



Ruimte. Mensen. Toekomst.

Distributieplanologisch onderzoek

Almkerk

Gemeente Altena

Definitief

colofon

projectnaam
Distributieplanologisch onderzoek Almkerk

datum
14 februari 2025

projectnummer
P07751

opdrachtgever
Gemeente Altena

BRO
projectleider
DGo

projectteam
TOI

bron kapt
BRO

review
FSi

Willemsplein 2
5211 AK 's-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55
info@bro.nl
www.bro.nl



Inhoudsopgave

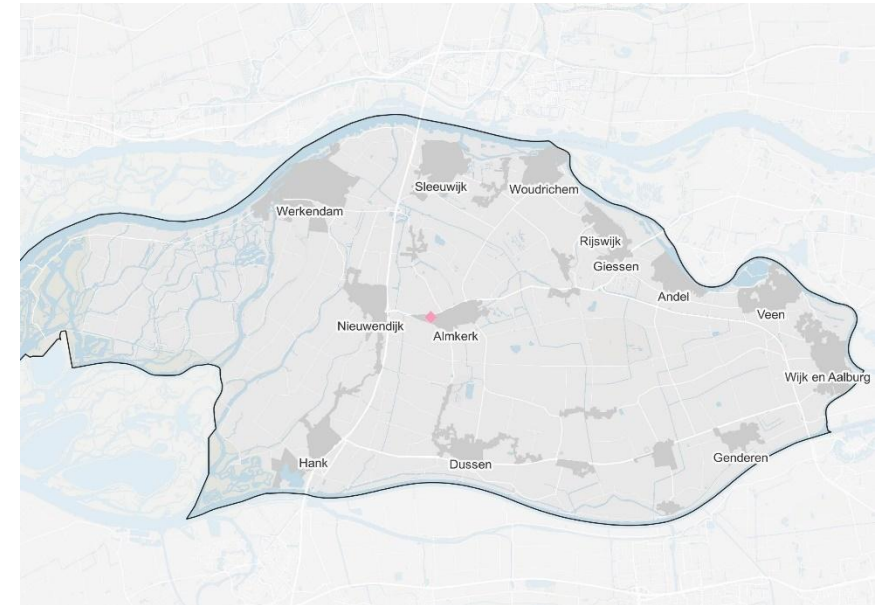
1	Inleiding	4
1.1	Aanleiding	4
2	Visie op de opgave en advies	5
3	Conclusies dpo	8
4	Trends en ontwikkelingen	9
5	Vraag- aanbodanalyse	11
5.1	Inwoners gemeente Altena	11
5.2	Inkomen gemeente Altena	11
5.3	Plannen en initiatieven	11
5.4	Aanbodanalyse dagelijkse sector	11
6	Analyse behoefte en effecten	14
6.1	Distributief planologisch onderzoek	14
6.2	DPO-benadering	14
6.3	Effecten op andere omliggende kernen	15

Bijlage 1 - Begrippen en definities

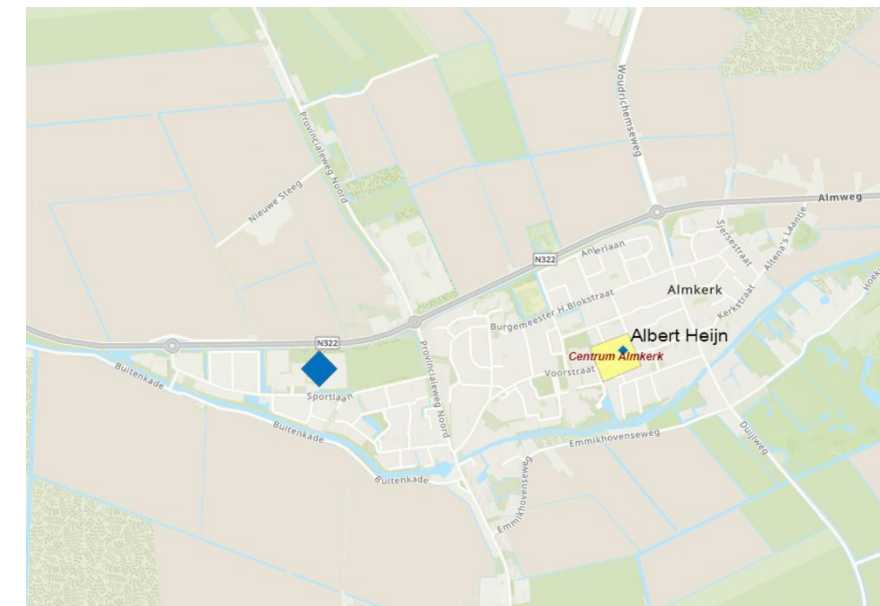
1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De gemeente Altena overweegt de voorzieningen in het centrum van Almkerk te verplaatsen vanwege de aanzienlijke verkeersdruk en parkeerdruk. Het idee is dat de voorzieningen verplaatsen naar de locatie van het huidige sportcomplex (zie figuren 1 en 2). Het gaat dan primair om de supermarkt en eventueel de andere voorzieningen. Deze locatie ligt feitelijk tussen de kernen Almkerk en Nieuwendijk in en is uitstekend bereikbaar via de provinciale weg. Door de verplaatsing komt het dagelijks aanbod op kortere afstand te liggen van de kern Nieuwendijk. De gemeente Altena verwacht dat de verplaatsing effecten kan hebben op de voorzieningen van Nieuwendijk en eventueel ook op winkels in kernen elders. Om deze effecten in beeld te brengen is door BRO een effectenstudie uitgevoerd (hoofdstuk 3 t/m 6). Daaruit blijkt dat de kans aannemelijk is bestaat dat Nieuwendijk structureel haar supermarkt verliest, als gevolg van de verplaatsing van Albert Heijn. Het volgende hoofdstuk gaat in op de ruimtelijke keuze die voor ligt. Te weten het centrum van Almkerk wel of niet verplaatsen. De winkeldata is afkomstig van Locatus, peildatum door BRO juli 2024. Ook is specifieke data van het Koopstromen Onderzoek Randstad en Noord-Brabant 2021 opgevraagd.



Figuur 1: Overzichtskartaal gemeente Altena met beoogde planlocatie



Figuur 2: Huidige en beoogde planlocatie Albert Heijn Almkerk

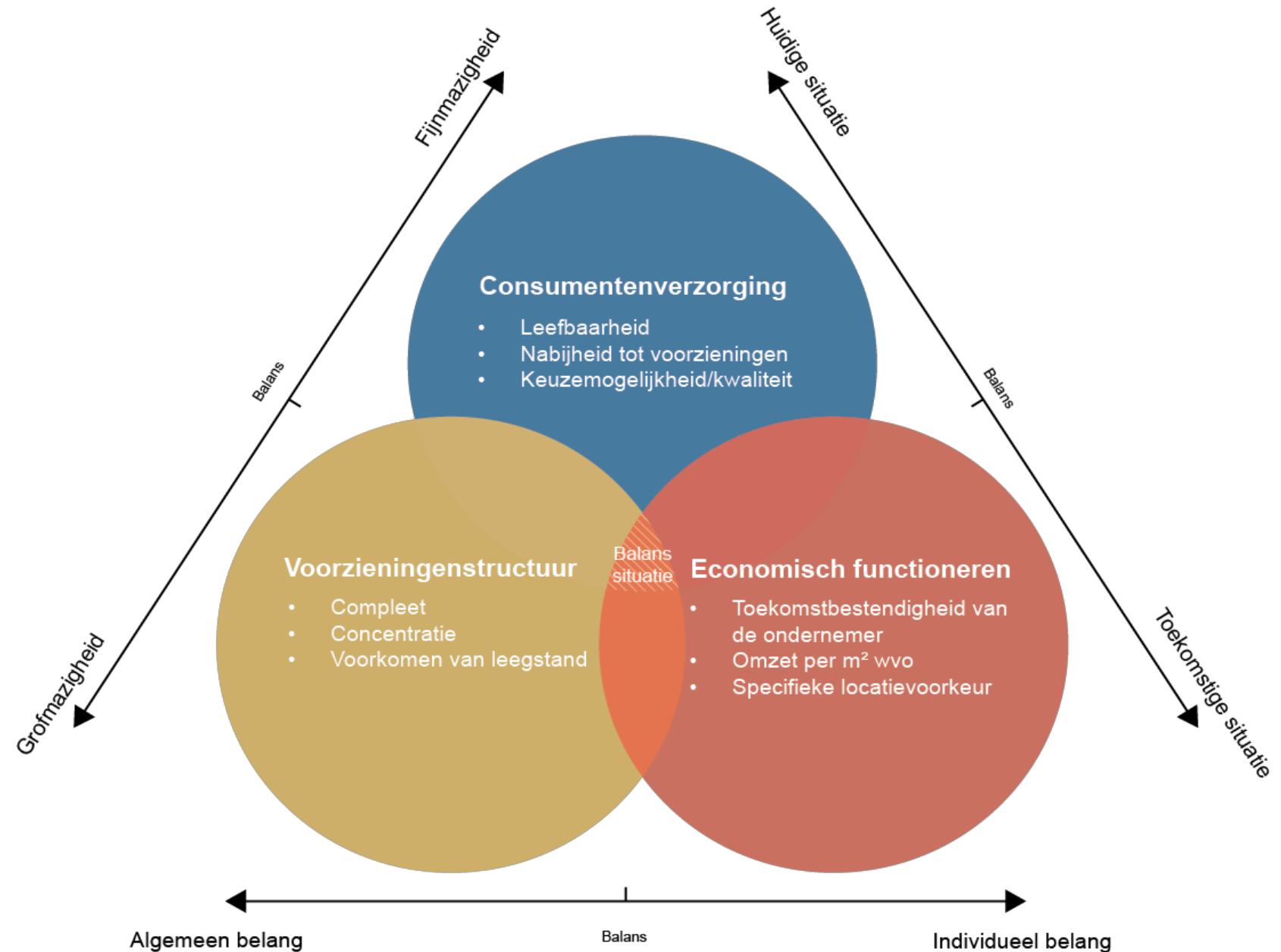
2 Visie op de opgave en advies

Balans in boodschappenstructuur

Supermarkten voorzien in de eerste levensbehoeften en zijn relevante trekkers voor voorzieningencentra. Gezonde concurrentie tussen supermarkten is goed voor de marktvernieuwing en innovatie in de sector. Te sterke concurrentie **kan** echter leiden tot verdringing van supermarkten en tot ruimtelijke effecten op de consumentenverzorging en de voorzieningenstructuur. Daarom is een gedegen ruimtelijk-functionele effectenanalyse en belangenafweging nodig. We hebben dit samengevat in figuur 3. Bij dit schema zijn de drie samenhangende hoofddoelen van de detailhandelsstructuur relevant, weergegeven in de bollen:

- De goede **consumentenverzorging** is leidend. Dat betekent dat de consument in de nabijheid van de eigen woning in de eigen kern de boodschappen kan doen. Dit betekent dat er een zekere spreiding nodig is van supermarkten over de gemeente. Idealiter heeft iedere kern een eigen supermarkt.
- Een vitale **voorzieningenstructuur**, betekent sterke supermarkten en vitale centra in een samenhangend geheel. Planontwikkelingen **kunnen** effecten hebben op omliggende centra, maar dat hoeft niet.
- **Economisch functioneren**: supermarkten hebben maatschappelijke waarde, maar zijn geen maatschappelijke voorzieningen. Supermarkten moeten aantrekkelijk zijn en blijven. Voor supermarkten betekent dit dat de omvang en de verkeers- en parkeersituatie optimaal moeten zijn. Anders wijkt de consument uit naar elders of naar online.

Met het schema in het achterhoofd passen we de overwegingen toe op de situatie in Almkerk en Nieuwendijk.



Figuur 3: Balans in de boodschappenstructuur

Argumenten vóór en tegen verplaatsing Albert Heijn

Onderstaand gaan we in op de ruimtelijke argumenten vóór en tegen de verplaatsing van Albert Heijn, vanuit de drie hoofddoelen uit figuur 3.

Ruimtelijke argumenten vóór verplaatsing Albert Heijn

- **Consumentenverzorging:** De Albert Heijn heeft in de huidige situatie al een bovenlokale verzorgingsfunctie. Bijna de helft van de besteding komt van buiten de kern Almkerk. Daarom zal de Albert Heijn ook relatief vaak met de auto worden bezocht. Nu ligt de Albert Heijn midden in het dorp. Dat is gunstig voor de mensen te voet of per fiets, maar minder gunstig voor autobezoekers van buiten de kern (matige parkeer- en verkeerssituatie). De gemeente geeft aan dat de huidige parkeer- en laad-lossituatie op zaterdagen niet optimaal is. Door de groei van het inwonertal van zowel de kern Almkerk als Nieuwendijk neemt de parkeerdruk op de huidige locatie de komende jaren toe. Verplaatsing lost deze situatie op en borgt dat Albert Heijn zijn bovenlokale positie in iedere geval kan vasthouden. Daarvan profiteren per saldo alle inwoners in Altena die nu de Albert Heijn bezoeken.
- **Vanuit de voorzieningenstructuur:** is relevant dat er een nieuw aantrekkelijk en toekomstbestendig centrum kan worden gerealiseerd, dat de gemeente bedient. Ook de andere centrumvoorzieningen worden verplaatst. Zij blijven profiteren van de aantrekkingskracht van Albert Heijn.
- **Vanuit het economisch functioneren:** is relevant dat de Albert Heijn juist vanwege zijn, nu al, bovenlokale positie, een goede locatie krijgt met een goede autobereikbaarheid. Als Albert Heijn op termijn niet kan verplaatsen wordt het potentieel van deze winkel niet optimaal benut.

Ruimtelijke argumenten tegen verplaatsing Albert Heijn:

Het voornaamste argument tegen de verplaatsing van Albert Heijn zijn de nadelige effecten op het nabij gelegen centrum van Nieuwendijk. Uit het bureau-onderzoek en gesprekken met marktpartijen, acht BRO de kans groot dat de supermarkt in Nieuwendijk structureel zal **verdwijnen** als het plan van Albert Heijn doorgaat. Met structureel bedoelen we dat de Coop zal verdwijnen en er ook geen andere supermarktformule terug zal komen. Dit heeft de volgende nadelige effecten:

- **Consumentenverzorging:** iets minder dan de helft van de inwoners van Nieuwendijk is in de huidige situatie georiënteerd op het eigen winkelaanbod (46%)¹. Als zij hun supermarkt verliezen, moeten zij uitwijken naar elders. Door de verplaatsing komt de Albert Heijn wel dichterbij te liggen. Desalniettemin ligt de Albert Heijn voor de meeste inwoners van Nieuwendijk (net) niet binnen 5 minuten auto-reistijd. Vooral voor mensen die mindervalide zijn, kan dat een probleem zijn. Relevante opmerking is wel dat reguliere service-supermarkten zoals Jumbo en Albert Heijn in de kern Nieuwendijk boodschappen thuisbezorgen. Een andere nuance is dat circa 19% van alle dagelijkse bestedingen vanuit Nieuwendijk nu ook al naar de Albert Heijn gaan.
- **Voorzieningenstructuur:** de Coop-supermarkt is de belangrijkste trekker van het centrumgebied van Nieuwendijk. Andere voorzieningen profiteren van de aantrekkingskracht van de supermarkt. Als de supermarkt structureel verdwijnt (en er dus geen andere supermarkt terugkomt), bestaat de kans dat ook de andere voorzieningen verdwijnen. Het centrum kent al relatief veel leegstand.
- **Economisch functioneren:** de economische effecten op vooral de ondernemers in Nieuwendijk zullen naar verwachting dusdanig zijn, dat er ondernemers zullen stoppen. Ook zal er enig effect zijn op de boodschappenwinkels elders in de gemeente. De Albert Heijn supermarkt komt gunstig te liggen aan de provinciale weg richting de

A27. Daardoor zullen ook inwoners uit andere dorpen 'van of naar werk' de boodschappen doen.

Advies BRO

In gemeenten met veel kleine kernen zoals Altena is de opgave altijd om de voorzieningenstructuur op peil te houden. Idealiter betekent dat een boodschappenvoorziening in iedere kern. Zeker in 'dunne' marktgebieden met weinig besteding zijn zorgvuldige afwegingen nodig. Een versterking van het ene centrum, leidt namelijk sneller tot een verzwakking van het andere centrum. Daarbij is echter wel relevant dat het voorzieningenaanbod in de kleinste kernen sowieso afneemt, door veranderend consumentengedrag. Met andere woorden: ook op basis van autonome ontwikkelingen wordt een verdere krimp van het aanbod verwacht. Te kleine supermarkten in kleine kernen met te weinig draagvlak verdwijnen in Nederland. Ruimtelijk detailhandelsbeleid moet inzetten op de meest optimale voorzieningenstructuur en consumentenverzorging. Het beschermen van winkelcentra, die niet toekomstbestendig zijn, is onwenselijk. Dan is er immers helemaal geen vernieuwing meer in de markt. En uiteindelijk heeft dat negatieve invloed op de consumentenverzorging en de gehele voorzieningenstructuur.

Een relevante afweging is dus in hoeverre de supermarkt in Nieuwendijk toekomstbestendig is, zowel in algemene zin als in relatie tot het plan van Albert Heijn. Op basis van de analyse concludeert BRO dat de supermarkt in Nieuwendijk een redelijke omzetspotentie heeft en redelijk toekomstbestendig is. De kleine supermarkt heeft een eigen consumentendraagvlak in Nieuwendijk met circa 3.700 inwoners. De supermarkten die in Nederland verdwijnen liggen doorgaans in kernen die een maat kleiner zijn en dus minder draagvlak hebben (zie ook hoofdstuk 4). Wel stelt BRO dat er nu al veel koopkracht vanuit Nieuwendijk naar Almkerk

¹ Dit blijkt uit opgevraagde gegevens van I&O uit het Koopstromen Onderzoek Randstad en Noord-Brabant 2021. Echter, vanwege de kleine respons, zijn deze cijfers indicatief. Een binding van circa 46% lijkt BRO echter reëel.

stroomt. Na verplaatsing van Albert Heijn zal dat toenemen, wat de omzetpotentie en uitgangssituatie van de supermarkt in Nieuwendijk aantast. Zowel uit het bureauonderzoek als de gevoerde gesprekken acht BRO de kans aannemelijk dat de supermarkt structureel verdwijnt als de omzetpotentie en toekomstbestendigheid verder worden aangetast. In dat geval verliest centrum Nieuwendijk de belangrijkste trekker wat ook de andere ondernemers daar zal raken.

Bestuurlijke keuze nodig

Met deze gedachten in het achterhoofd is de bestuurlijke en politieke afweging of de ruimtelijke meerwaarde van de nieuwe Albert Heijn **per saldo** opweegt tegen de **kans** dat Nieuwendijk zijn supermarkt structureel verliest. Vanuit een goede ruimtelijke ordening en evenwichtige toedeling van functies, is het belangrijk dat keuzes worden gemaakt die per saldo bijdragen aan de meest duurzame structuur. Dat betekent dat alle voorgaande ruimtelijke voor- en nadelen van de ontwikkeling tegen elkaar moeten worden afgezet. Daarbij is het uiteraard ook relevant dat ondernemers continu moeten blijven investeren en innoveren om aantrekkelijk te blijven.

3 Conclusies dpo

Conclusie

Supermarkten voorzien in de eerste levensbehoeften en zijn de belangrijkste trekkers van dorps- en wijkcentra. Supermarktplannen kunnen effecten hebben op andere supermarkten en op voorzieningencentra. De onderzoeksvraag van deel 1 is of BRO sluiting van andere supermarkten verwacht als de Albert Heijn-supermarkt in Almkerk verplaatst naar de planlocatie. Hierbij is in eerste instantie gekeken naar de effecten op de Coop-supermarkt in Nieuwendijk, maar ook zijn omzeteffecten op de kleine supermarkten (van Spar) in de omliggende kleine kernen onderzocht. De onderzoeksvraag of er winkels zullen verdwijnen als direct gevolg van het plan, is (helaas) niet eenduidig te beantwoorden. De kans op sluiting van winkels is immers een voorspelling en dat is per definitie indicatief en afhankelijk van verschillende variabelen. Ondanks deze nuances trekt BRO wel de **conclusie** dat sluiting van winkels en vooral het structureel verdwijnen van de supermarkt in Nieuwendijk te verwachten is. We verwachten niet dat er Spar-supermarkten in omliggende kleine kernen zullen verdwijnen als direct gevolg van het plan maar zorgt wel voor enige omzeteffecten. Hierbij is het volgende relevant:

- **Trends en ontwikkelingen:** we zien we dat reguliere, grotere supermarkten volledig up-to-date moeten zijn, om aantrekkelijk te zijn en te blijven. Dit is een belangrijk motief om Albert Heijn te verplaatsen. Tegelijkertijd zien we een afname van kleine supermarkten in kleine kernen. De consument in die kernen wijkt vaker uit naar reguliere supermarkten elders en naar online. Zo ook in gemeente Altena en meer specifiek de kern Nieuwendijk.
- **Vraag en aanbodanalyse:** voor inwoners van Nieuwendijk is de eigen Coop de dichtstbijzijnde supermarkt. 46% van de inwoners van Nieuwendijk doet de boodschappen in de eigen kern. Echter, de Albert Heijn in Almkerk is in de huidige situatie al een wezenlijk alternatief. 19% van de inwoners van Nieuwendijk doet nu al de boodschappen in Almkerk. Na de verplaatsing zal er naar verwachting

iets meer koopkracht verplaatsen van Coop naar Albert Heijn vloeien.

- **DPO-benadering en effecten Nieuwendijk:** een dpo-benadering is een modelmatige verrekking van besteding en aanbod. We stelden een dpo op voor de kern Almkerk en Nieuwendijk. Uit de benadering voor Nieuwendijk blijkt dat het aanbod nu en in de toekomst ver onder het Nederlands gemiddelde zal functioneren. Het omzeteffect op Nieuwendijk als gevolg de verplaatsing van Albert Heijn wordt nog wel enigszins gedempt door de groei van het inwonertal (extra besteding). BRO concludeert dat een gemiddeld lage vloerproductiviteit vaker voorkomt in landelijke gebieden buiten de Randstad. Dit staat ook niet gelijk aan het wel of niet renderen van winkelaanbod. BRO concludeert dat een kleine supermarkt in Nieuwendijk een redelijk toekomstperspectief heeft. De toekomstbestendigheid zal echter wel fors onder druk komen te staan als de omzetpotentie verder afneemt. Om de kans op sluiting in te schatten zijn er gesprekken gevoerd met de ondernemers van centrum Nieuwendijk (zie kader). De supermarktondernemer gaf aan dat er een rendabele exploitatie mogelijk is, maar dit sterk onder druk komt te staan als Albert Heijn verplaatst. Mede o.b.v. het bureauonderzoek acht BRO dit reëel.
- **Effecten kleine supermarkten:** in mindere mate kunnen er ook effecten optreden op de kleine Spar-winkels in de omliggende kernen. Het gaat dan om de kernen Andel en Giessen-Rijswijk. Inwoners van die kernen zouden wat vaker 'on the go' de boodschappen kunnen doen bij de nieuwe Albert Heijn die aan de route van en naar de A27 komt te liggen. BRO vermoed echter dat dit omzeteffect beperkt is. Toch is ook gekeken naar de uitgangspositie van de Spar-winkels in beide kernen:
 - De Spar in Giessen-Rijswijk heeft een redelijke uitgangspositie gelet op het eigen consumentendraagvlak.
 - De Spar in Andel heeft een mindere uitgangspositie, vanwege het kleinere eigen inwonertal. De verplaatsing van Albert Heijn, zal naar verwachting niet leiden tot het verdwijnen van deze winkel, maar draagt ook niet bij aan het perspectief.

- **Effecten reguliere supermarkten:** zijn naar verwachting beperkt. De supermarkten hebben over het algemeen een prima uitgangspositie gelet op het eigen consumentendraagvlak en de aanzienlijke afstand tot Almkerk.

Gesprek ondernemers Nieuwendijk

Er is een individueel gesprek gevoerd met de ondernemer van de Coop-supermarkt te Nieuwendijk. Ook is een groepsgesprek gevoerd met de ondernemers van centrum Nieuwendijk. De belangrijkste uitkomsten van de gesprekken zijn:

- De belangrijkste reden waarom consumenten voor Coop Nieuwendijk kiezen is nabijheid. De Coop supermarkt functioneert in de huidige situatie matig. Mocht de Albert Heijn verplaatsen, dan neemt die concurrentie toe en verwacht de Coop-ondernemer binnen 5 jaar zijn deuren te sluiten. Hiermee zou de kern Nieuwendijk zijn supermarkt verliezen.
- In dat geval verliest het centrumgebiedje van Nieuwendijk zijn belangrijkste trekker, waar al veel leegstand is. Mocht er geen andere supermarkt voor terugkomen dan is dat de doodsteek voor het centrum. Er bestaat overigens wel altijd een kans dat een andere supermarkt start. We zien per saldo de afgelopen jaren een afname van supermarkten in kleine kernen, maar zien juist een toename van zelfstandige concepten.
- De ondernemer geeft aan dat Coop de uitgangspositie aanzienlijk kan versterken als de winkel vergroot wordt. Dan kan ook de concurrentie met de Albert Heijn worden aangegaan. Er is echter fysiek geen ruimte voor een grotere winkel in het centrumgebied en ook markttechnisch is dat weinig reël vanwege de hoge huurprijsniveaus. In het groepsgesprek gaven de ondernemers van Nieuwendijk aan dat de supermarkt essentieel is voor de trekkracht en de bezoekers. Zonder supermarkt zien zij weinig toekomstperspectief. Daarmee zou ook een maatschappelijke functie vervallen in het dorp, omdat de ondernemers actief bijdragen aan het verenigingsleven.

4 Trends en ontwikkelingen

Figuur 4 toont belangrijke landelijke trends en ontwikkelingen met betrekking tot boodschappencentra. Het centrum van Almkerk is een klein dorpscentrum (Locatus). Binnen de context van landelijke trends is in dit soort type centra het volgende relevant.

- Het winkelaanbod in kleine dorpscentra verschuift steeds meer naar boodschappenaanbod. Het zijn vooral de supermarkten die blijven investeren in modernisering en schaalvergroting. Dit draagt positief bij aan de leefbaarheid.
- Het boodschappenaanbod dient goed afgestemd te zijn op de behoefte van de consument, ook in kleine dorpen. Gemak, comfort en efficiëntie zijn hierin belangrijke begrippen. Dit betekent grotere supermarkten met meer (en dieper) assortiment, ruimere gangpaden en foodbeleving. Ook ruim parkeren en een goede bereikbaarheid zijn zeker in de context van dorpen belangrijke voorwaarden.
- Als de hierboven genoemde randvoorwaarden onvoldoende op orde zijn, neemt de afvloeiing naar andere plaatsen en online alleen maar toe. In kleine dorpen is een structurele trend zichtbaar van meer afvloeiing en een daling van de binding. Het is noodzaak om die besteding op peil te houden.

Kleine supermarkten in kleine dorpen

Gemeente Almkerk telt een aantal kleine kernen met circa 2.000 tot 4.500 inwoners. Deze kernen (Andel, Dussen, Giessen-Rijswijk en Genderen) hebben een kleine supermarkt, van de formule Spar. Met kleine supermarkten bedoelen we in dit onderzoek, supermarkten kleiner dan 600 m² vwo. Landelijk neemt in kleine kernen het aantal (kleine) supermarkten de afgelopen jaren af (zie tabel 1). Dit heeft verschillende oorzaken. Zo houden dit soort supermarkten minder besteding uit de eigen kern vast. Inwoners kiezen vaker de grotere reguliere supermarkt in de grotere kernen, of kijken uit naar online. Ook in de gemeente Altena



Figuur 4: Belangrijkste trends in boodschappen doen

zien we dit terug in de koopstromen. De Albert Heijn in Almkerk trekt bestedingen uit heel de gemeente. Tegelijkertijd ligt ook de online boodschappenbesteding in de gemeente hoger dan het Nederlands gemiddelde².

Het voortbestaan van de kleine supermarkten hangt af van het eigen consumentendraagvlak, de afvloeiing van besteding naar elders en de sterkte van het ondernemerschap. Het economisch functioneren voor kleine supermarkten is met veel minder zekerheid te bepalen dan voor reguliere supermarkten. In de eerste plaats zijn er op dit schaalniveau veel minder koopstromendata. Daarnaast verschilt ook de benodigde vloerproductiviteit (€ per m² vwo) met reguliere supermarkten. Kleine supermarkten functioneren doorgaans met een aanzienlijk lagere vloerproductiviteit dan reguliere supermarkten. Dit komt o.a. door lagere huren, minder personeel etc. Uit onderzoek van Marshoek blijkt dat de vloerproductiviteit in kleine supermarkten aanzienlijk lager ligt dan gemiddeld bij reguliere supermarkten³.

De benodigde vloerproductiviteit en omvang van de winkel hangt ook sterk samen met de supermarktformule. Sommige formules hebben minder winkelmeters nodig voor een rendabele exploitatie. Ter verduidelijking: Spar-winkels hebben veelal een omvang van circa 400 m² vwo. Formule Coop circa 600 m² vwo. Reguliere service-supermarkten zoals Plus en Albert Heijn hebben meestal minimaal 1.000 m² vwo nodig. Tegen deze achtergrond is uiteraard ook het nieuws relevant dat formule Plus, mogelijk 70 kleine overgenomen Coop-winkels niet gaat ombouwen naar Plus, maar gaat afstoten. Het is BRO niet bekend, wat dit mogelijk betekent voor de Coop in Nieuwendijk.

Tabel 1: Ontwikkeling aantal supermarkten naar kern

Kernen naar inwonertal	2016	2020	2024	Vershil
000000 <= Inwklasse <001000	41	37	30	-27%
001000 <= Inwklasse <001500	95	82	71	-25%
001500 <= Inwklasse <002000	128	110	95	-26%
002000 <= Inwklasse <002500	122	116	103	-16%
002500 <= Inwklasse <003500	143	145	148	3%
003500 <= Inwklasse <005000	236	237	227	-4%
Totaal	765	727	674	-12%

Relatie trends in relatie tot Almkerk

Supermarkten functioneren over het algemeen het beste als ze modern zijn, goed bereikbaar zijn en voldoende (en gratis) parkeerplaatsen faciliteren. Gemak en efficiëntie zijn randvoorwaarden voor goed functionerende supermarkten en winkelgebieden. Het initiatief speelt hierop in.

- De huidige supermarkt in Almkerk kent een beperkte bereikbaarheid en parkeerfaciliteiten.
- De supermarkt ligt daarnaast midden in de kern en kent daarmee weinig mogelijkheden om deze problemen aan te pakken.
- De beoogde locatie ligt aan de N322 en bereikbaar vanuit de regio.
- De achter te laten locatie biedt kans voor transformatie naar wonen.
- Zoals eerder is vermeld ligt de huidige supermarkt midden in Almkerk en kampt met verkeersdruk en parkeerdruk. De verplaatsing van de supermarkt kan een positief effect hebben op de leefbaarheid en de verkeersveiligheid van Almkerk.
- Tegelijkertijd zorgt die optimale bereikbaarheid vanuit de regio wel voor extra concurrentie met de omliggende supermarkten. Sommigen daarvan hebben een matige uitgangspositie.

² KSO, Randstad en Noord-Brabant, 2021.

³ Marshoek, Benchmark supermarkten 2023.

5 Vraag- aanbodanalyse

5.1 Inwoners gemeente Altena

De inwoners zorgen voor de bestedingen aan boodschappen. De gemeente Altena telde een inwonertal van 58.277 inwoners op 1 januari 2024. Het aantal inwoners is de afgelopen jaren gestaag toegenomen. Sinds 2019 is het aantal inwoners met 5,3% gegroeid. De gemeente Altena bestaat uit 21 kernen. De meeste relevante kernen voor dit onderzoek zijn de kernen Nieuwendijk en Almkerk. De kern Nieuwendijk telde een inwonertal van 3.736 op 1 januari 2024. De kern Almkerk telde een inwonertal van 3.809 op 1 januari 2024. De verwachting is dat het inwonertal zal toenemen (zie tabel 2)⁴. Per saldo neemt het inwonertal in Nieuwendijk en Almkerk toe met 455 inwoners in 2030.

Tabel 2: Bevolkingsprognoses Almkerk en Nieuwendijk

Kern	Huishoudens 2024	Prognose 2030	Aantal inwoners 2030 ⁵
Almkerk	1.575	1.680	3.965
Nieuwendijk	1.590	1.710	4.036
Totaal	3.165	3.390	8.001

5.2 Inkomen gemeente Altena

- Het gewogen inkomen in de gemeente Altena bedraagt € 29.900,- en ligt hiermee onder het landelijk gemiddelde (-3%). Het bestedingscijfer voor de dagelijkse sector in de gemeente Altena bedraagt hierdoor € 2.691,- per hoofd per jaar⁶.
- In de kernen Almkerk en Nieuwendijk ligt het gewogen inkomen gemiddeld op € 30.400,- en € 30.100,- en ligt dus eveneens onder het

⁴ Dit betekent dat kern Almkerk in 2023 de voorspellingen voor 2030 al heeft waargemaakt. Voor het onderzoek wordt er daarom voor Almkerk de prognoses voor 2040 als uitgangspositie gebruik. (prognose gemeente Altena).

⁵ Uitgaande van de gemiddelde huishoudgrootte in Almkerk en Nieuwendijk (2,36)

⁶ Uitgaande van een prijselasticiteit van 0,4.

⁷ Deloitte, Consumentenonderzoek; Supermarkten (verschillende jaargangen).

landelijk gemiddelde (-2%). Hiermee houden we rekening in de dpo-benadering. We hanteren een bestedingscijfer van € 2.704,- per hoofd per jaar.

5.3 Plannen en initiatieven

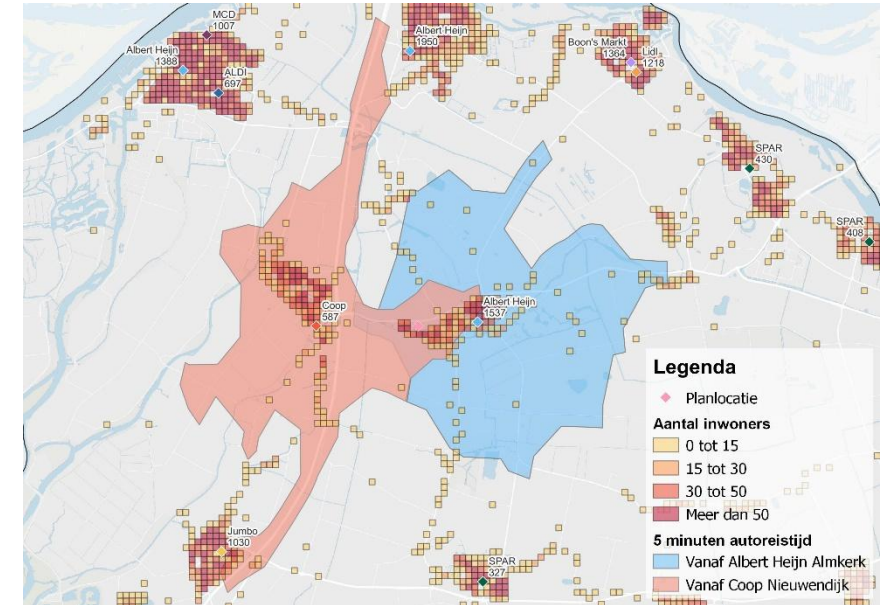
De analyse van plannen en initiatieven is gebaseerd op meerdere methoden. Via media en nieuwsartikelen analyseert BRO welke initiatieven zowel binnen als buiten het verzorgingsgebied spelen. Daarnaast is de gemeente gevraagd input te geven over bekende harde en zachte plannen in de dagelijkse sector. Voor zover bij BRO bekend zijn er geen relevante supermarktplannen die wezenlijk van invloed zijn op de verplaatsing van Albert Heijn.

5.4 Aanbodanalyse dagelijkse sector

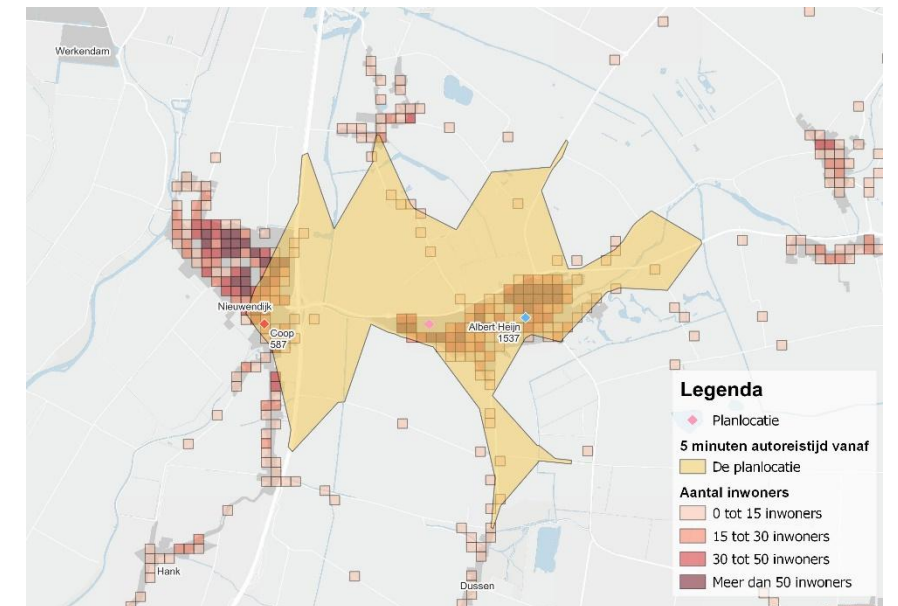
De figuren rechts tonen het supermarktaanbod in Almkerk, Nieuwendijk en de omgeving. Vanaf de supermarkten in Almkerk en Nieuwendijk is er een reistijd isochroon getekend op basis van 5 minuten autoreistijd gemeten vanaf beide huidige supermarkten. In de praktijk blijkt dit een realistische reisafstand naar een supermarkt. De rode vierkanten tonen de bevolkingsdichtheid. Over het algemeen kiest de rationele consument bij enigszins vergelijkbaar supermarktaanbod voor de dichtstbijzijnde⁷. Reistijdisochronen geven inzicht in het verzorgingsbereik van supermarkten en zodoende in het 'eigen' verzorgingsgebied van supermarkten.

Figuur 4 geeft de huidige situatie weer en figuur 5 toont de reistijden vanaf de nieuwe locatie. Uit de figuren blijkt het volgende:

- Voor de inwoners van Almkerk is en blijft de eigen Albert Heijn supermarkt veruit de dichtstbijzijnde supermarkt.



Figuur 5: Reistijden Coop Nieuwendijk en Albert Heijn Almkerk (huidige locatie)



Figuur 6: Reistijden Albert Heijn Almkerk (nieuwe locatie)

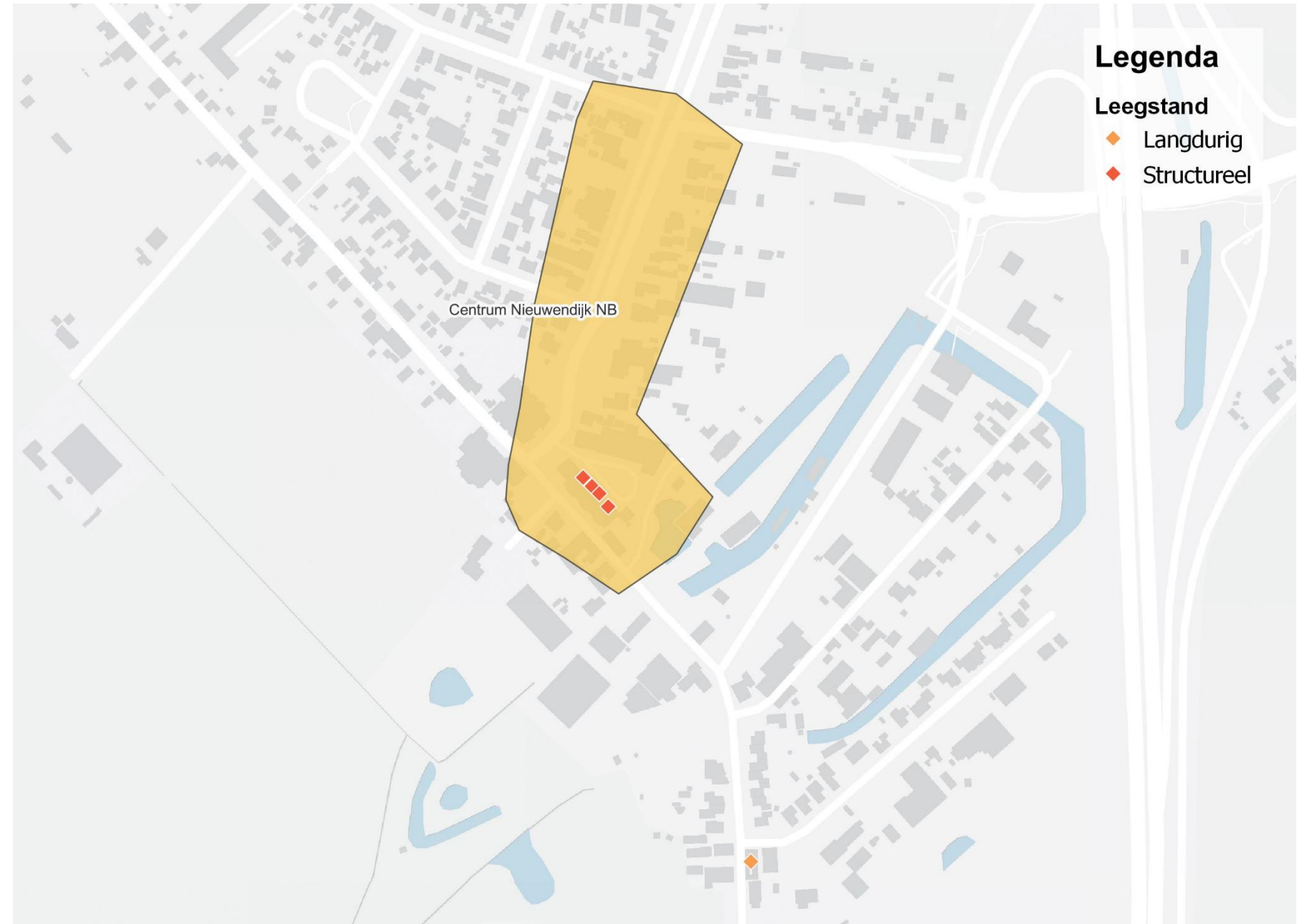
- Voor alle inwoners van Nieuwendijk blijft de Coop-supermarkt het meest nabij. Zij kunnen de Albert Heijn supermarkt net niet in 5 minuten bereiken, maar door de verplaatsing is dat voor een deel van de inwoners wel het geval.
- Voor de inwoners van omliggende kernen (Sleeuwijk, Giessen, Andel en Veen) ligt de Albert Heijn nu en in de toekomst aanzienlijk verder weg dan de eigen boodschappenvoorziening. Daarom zijn effecten in beginsel ook beperkter.

Het dagelijks winkelaanbod in de kern Almkerk bedraagt 1.907 m² wvo en is verdeeld over 6 winkels. Het aanbod is volledig gevestigd in het centrum van Almkerk. De Albert Heijn-supermarkt is van moderne maatstaf en kent een ruim oppervlak van 1.537 m² wvo. Het overige dagelijkse aanbod betreft vers-speciaalzaken, zoals een groente/fruit winkel, bakker en een slager.

Het dagelijks winkelaanbod in de kern Nieuwendijk bedraagt 770 m² wvo en is verdeeld over 6 winkels. Het aanbod is volledig gevestigd in het centrum. De Coop-supermarkt kent een oppervlakte van 587 m² wvo en is daarmee een kleine supermarkt. Het overige dagelijkse aanbod is vergelijkbaar met dat in Almkerk. Het betreft met name vers-speciaalzaken. Per 1.000 inwoners is er Almkerk 501 m² wvo. In Nieuwendijk is dat 206 m² wvo. Tezamen is dit 355 m² wvo. Het Nederlands gemiddelde voor kernen van deze omvang is 401 m² wvo. Beide kernen tezamen hebben dus niet wezenlijk meer aanbod dan gemiddeld.

Koopstromen inwoners Nieuwendijk

Tabel 3 toont de koopstromen van de inwoners van kern Nieuwendijk. Hieruit blijkt dat circa 46% van de besteding naar het eigen aanbod stroomt en in de huidige situatie al 19% naar Almkerk en kleinere percentages naar omliggende kernen.



Figuur 7: Leegstand in de kern Nieuwendijk

Tabel 3: Koopstromen Nieuwendijk voornaamste aankooplocaties

Bestemming	%
Nieuwendijk (Nb.)	46%
Almkerk	19%
Woudrichem	9%
Raamsdonksveer	9%
Sleeuwijk	6%
Werkendam	3%

Door het planinitiatief zal de oriëntatie van inwoners van Nieuwendijk op Almkerk toenemen. In de eerste plaats zal een deel van de besteding verschuiven van de winkels in Nieuwendijk naar de nieuwe Albert Heijn. BRO schat in dat dit maximaal 5 a 6% procentpunt is. Dat lijkt misschien weinig maar het betreft wel een daling van ruim 10% t.o.v. de huidige situatie. Een groter percentage lijkt BRO niet reëel. Immers, voor inwoners van Nieuwendijk zal de Albert Heijn wel wat dichterbij komen te liggen, maar het scheelt ook niet heel veel t.o.v. de huidige situatie. Ook wordt besteding vanuit Nieuwendijk naar omliggende kernen (zoals Sleeuwijk of Woudrichem) omgebogen.

Leegstand

Leegstand is een goede graadmeter voor het functioneren van het winkelaanbod en voorzieningencentra. In de kern Almkerk is momenteel geen leegstand van voorzieningencentra. Dat is een indicatie dat het centrum goed functioneert. In Nieuwendijk is er wel sprake van leegstand. Een constatering is dat het nog redelijk jong ogende centrum grotendeels leegstaat. Het merendeel van de leegstand is structurele leegstand (> 2 jaar). De kans op herinvulling is klein. Het voorzieningencentrum lijkt te groot opgezet.

6 Analyse behoefte en effecten

6.1 Distributief planologisch onderzoek

Toelichting distributieplanologische berekening (DPO)

Voor het verzorgingsgebied is een DPO-berekening opgesteld. Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod. Deze methode is ook vastgelegd en toegelicht in de Notitie Omzetkengetallen 2022. BRO sluit aan op de landelijke standaard en gemaakte afspraken tussen bureaus.

- De berekening is opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen en kijkt naar de huidige situatie (2024) en de toekomstige verwachte situatie (2030).
- De berekening geeft inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Ook geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'. De 'norm' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In minder stedelijke delen van Nederland (zoals Altena) blijkt dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen tussen supermarktformules. Een afwijking ten opzichte van het landelijke 5-jaarsgemiddelde wil daarvoor niet altijd zeggen dat het aanbod goed of slecht functioneert.
- In tabel 4 is conform landelijke afspraken het huidige winkelaanbod opgenomen. Hierdoor kan de behoefte bepaald worden.
- Het DPO is gericht op algemene kengetallen en voorspelt de toekomstige situatie. Variabelen kunnen zich anders ontwikkelen dan vooraf verwacht. Ook de 'norm' voor goed functioneren is niet altijd eenduidig te bepalen. De berekeningen en de uitkomsten zijn daarom indicatief. De duiding en kwalitatieve nuances die BRO geeft bij de uitkomsten van de modelmatige berekening zijn daarvoor minstens zo belangrijk.

6.2 DPO-benadering

Tabel 4 toont de dpo-benadering. Deze is opgesteld voor de kernen Almkerk en Nieuwendijk.

Behoeft in Almkerk

- In Almkerk ligt de binding aan het eigen winkelaanbod 89%. Zo blijkt uit specifieke gegevens van het Koopstromenonderzoek. Dit is uitzonderlijk hoog voor en komt door het sterke aanbod.
- Het dagelijks aanbod in de kern kent ook zeer veel toevloeiing, naar schatting 48% van de omzet in de dagelijkse sector in Almkerk komt van buiten Almkerk. Ook dit is uitzonderlijk hoog.
- De kern Almkerk kent een inwonertal van 3.809 inwoners. Dit betekent een bestedingspotentieel van circa. € 10,2 mln. De kern Almkerk kent een binding van 89%, wat neerkomt op circa. € 9,1 mln.

aan gebonden bestedingen. Na verplaatsing van Albert Heijn zullen de koopstromen in Almkerk niet drastisch wijzigen

- Het dagelijks aanbod functioneert in 2024 hoger dan het landelijk gemiddelde, circa 15%. De supermarkt draait goed en heeft een bovenlokale functie.
- In 2030 neemt door de bevolkingsgroei de bestedingen en daarmee de omzetspotentie toe. Deze extra omzet zorgt voor economisch nog beter presterend dagelijks aanbod.
- Ook ontstaat hierdoor distributieve uitbreidingsruimte. Het aanbod functioneert immers boven het landelijk gemiddelde. Deze uitbreidingsruimte is daarentegen wel beperkt. Het kan daarentegen wel ingezet worden voor uitbreiding/modernisering van de bestaande supermarkt.

Tabel 4: DPO-benadering Almkerk en Nieuwendijk

	Nieuwendijk 2024	Nieuwendijk 2030	Almkerk 2024	Almkerk 2030
Aantal inwoners	3.736	4.036	3.809	3.965
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.704	2.704	2.704	2.704
Bestedingspotentieel (€ mln.)	10,1	10,9	10,3	10,7
Koopkrachtbinding	46%	40%	89%	89%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	4,6	4,4	9,2	9,5
Koopkrachttoevloeiing	5%	5%	48%	48%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	0,2	0,2	8,5	8,8
Totale besteding / omzet (€ mln.)	4,9	4,6	17,6	18,4
Huidig winkelaanbod (m ² wvo)	770	770	1.907	1.907
Omzet per m ² wvo (€)	6.375	5.975	9.250	9.625
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	8.025	8.025	8.025	8.025
Haalbaar winkelaanbod (m ² wvo)	650	600	2.200	2.300
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	-	-	300	400
Afwijking t.o.v. Nederlands gemiddelde	-21%	-26%	+15%	20%

Omzetpotentie en effecten Nieuwendijk

- Het dagelijks aanbod in de kern Nieuwendijk functioneert momenteel circa 21% onder het Nederlands gemiddelde. Dit betekent overigens niet per definitie dat het aanbod niet rendeert. Doorgaans kunnen kleinere supermarkten in dorpen buiten de Randstad vaak toch renderen met een vloerproductiviteit die onder het Nederlands gemiddelde ligt. Zo ligt bijvoorbeeld de huurprijs over het algemeen lager en ook de omloopsnelheid van artikelen ligt lager waardoor er minder personeel benodigd is.
- Richting 2030 neemt door bevolkingsgroei het bestedingspotentieel toe (zie rij c.).
- Tegelijkertijd zal de koopkrachtbinding op het eigen winkelaanbod afnemen door de verplaatsing van Albert Heijn. Met hoeveel procent is niet eenduidig te bepalen. Hiervoor ontbreken specifieke gegevens. BRO schat in dat de binding zal dalen met circa 6 procentpunt tot 40%. Dat lijkt misschien nog een kleine daling, maar het betreft wel een daling van ruim 10%.
- In 2030 zal de totale omzet in Nieuwendijk per saldo afnemen. Logischerwijs is dat effect groter als de bevolkingsgroei niet wordt gerealiseerd. De vloerproductiviteit in kern Nieuwendijk zal dalen van -21% tot -26% onder het Nederlands gemiddelde.
- BRO concludeert op basis van de analyse dat een supermarkt in Nieuwendijk een redelijke omzetpotentie heeft. BRO acht de kans echter wel reëel dat de supermarkt structureel zal verdwijnen als gevolg van een verdere aantasting van de omzetpotentie, als Albert Heijn verplaatst. Dat blijkt in eerste instantie uit de analyse, maar ook uit het gesprek met de ondernemer (zie kader).

Gesprek supermarktondernemer Nieuwendijk

De supermarkt functioneert op het moment niet optimaal, aldus de ondernemer. Dit komt deels door marktaspecten zoals de beperkte omvang en locatie, maar ook door allerlei gestegen bedrijfskosten. Denk aan nieuwe regels voor emballage, duurzame koeling systemen, tabak en personeelskosten. De grotere supermarkten kunnen vanwege schaalvoordelen wat beter omspringen met deze opgaven. Voor kleinere supermarkten, zoals de supermarkt in Nieuwendijk is dat lastiger.

6.3 Effecten op andere omliggende kernen

In deze paragraaf worden de economische effecten per kern toegelicht op het moment de supermarkt in Almkerk verplaatst. Hierbij stellen we ons de vraag of er na de verplaatsing van Albert Heijn voldoende omzetpotentie overblijft voor een eigen boodschappenvoorziening. Hierbij kijken we naar het inwonertal per kern, het aanwezige winkelaanbod en de inschatting van de koopkrachtbinding. We gaan eerst bondig in op een kleine supermarkt (vaak Spar). Vervolgens op de omliggende kernen met regulier supermarktaanbod.

Uitgangspositie kernen met kleine supermarkt

Hierbij gaat het om de kernen Dussen, Giessen-Rijswijk, Andel en Genderen. Alle vier de kernen hebben een kleine Spar-supermarkt van circa 400 m² wvo. Ook voor deze kernen hebben we indicatief een dpo-model opgesteld en ook een benchmark-analyse opgesteld:

- Gelet op reistijden en routes van en naar de A27, verwacht BRO vooral dat supermarkten van Giessen-Rijswijk en Andel enige omzet kunnen verliezen als gevolg van de ontwikkeling in Almkerk.
 - De supermarkt in Giessen-Rijswijk heeft een redelijke uitgangspositie gelet op het aantal inwoners van de eigen kern. BRO verwacht in beginsel niet dat deze zaak zal verdwijnen als gevolg van het plan.
 - De supermarkt van Andel heeft een mindere uitgangspositie. En functioneert naar verwachting onder gemiddeld. BRO verwacht niet dat zo'n zaak zal sluiten als direct gevolg van het plan in

Almkerk. Echter in zo'n geval kan ook niet met enige zekerheid worden uitgesloten dat een omzetsdaling van enkele procenten, tot sluiting van een winkel leidt.

- De supermarkten Genderen en Dussen hebben beiden een gemiddeld lage omzet per m², maar BRO verwacht niet dat deze supermarkten omzet zullen inleveren als gevolg van het plan. Deze supers liggen immers niet op dezelfde route van en naar de autosnelweg A27, als het beoogde centrum van Almkerk.

Uitgangspositie kernen met reguliere supermarkt

Hierbij gaat het om de kernen Hank, Werkendam, Sleenwijk, Woudrichem, Veen en Wijk en Aalburg. BRO verwacht niet dat het plan zal leiden tot wezenlijke omzeteffecten op andere reguliere supermarkten in de omliggende dorpen. Hierbij zijn de volgende overwegingen van belang:

- Uit een beknopte vraag- en aanbodanalyse van deze kernen blijkt dat de supermarkten een redelijke tot goede uitgangspositie hebben. Er zijn in de omliggende kernen veelal voldoende eigen inwoners voor rendabel economisch functioneren.
- Daarbij worden supermarkten overwegend dicht bij huis, in de eigen kern gedaan.
- Er zullen weliswaar mensen zijn die na hun werk 'on the go' de boodschappen bij de verplaatste Albert Heijn doen, maar BRO verwacht niet dat dit per kern om wezenlijke aantallen gaat. Daarmee is ook de 'omzetombuiging' per omliggende kern beperkt.

Bijlage 1 - Begrippen en definities

In deze bijlage wordt een overzicht gegeven van de belangrijkste begrippen en definities.

Buurthub, winkelgebied of centrumgebied

Een buurthub, winkelgebied of centrumgebied is een concentratie- c.q. centrumgebied in een buurt of wijk, waar diverse voorzieningen samenkomen die primair een functie hebben voor inwoners in de buurt of wijk. De term beschrijft bovendien het proces van verkleuring van traditionele pure winkelgebieden naar meer gemengde centrumgebieden op lokaal niveau met naast één of enkele winkels ook ambachten, diensten, horeca, zorg, maatschappelijk, etc. Op basis van de definitie van Locatus is sprake van een winkelgebied vanaf 5 winkels die min of meer aaneengesloten liggen.

BVO/WVO

- **Bruto vloeroppervlak:** Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580
- **Winkelverkoop vloeroppervlak:** alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.), conform de definitie van Locatus.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse sector

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen. Binnen deze sector maken we vaak onderscheid in subsectoren.

- **Recreatief winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van mode, luxe en vrije tijd.
- **Doelgericht winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van in/om het huis en overige detailhandel.

Bestedingspotentieel

Totaal aan toonbankbestedingen in winkels die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) netto omzet per hoofd van de bevolking.

(Hoofd)detailhandelsstructuur

De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn. In DPO onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit koopkrachtbinding exclusief online.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied. In DPO onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit afvloeiing exclusief online.

Koopkrachttoevoeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Koopstroomgegevens

Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek. In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevoeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden bedoeld, zoals koopmotieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Plancapaciteit (hard)

In principe wordt met plancapaciteit de harde plancapaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

