings@filtnet.nl; j.bulsink@aalten.nl; m.egberts@aalten.nl; a.walter@aalten.nl; willieoort@kpnmail.nl; f.hoezen@telfort.nl; p.hoezen@telfort.nl; Joop Progressieve Partij; gerrit.migchelbrink@progressieve-partij.nl; guido.uland@progressieve-partij.nl; martinveldhuizen@novel.nl; paul-eijkelkamp@kpnmail.nl; gerbertnavis@hotmail.com; r.wossink@aalten.nl

Onderwerp: Ruimtelijk-Economische verkenning en advies

Geacht Raadsleden, fracties van de gemeente Aalten

Om duidelijkheid te verkrijgen in noodzaak en mogelijkheden voor een goed functionerend centrum in Dinxperlo hebben wij, de ondernemers vereniging Iodus en het Dinxpers Belang, het MKB-Reva verzocht een analyse uit te voeren. Reden daarvoor is het College voornemen tot wijziging van het bestemmingsplan op het terrein Metaalgaas, welk plan in onze ogen slechts een uitwaaiing van het winkelaanbod zal bewerkstellen.

De gemaakte analyse is samengevat in een rapport het rapport dat u in de bijlage van deze email treft. Dit rapport is vanmiddag overhandigd aan het College welke daarbij vertegenwoordigd werd door wethouder Kok.

Extra inspanning is noodzakelijk om bezoekers te blijven trekken. Ondernemers en ook de gemeente zullen de uitdaging moeten aangaan om het winkelcentrum te versterken. Het is onze overtuiging dat dit rapport een goede en constructieve bijdrage kan leveren aan de uitwerking om het centrum van Dinxperlo te versterken. Met vertrouwen zien wij uit naar het vervolg van de te nemen stappen.

Met vriendelijke groet,
Bestuur Iodus Dinxperlo
Bestuur Dinxpers Belang.

P/a Bertus te Grotenhuis
Vriezenkamp 14
7091 ZA Dinxperlo
Tel 0315 653088

**RUIMTELIJK-ECONOMISCHE VERKENNING EN ADVIES
VERPLAATSING SUPERMARKTEN DINXPERLO**

In opdracht van
IODUS/Dinpers Belang

27 augustus 2013

MKB Reva

Stationsstraat 80
postbus 10090
7301 GB Apeldoorn

T 055 578 72 51

E info@mkbreva.nl

I www.mkbreva.nl



© Copyright MKB Reva 2013

Hoewel de in dit rapport vermelde gegevens met de grootst mogelijke nauwkeurigheid zijn opgesteld, aanvaarden wij voor de juistheid hiervan en eventuele wijzigingen hierin geen aansprakelijkheid, hoe ook genaamd en op welke grond dan ook.

INHOUDSOPGAVE

	Blz.	
1	Samenvatting en conclusies	4
2	Inleiding en vraagstelling	3
3	Recente ontwikkelingen en trends binnen de detailhandel	7
	3.1 Macro economische ontwikkelingen	7
	3.2 Ontwikkelingen in consumentengedrag	8
	3.3 Ontwikkelingen binnen de retail	9
	3.4 Gemeentelijk beleid en voorzieningenstructuur in een notendop	9
	3.5 Kansen en bedreigingen winkelvoorzieningen Dinxperlo	10
4	Analyse locatievarianten supermarkten	11

1 SAMENVATTING EN CONCLUSIES

Met het oog op het voornemen van het College tot bestemmingsplanwijziging te komen op het terrein van de Metaalgaas Weverij (MGW), hebben IODUS en Dinxpers Belang MKB Reva benaderd met het verzoek een analyse uit te voeren naar de effecten van de realisatie van dit voornemen. Doel van de bestemmingsplanwijziging is het verplaatsen van de servicesupermarkt, momenteel gevestigd aan de Heelweg, en de discountsupermarkt, momenteel gevestigd in het kernwinkelgebied, naar het terrein van de MGW.

Dinxperlo moet gelet op het huidige aanbod van winkels en gelet op de lokaal verzorgende functie, primair gezien worden als "boodschappendorp". Behoud van een compleet dagelijkse en frequent benodigde voorzieningen staan hierbij centraal. De toenemende leegstand en het afnemend aantal vestigingspunten binnen het aanbod van de dagelijkse artikelen maken duidelijk dat dit geen vanzelfsprekendheid is.

De supermarkt speelt in het behoud van een compleet aanbod van voorzieningen een essentiële rol als trekker voor het winkelgebied. Concentratie van voorzieningen teneinde een optimale synergie te bewerkstelligen dient hierbij uitgangspunt te zijn om voor de huidige consument gericht op het boodschappen doen een goede mix van gemak en snelheid aan te kunnen bieden. Met de wens van de bestaande supermarkten in Dinxperlo om tot uitbreiding van hun winkelvloer te komen, krijgt Dinxperlo c.q. de gemeente

Aalten naar de mening van MKB Reva de kans op een goede manier hierop in te spelen.

Naast direct belang voor de betrokken supermarkten zelf, heeft de keuze voor een locatie van beide supermarkten eveneens gevolgen voor de vitaliteit en levensvatbaarheid op langere termijn van het gehele detailhandelsbestand gericht op niet doelgerichte aankopen. MKB Reva pleit dan ook voor een zorgvuldige afweging waarin ook aspecten als versterking van de voorzieningenstructuur en synergie met de overige winkelvoorzieningen in Dinxperlo worden meegewogen.

MKB Reva heeft een analyse gemaakt van de huidige situatie en een variant waarin de huidige discountsupermarkt en de bestaande servicesupermarkt verplaatst worden naar het terrein van de MGW. De derde variant betreft de optie waarin de discountsupermarkt uitbreidt op haar huidige locatie en de servicesupermarkt verplaatst naar het terrein van De Wegwijzer.

Met behulp van een aantal criteria en gekoppeld aan uitkomsten van recent onderzoek, komt MKB Reva tot de conclusie dat de door het College van B&W voorgestane verplaatsing van beide supermarkten naar het terrein van de MWG, op zijn minst reden kan zijn voor een inhoudelijke discussie. Deze ruimtelijk economische analyse geeft wellicht reden voor heroverweging van dit voornemen.



Behoud van de discountsupermarkt in het kernwinkelgebied en verplaatsing van de servicesupermarkt naar een locatie direct grenzend aan het kernwinkelgebied, geeft een aanzienlijke synergie. Daarmee ontstaat een positieve impuls voor de bestaande voorzieningen in het centrum.

Negatief beredeneerd zorgt het uitplaatsen van de discountsupermarkt voor een verspreiding van voorzieningen. Hiermee wordt combinatiebezoek door klanten van de supermarkt tussen voorzieningen teruggebracht. Daardoor worden de omzetmogelijkheden voor de bestaande detailhandel gericht op dagelijkse artikelen aangetast. Uitplaatsing van de supermarkt naar een locatie zonder zichtlijnen met het centrumgebied en met meer dan 50 meter afstand tot de winkels in het kernwinkelgebied, dreigt derhalve te leiden tot een aantasting van de voorzieningenstructuur.

Op basis van een bestendig ruimtelijk beleid waarin behoud van een compleet aanbod in dagelijkse artikelen en behoud van een compact en voor de klanten en bezoekers comfortabel winkelgebied centraal staan, moet een dergelijke keuze, mits een alternatief voorhanden is voor de wens van de supermarkten tot uitbreiding te komen, worden afgeraden.

Naar de mening van MKB Reva beschikt de locatie van De Wegwijzer in potentie over voldoende ruimte om de servicesupermarkt met bijbehorende parkeervoorzieningen te kunnen huisvesten. Wel dient hiervoor de huidige locatie, welke momenteel een bestemming wonen kent, te worden vergroot met een twee- tot drietal aangrenzende percelen.

Verwacht mag worden dat met een versterking van het kernwinkelgebied middels de verplaatsing van de servicesupermarkt naar het centrum en een uitbreiding van de discounter op de huidige locatie, een vliegwieleffect kan optreden voor andere deelgebieden.

Nieuw elan bij de ondernemers en behoud van geloof in de toekomst van Dinxperlo als vestigingspunt met een vitale en levensvatbare boodschappenkern zal het resultaat zijn.



2 INLEIDING EN VRAAGSTELLING

De gemeente Aalten werkt aan een (nieuw bestemmings)plan dat de verplaatsing van Jumbo en Aldi alsmede de vestiging van een bouwmarkt mogelijk moet maken op het terrein van de Metaalgaas Weverij (MGW). Dinxpers Belang en IODUS vrezen de gevolgen van de verplaatsingen voor het centrum van Dinxperlo als ook de laatste supermarkt (Aldi) uit het centrum verdwijnt. Deze vrees is mede ingegeven op basis van de bij de omliggende ondernemers gevoelde terugloop in bezoekers en bestedingen op het moment dat de C1000 uit het centrum verdween.

IODUS en Dinxpers Belang zijn van mening dat de Aldi in het centrum van Dinxperlo gevestigd kan blijven en dat er een alternatieve locatie voor de te verplaatsen en te vergroten Jumbo voorhanden is. Dit alternatief wordt als versterkend voor het centrum van Dinxperlo gezien. Deze locatie, het terrein van de voormalige basisschool De Wegwijzer, kent sinds eind 2012 de bestemming wonen.

MKB Reva is door IODUS en Dinxpers belang gevraagd een analyse uit te voeren van de huidige situatie, het voorgenomen plan van de gemeente waarin zowel de Jumbo als de Aldi worden gevestigd op het terrein van MGW als de door de opdrachtgevers voorgestane variant waarin de Jumbo wordt verplaatst naar het terrein van De Wegwijzer en de Aldi gevestigd blijft op de huidige locatie in het centrum. In deze analyse worden de effecten van deze varianten op de detailhandel(sstructuur) van Dinxperlo meegenomen.

In hoofdstuk 3 van deze rapportage worden, met het oog op de snel wijzigende omstandigheden binnen de retail, trends en ontwikkelingen binnen het ruimtelijk koopgedrag enerzijds en ontwikkelingen binnen de aanbodzijde aan de andere kant kort toegelicht. Daarnaast gaat dit hoofdstuk in op de huidige situatie binnen de detailhandel in Dinxperlo en de kansen en bedreigingen voor Dinxperlo van de ontwikkelingen zoals hiervoor geschetst.

Ten behoeve van deze rapportage heeft MKB Reva gebruik gemaakt van de meest recente beschikbare bestedingscijfers (HBD/CBS) en van de meest actuele cijfers van Locatus waarin het bestaande winkelbestand van Dinxperlo in kaart is gebracht.

RECENTE ONTWIKKELINGEN EN TRENDS 3 BINNEN DE DETAILHANDEL

De marktomstandigheden voor de detailhandel zijn de laatste jaren verslechterd. De bestedingen bij de gevestigde detailhandel lopen in zijn geheel terug als gevolg van de recessie, laag consumentenvertrouwen, toenemende internetverkoop, een veranderende bevolkingssamenstelling en voor sommige regio's krimp. In de afgelopen jaren heeft een nog steeds toenemend aantal winkels hun deuren moeten sluiten. Tegelijk zijn er, zo blijkt uit de in mei 2013 door de Rabobank uitgebrachte "Koopstromenmonitor" ook winkelgebieden te onderscheiden waar de omzet juist is gestegen. Het veranderend koopgedrag van de consument en de wijze waarop winkelgebieden wel of niet inspelen op deze veranderingen lijken mede te bepalen aan welke kant van de streep een winkelgebied zich bevindt. Gelet op de mogelijk voor Dinxperlo aanzienlijke gevolgen die de keuze voor een toekomstige locatie van de Jumbo en Aldi met zich meebrengt, acht MKB Reva het zinvol stil te staan bij de recente ontwikkelingen en trends binnen de retail en de gevolgen hiervan voor Dinxperlo.

3.1 Macro economische ontwikkelingen

Tussen 2008 en 2012 is de totale detailhandelsomzet als gevolg van bezuinigingen, toenemende werkloosheid, dalende huizenprijzen en laag consumentenvertrouwen met 9% gedaald (bron: CBS). Deze dalende omzet is geheel toe te wijzen aan de non-foodsector.

De groei van verkopen via internet geldt voor vrijwel alle producten en zet verder door; in 2011 werd 31% van alle aankopen inclusief diensten via internet gedaan terwijl dit in 2009 nog 23% was (Blauw Research, 2011). Hoewel een deel van de internetverkoop gebeurt bij winkels die ook via een fysieke winkel distribueren, heeft dit gevolgen voor de behoefte aan fysieke winkelruimte. In een recent onderzoek van Roland Berger Strategy Consultants wordt de verwachting uitgesproken dat de online retailmarkt in Nederland tot 2030 met nog eens 700% groeit naar circa 40 miljard euro ofwel circa een derde van de totale retailmarkt.



In delen van Nederland daalt de bevolkingsomvang wat logischerwijs directe gevolgen heeft voor de bestedingen. Daarnaast zorgt een ouder wordende bevolking voor een verandering in vraag naar producten en diensten.



Bovenstaande ontwikkelingen leiden tot grote veranderingen in het Nederlandse winkellandschap; veel ondernemers binnen de detailhandel kunnen het hoofd niet boven water houden wat faillissementen tot gevolg heeft. Dit leidt tot een toenemende leegstand van winkelruimte: **Bedroeg de leegstand in Nederland binnen de detailhandel in 2003 nog circa 1,7 miljoen m², in 2012 is dit opgelopen naar 3 miljoen meter.** Het aandeel leegstand loopt daarmee in de richting van 10%.

Tussen de provincies en regio's zijn er grote verschillen te zien voor wat betreft de ontwikkeling van de leegstand, de omzet en de vloerproductiviteit. Uit de Koopstromenmonitor van de Rabobank blijkt dat de omzet in Zeeland in de periode 2009-2011 met circa 10% is gedaald, terwijl de omzet in de provincie Groningen zelfs licht is gestegen. Gelderland behoort met een daling van circa 7% tot de provincies die de grootste daling kennen. In hetzelfde onderzoek is ook de gemiddelde vloerproductiviteit (omzet per vierkante meter) per provincie in kaart gebracht. Dit is gedaan omdat de vloerproductiviteit laat zien hoe een winkel of winkelgebied presteert. Voor beleidsmakers is dit één van de variabelen is op basis waarvan de wenselijkheid tot uitbreiding inzichtelijk wordt gemaakt. Daar waar Nederland binnen het onderzoek van de Rabobank gemiddeld binnen de niet-dagelijkse sector (alles behalve levensmiddelen en winkels op het gebied van persoonlijke verzorging) in 2011 een vloerproductiviteit kende van circa € 1.700,-/m² winkelvloer, bedroeg deze in Noord Holland circa € 2.100,-/m², in Gelderland gemiddeld € 1.500,-/m² en in Zeeland en Drenthe circa € 1.250,-/m². Deze laatstgenoemde provincies kenden volgens dit onderzoek de laagste vloerproductiviteit van Nederland. De combinatie van een lage vloerproductiviteit met een dalende omzet geeft de meeste kans op een verdere stijging van de leegstand. Het toekomstbeeld voor Gelderland is op dit gebied dan ook somber te noemen.

Op lokaal niveau, zo blijkt uit de Koopstromenmonitor van de Rabobank, blijken de economische en marktontwikkelingen geen verklaring te vormen voor de verschillen in ontwikkeling van de omzet; in krimpgebieden en in regio's met dalende huizenprijzen en hoge werkloosheid zijn er winkelgebieden te vinden die een stijgende omzet laten zien en vice versa. Binnen de kernwinkelgebieden lijken de kleinere kernwinkelgebieden (tot 10.000 vierkante meter) en de grote kernwinkelgebieden (60.000 meter en meer) het relatief goed te doen, terwijl de middelgrote kernwinkelgebieden gemiddeld genomen hun omzet zagen teruglopen.

3.2 Ontwikkelingen in consumentengedrag

De verschillen in ontwikkeling van de omzet per plaats kunnen alleen verklaard worden door een wijziging van het consumentengedrag. De Nederlandse Raad voor Winkelcentra(NRW) komt in haar studie "Taskforce Consumentenbeleving", waarin ook MKB Reva haar bijdrage heeft mogen leveren, tot de conclusie dat de locatiekeuze van de consument afhankelijk is van zijn winkeldoel: recreatief winkelen (fun) of functioneel winkelen (functie). De "nieuwe" consument kiest zeer bewust voor een winkelgebied afhankelijk van zijn winkeldoel. Veelal is er dan ook sprake van twee verschillende winkelgebieden waarvoor gekozen wordt. Dit verklaart de positieve omzetontwikkeling in kleinere winkelgebieden (dagelijks) én die in de grotere winkelgebieden (niet-dagelijks). Meer dan voorheen lijkt er sprake te zijn van een dermate verschillend motief en bijbehorende voorwaarden/wensen, dat een combinatie van fun en functie voor wat de consument betreft minder vaak voorkomt omdat deze qua inrichting, randvoorwaarden en conflicterende belangen elkaar praktisch gezien in de weg kunnen staan.

Bij het functioneel winkelen (boodschappen doen) spelen gemak en snelheid en dus kenmerken als bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en prijs van parkeren een grote rol (I&O Research 2011). Bij het recreatief winkelen zijn aspecten als beleving en het beschikken over een prettige en gezellige omgeving juist belangrijk. In de studie van de NRW lijken het culturele aanbod (historische binnenstad), het horeca-aanbod en een aantrekkelijk en schoon winkelgebied belangrijke factoren te vormen die de belevingswaarde bij het recreatief winkelen mede bepalen. De Koopstromenmonitor bevestigt de relatie tussen horeca-aanbod en de omzetontwikkeling.

Uit een gehouden onderzoek naar het gedrag van 5.000 supermarktklanten (Supermarktonderzoek, DTNP 2011) blijkt dat in centra waar de supermarkt een directe ruimtelijke relatie heeft met het overige winkelgebied (op zeer korte afstand (tot 50 meter) en entree in het zicht) 73% van deze klanten tijdens hetzelfde bezoek één of meerdere andere winkels binnenloopt. Dit percentage ligt beduidend hoger dan in centra waar de supermarkt op afstand en/of buiten

het zicht van het kernwinkelgebied ligt (49%). Opvallend in dit onderzoek was tevens dat gemiddeld genomen het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten hoger is (75%) dan bij klanten van discountsupermarkten (40%). Het bureau DTNP trekt uit dit onderzoek dan ook de conclusie dat combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken zeer hoog ligt en positief wordt beïnvloed indien de supermarkt direct naast de andere winkels is gelegen. Met een gemiddeld aantal van 12.000 bezoekers per week (bron: DistriFood 2010) voor een doorsnee supermarkt, leveren de supermarkten een zeer wezenlijke bijdrage aan het voortbestaan van een gevarieerd aanbod dagelijkse speciaalzaken in dorps- en winkelcentra.

3.3 Ontwikkelingen binnen de retail

Het gewijzigd consumentengedrag beïnvloedt het aanbod. In de eerste plaats wordt de digitale verkoop meer en meer geïntegreerd met de fysieke verkoop (bricks & clicks); Ahold lijft Bol.com in, de fysieke winkel als etalage voor internetverkoop (bv. Mycom) of de fysieke winkel die ook al dan niet gezamenlijk met plaatsgenoten of branchegenoten, via internet verkoopt en bezorgt.

Een tweede verschijnsel binnen het aanbod van winkelvloer is het geschikt maken van het bestaande aanbod aan de gewijzigde huisvestingswensen. Dit geldt zowel voor winkelpanden en –(aanloop)straten die als gevolg van leegstand een nieuwe invulling moeten krijgen, maar tevens voor de aanpassing van de winkelvloer en mogelijk locatie van individuele winkelformules. Daar waar het de grootte van de winkelvloer betreft zien we aan de ene kant de schaalvergroting verder oprukken, terwijl aan de andere kant met inzet van internet kleinschalige winkelconcepten ontstaan.

In lang niet alle gevallen zijn de steeds groter wordende winkels goed inpasbaar in een centrumgebied. Naast de praktische moeilijkheid om bepaalde winkeldoelen te combineren (fun en functioneel binnen één winkelgebied), is dit mede afhankelijk van de beschikbare ruimte en de aard en (gewenste) stedenbouwkundige kwaliteit van de bebouwde omgeving.

3.4 Gemeentelijk beleid en voorzieningenstructuur in een notendop

De gemeente Aalten zet in op behoud en mogelijk versterking van het kernwinkelgebied van Dinxperlo. Mede op basis van een in 2001 uitgevoerd onderzoek van MKB Reva naar de toekomstmogelijkheden voor de detailhandel in Dinxperlo, heeft de voormalige gemeente Dinxperlo (overgenomen door de gemeente Aalten) gekozen voor een detailhandelsbeleid waarin compact, compleet en comfortabel centraal staan. Dat een dergelijk beleid nog steeds actueel is, blijkt uit de aansluiting van dit beleid bij de aanbevelingen uit 2012 van het Atelier Rijksbouwmeester aan de gemeente Aalten. Hierin wordt onder andere gepleit voor een robuuste voorzieningenstructuur welke is opgebouwd uit een basis van dagelijkse boodschappen per kern waarbij de winkels geconcentreerd worden binnen de dorpskern.

Binnen Dinxperlo bevinden zich 60 winkels met een gezamenlijke winkelvloer van circa 13.000 m² (bron: Locatus 2013). Hiervan is circa 2.300 m² dagelijks en 10.800 m² niet-dagelijks. Een vergelijking van deze cijfers met die uit het onderzoek van MKB Reva van 2001 laat zien dat er sprake is van een forse sanering van het aantal winkelvestigingen en vierkante meters in met name de food/dagelijkse artikelen en een forse uitbreiding van het aantal vestigingspunten in de niet-dagelijkse branches.

Uitgaande van een in 2001 door MKB Reva op basis van een ondernemersenquête en op ervaringscijfers gestelde binding van 93% in de food en 61% in de non-food, een toevloeiing van 15% in de food en 30% in de non-food (MKB Reva heeft geen op basis van onderzoek verkregen recente cijfers kunnen vinden), 8.365 inwoners en een gemiddeld besteedbaar inkomen van de gemeente Aalten dat zich circa 10% onder het landelijk gemiddelde bevindt (bron CBS), komt MKB Reva tot de volgende verkorte draagvlakanalyse:

Branche	omzet in plaats	haalbaar vvo	huidig vvo
Dagelijks	20,4 miljoen	2.880 m ²	2.300 m ²
Niet dagelijks	16,8 miljoen	8.380 m ²	10.800 m ²

In de dagelijkse artikelen is er sprake van een lichte onderaanwezigheid van zowel de supermarkten, speciaalzaken als persoonlijke verzorging. Met de voorgenomen uitbreiding van de supermarkten in Dinxperlo wordt de becijferde marktruimte in de food geheel ingevuld.

Bij de niet dagelijkse artikelen wordt de "overschrijding" van het aantal meters winkelvloer overigens geheel verklaard door de aanwezigheid van enkele vestigingen binnen de branche wonen en een grote vestiging van een fietsenzaak.

Opgemerkt dient te worden dan met name in Suderwick een aanbod aanwezig is dat niet gerechtvaardigd wordt door de daar aanwezige koopkracht. Op basis van dit aanbod lijkt het aannemelijk te veronderstellen dat de becijferde marktruimte beperkter is dan uit de draagvlakanalyse blijkt. Tegelijkertijd geeft deze opmerking ook de kwetsbaarheid aan van de detailhandel in dagelijkse artikelen in Dinxperlo en dit vormt derhalve een extra reden de voorgenomen verplaatsing van de supermarkten in Dinxperlo op hun merites nauwkeurig te onderzoeken.

3.5 Kansen en bedreigingen winkelvoorzieningen Dinxperlo

De in dit hoofdstuk genoemde trends en ontwikkelingen hebben ook in Dinxperlo geleid tot een toenemende leegstand van circa 17% van de totale winkelvloer (2.180 m²) hetgeen zich ruim boven het landelijk gemiddelde van 6,6% bevindt. De uit het onderzoek van de Rabobank geconstateerde relatief lage vloerproductiviteit in Gelderland geeft ook voor de nabije toekomst een somber beeld inzake de verdere ontwikkeling van de leegstand in Dinxperlo. Tegelijkertijd constateert MKB Reva dat de huidige omvang van de aanwezige supermarkten in Dinxperlo achterblijft bij de schaalvergroting die ook binnen deze formules zijn ingezet.

In de huidige situatie bevindt de servicesupermarkt zich buiten het kernwinkelgebied waardoor er aanzienlijk minder sprake is van combinatiebezoek door klanten van deze supermarkt. Uitgaande van het onderzoek door DTNP, lopen de speciaalzaken als gevolg van de huidige locatie van de servicesupermarkt circa 3.000 klanten per week mis die bij een locatie in het kernwinkelgebied wel tot hun klantenkring

gerekend hadden kunnen worden.

De omvang van de winkelvoorzieningen in Dinxperlo en het lokale verzorgingsgebied dat hiermee bediend wordt, maken Dinxperlo tot een boodschappendorp. Hiernaast is er sprake van een aantrekkende werking van de weekmarkt (waarbij ook veel Duitse bezoekers worden aangetrokken) en de aanwezigheid van enkele winkels met een duidelijk bovenlokale klantenkring (wonen, fietsen). Uit diverse onderzoeken is duidelijk geworden dat bij het functioneel winkelen (boodschappen doen) gemak en snelheid en dus kenmerken als bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en prijs van parkeren een grote rol spelen. Dinxperlo kent geen betaald parkeren en heeft daarmee een voorsprong op winkelgebieden van een hogere orde. Van gemak en snelheid indien naast de supermarkt ook andere speciaalzaken bezocht dienen te worden is, mede door de huidige locatie van de servicesupermarkt, weinig sprake en is een combinatie van fun & functie slechts gering aanwezig. Indien ook de discounter (Aldi) wordt uitgeplaatst, zal ook het combinatiebezoek vanuit deze supermarkt voor de ondernemers van de speciaalzaken in het kernwinkelgebied een gevoelig verlies lijden.

De vitaliteit van een dorpskern als Dinxperlo is nauw verbonden met het behoud van winkels op het gebied van de dagelijkse artikelen. Supermarkten spelen hierin logischerwijs een belangrijke zo niet de belangrijkste rol. Zonder supermarkt, zo leert de ervaring, hebben de speciaalzaken op termijn weinig kans op overleven.

Met de wens tot vergroting en verplaatsing van de supermarkten in Dinxperlo ontstaan er zowel bedreigingen maar zeker ook kansen om de winkelstructuur en aantrekkingskracht van Dinxperlo als boodschappencentrum in zijn geheel te versterken. Door in te spelen op de trend naar meer gemak en snelheid, het mogelijk maken van combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaken, het zorgdragen voor een goede (gratis) parkeervoorziening en ontsluiting kan Dinxperlo in zijn totaliteit aan aantrekkingskracht en bestedingen de nodige winst boeken. Daarnaast kan door het verder versterken van de beleving van het kernwinkelgebied en gebruikmakend van enkele aanwezige trekkers zoals de weekmarkt en regionaal publiekverzorgende winkels de verblijfsduur verlengd wordt en daarmee de bestedingen van de bezoekers zullen toenemen.

ANALYSE LOCATIEVARIANTEN SUPERMARKTEN 4

Bij de analyse zijn door MKB Reva een aantal aspecten betrokken die veelal gebruikt worden bij de beoordeling van winkelgebieden en/of nieuwe ontwikkelingen. In sommige gevallen worden er wegingscijfers meegegeven aan specifieke aspecten. Zo wordt soms de tijdsfactor zwaarder meegewogen (omdat bijvoorbeeld een supermarktformule dreigt te verdwijnen uit een plaats) en in een ander geval de parkeermogelijkheden (bijvoorbeeld omdat een plaats een groot parkeerprobleem kent). In dit onderzoek is hiervoor niet gekozen.

De analyse richt zich met name op de consequenties voor (de aantrekkelijkheid en toekomstbestendigheid van) het winkelbestand van Dinxperlo in zijn totaliteit. Elementen als behoud en versterking van de winkelstructuur staan hierbij centraal. MKB Reva heeft de varianten beoordeeld op de volgende criteria:

- **Ruimte:** Beschikbaarheid over voldoende grond om het project te realiseren.
- **Tijdsfactor:** De tijd die nodig is om tot realisatie te komen.
- **Effect structuur:** De mate waarin de overige winkels en voorzieningen profiteren van de nieuwe ontwikkeling c.q. de nieuwe ontwikkeling bijdraagt aan de instandhouding en versterking van de overige centrumvoorzieningen.
- **Bereikbaarheid:** de mate waarin de voorzieningen bereikbaar zijn te voet, per fiets, openbaar vervoer en auto.
- **Parkeren:** de mate waarin de locatie volgens geldende normen kan voorzien in de parkeerbehoefte.
- **Vliegwiel:** de mate waarin ondernemers kunnen inspelen middels investeringen in relatie met het project.

Bij de analyse zijn door MKB Reva een drietal varianten meegenomen:

- 1) **Handhaving van de bestaande situatie;**
- 2) **Verplaatsing van zowel de Aldi als de Jumbo naar de locatie van de MGW;**
- 3) **Verplaatsing van de Jumbo naar het terrein van De Wegwijzer en uitbreiding van de Aldi op haar huidige locatie.**

Relevante criteria	variant 1	variant 2	variant 3
Ruimte	--	++	++
Tijdsfactor	++	+-	--
Synergie	+-	--	++
Effect structuur	+-	--	++
Bereikbaarheid	+-	+-	++
Parkeren	--	++	+-
Vliegwiel	--	--	++

++ Sterk/positief
+- Matig/neutraal
-- Zwak negatief

Ruimte

In de huidige situatie is de servicesupermarkt niet in de gelegenheid conform haar wens uit te breiden. De locatie van de MGW biedt in principe meer dan genoeg ruimte beide supermarkten te huisvesten. Voor het terrein van De Wegwijzer geldt dat indien de percelen Raadhuisstraat 2/4/6 (politiebureau met aangrenzende woning) alsmede eventueel Hovenstraat 1 hierbij wordt betrokken er een oppervlakte kan worden verkregen van circa 4.700 m². Een dergelijk perceel biedt voldoende ruimte om de servicesupermarkt in de voorgestelde vorm (1.800 m² BVO) inclusief het benodigd parkeren (120 parkeerplaatsen) te kunnen huisvesten. MKB Reva zet derhalve haar vraagtekens bij de opvatting van de betrokken wethouder inzake de ruimtelijke inpassing en de hierbij getrokken conclusies op het terrein van De Wegwijzer.

De discountsupermarkt heeft de mogelijkheid op haar huidige locatie de gewenste uitbreiding te realiseren. De hiervoor benodigde panden zijn in het verleden met dit doel voor ogen al aangekocht.

Synergie centrum

Uit onderzoek is vast komen te staan dat de synergie tussen een supermarkt en de overige winkels afhankelijk is van de afstand tussen de supermarkt en de overige speciaalwinkels (<50 meter). Ook het al dan niet hebben van zichtlijnen is hierbij een belangrijke factor.

In de huidige situatie is de afstand tussen de servicesupermarkt en de winkels in het kernwinkelgebied te groot om van enige synergie te kunnen spreken. De huidige locatie van de discountsupermarkt midden het kernwinkelgebied, levert wel deze synergie.

In het geval van de vestiging van beide supermarkten op het MGW-terrein is, conform de conclusie uit het onderzoek van DTNP, de afstand te groot tot het kernwinkelgebied om tot een goede synergie te komen. MKB Reva zet, in verband met de praktische mogelijkheden hiervan, vraagtekens bij wens van de Denktank om dwars door de beoogde woningbouw op het terrein van De Wegwijzer tot zichtlijnen te komen tussen het kernwinkelgebied en de eventueel te vestigingen supermarkten op het MGW-terrein.

Gelet op de ontsluitingsmogelijkheden en de te verwachten wens van de gemeente Aalten de woonomgeving rond het MGW zoveel als mogelijk te ontlasten, zou een voorkeur kunnen ontstaan de eventueel te realiseren supermarkten en bouwmarkt te positioneren en te ontsluiten aan de zijde van de Anholtseweg. In een dergelijk scenario is er in het geheel geen sprake van synergie.

De vestiging van de servicesupermarkt op de locatie van De Wegwijzer brengt deze supermarkt binnen een afstand van circa 50 meter met het kernwinkelgebied. Dit schept de mogelijkheid voor een duidelijke zichtlijn naar het commerciële centrum. Door de entree te richten op de tegenoverliggende winkels wordt de synergie verder versterkt. De synergie is daarmee optimaal.

Effect structuur

Het ruimtelijk beleid van de gemeente Aalten is tot op heden gericht op het realiseren van een compact en comfortabel kernwinkelgebied van Dinxperlo. Uitplaatsing van de discountsupermarkt naar een locatie op circa 200-250 meter of meer (afhankelijk van de te kiezen positionering

binnen de MGW-locatie) van de dichtstbijzijnde winkel in het kernwinkelgebied, is contrair aan dit beleid.

De winkels worden in de variant van het MGW verder verspreid over een groter gebied. Daarnaast kan afgevraagd kan worden in hoeverre vrijkomende panden zoals die van de discountsupermarkt opnieuw ingevuld kunnen worden om gaten in de bewinkeling en daarmee verlies in aantrekkelijkheid te voorkomen.

Het behoud van de discounter op de huidige locatie en het bieden van mogelijkheden voor de verplaatsing van de servicesupermarkt naar de locatie van De Wegwijzer, levert een belangrijke bijdrage aan het meer compact, compleet en comfortabel maken van het winkelgebied. Daarmee heeft de variant van De Wegwijzer, in tegenstelling tot de locatie van MWG, een positief effect op de ruimtelijke structuur van het kernwinkelgebied.

Bereikbaarheid

Binnen de gestelde varianten voor huisvesting van de supermarkten, zijn zowel de locatie van De Wegwijzer als de MGW goed bereikbaar. Het terrein van De Wegwijzer sluit daarnaast goed aan bij het kernwinkelgebied en kan daarbij in de toekomst hiervan deel uitmaken.

In antwoord op gestelde vragen vanuit de Gemeenteraad werd door de portefeuillehouder aangegeven dat de verkeersaantrekkende functie van een supermarkt niet gewenst is op de locatie van De Wegwijzer. Dit ondanks het feit dat deze direct grenst aan het kernwinkelgebied. De boodschappenfunctie van het kernwinkelgebied van Dinxperlo is in de ogen van MKB Reva juist gediend met meer "traffic". Het combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalwinkels vormt de slagader voor de levensvatbaarheid van de ondernemingen. Daarmee is de vitaliteit van het kernwinkelgebied en het behoud van voorzieningen in de kern beter gewaarborgd.

Parkeren

Zowel de locatie op de MGW als die van De Wegwijzer bieden beide voldoende mogelijkheden te voorzien in een parkeervoorziening passend bij het programma dat hierop voorzien is. De locatie van de MGW lijkt daarbij de

mogelijkheid te geven over voldoende ruimte te beschikken ook als overloopgebied voor het kernwinkelgebied te kunnen functioneren. In hoeverre hiervan door de consument gebruik zou worden gemaakt valt, gelet op de afstand tot het kernwinkelgebied, echter te betwijfelen.

Tijdsfactor

Gelet op de toenemende leegstand staat de detailhandel in Dinxperlo onder druk. Dit wordt bevestigd door ondernemers in Dinxperlo. MKB Reva is derhalve van mening dat de factor tijd in de overwegingen dient te worden meegewogen. Voor zowel MGW als De Wegwijzer is een bestemmingswijziging voor een eventuele vestiging van één of twee supermarkten noodzakelijk. Rekening dient te worden gehouden met een mogelijke bezwaar- en beroepsprocedure. In het geval van de MGW is de daadwerkelijke verplaatsing al in gang gezet en lijken alle betrokken partijen elkaar in principe te hebben gevonden. In het geval De Wegwijzer als toekomstige vestigingslocatie voor de servicesupermarkt wordt aangewezen zullen betrokken partijen (vastgoedeigenaren en ontwikkelaars) met elkaar geheel opnieuw tot overeenstemming moeten komen en zullen mogelijk één of twee panden moeten worden verworven. Dergelijke onderhandelingen en verwervingen kosten de nodige tijd en hebben logischerwijs een negatief effect op de factor tijd.

Vliegwiel

Met het uitplaatsen van de discountsupermarkt en een verplaatsing van de servicesupermarkt naar de locatie van de MGW, zal volgens MKB Reva geen vliegwieleffect ontstaan in het centrum. Door de perifere ligging en het ontbreken van een relatie met het kernwinkelgebied zullen geen positieve impulsen uitgaan naar het centrumgebied.

In het geval van uitbreiding van de discounter op de huidige locatie mag verwacht worden dat deze locatie positief wordt opgewaardeerd. Daarnaast mag verwacht worden dat door het "binnenhalen" van de servicesupermarkt in het kernwinkelgebied en de daarmee extra aan te trekken klanten voor de overige ondernemers, nieuw elan en vertrouwen bij de ondernemers in een toekomst voor Dinxperlo als vestigingsplaats gaat ontstaan.

Met de vestiging van een servicesupermarkt op het terrein

van De Wegwijzer wordt een nieuw bronpunt voor het centrum gevormd waarmee tevens passantenstromen naar het centrum op gang worden gebracht. De locatie van het voormalige gemeentehuis wordt daarmee aantrekkelijker voor het op termijn invullen met bijvoorbeeld horeca en/of hotelaccommodatie. Afhankelijk van een te kiezen indeling van het terrein van De Wegwijzer zou mogelijk ruimte aanwezig zijn één of twee in omvang beperkte verswinkels te positioneren in de plint van de supermarkt aan de zijde van de Raadhuisstraat.

Conclusie analyse

Verwacht mag worden dat een eventuele realisatie van de servicesupermarkt op de locatie van De Wegwijzer als gevolg van benodigde verwervingen en het opnieuw moeten onderhandelen van betrokken partijen, meer tijd gaat kosten dan een verplaatsing van beide supermarkten naar het terrein van de MGW. Met name voor de ondernemer van de servicesupermarkt is dit nadelig.

Ten aanzien van het parkeren kent het terrein van de MGW, door de beschikbare ruimte, aanzienlijk meer mogelijkheden. De vraag is of deze beschikbare ruimte ook daadwerkelijk gebruikt zal worden gelet op de afstand tussen de daar geplande supermarkten en het centrum. Daarnaast constateert MKB Reva dat de parkeermogelijkheden op het terrein van De Wegwijzer voldoen voor het daar geplande programma van de servicesupermarkt.

Op alle andere punten "scoort" de variant waarin het terrein van De Wegwijzer wordt aangewezen voor de vestiging van de servicesupermarkt en de discountsupermarkt gelegenheid wordt gegeven uit te breiden op haar huidige locatie aanzienlijk beter. De conclusie lijkt dan ook gerechtvaardigd dat vanuit de totale detailhandel(sstructuur) gezien, de voorkeur dient uit te gaan naar deze laatste variant.