

Gemeente Sluis

Ontwikkeling Duinplein Oost Cadzand-Bad

Ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

011829.20200276

projectleider:

ir. C.A. Louws

projectcoördinator:

mr. M.C. Sinke

auteur(s):

M.G.M.C. Geerts, MSc.

planstatus

datum:

09-07-2024

opdrachtgever:

Arlan Groep

Inhoud

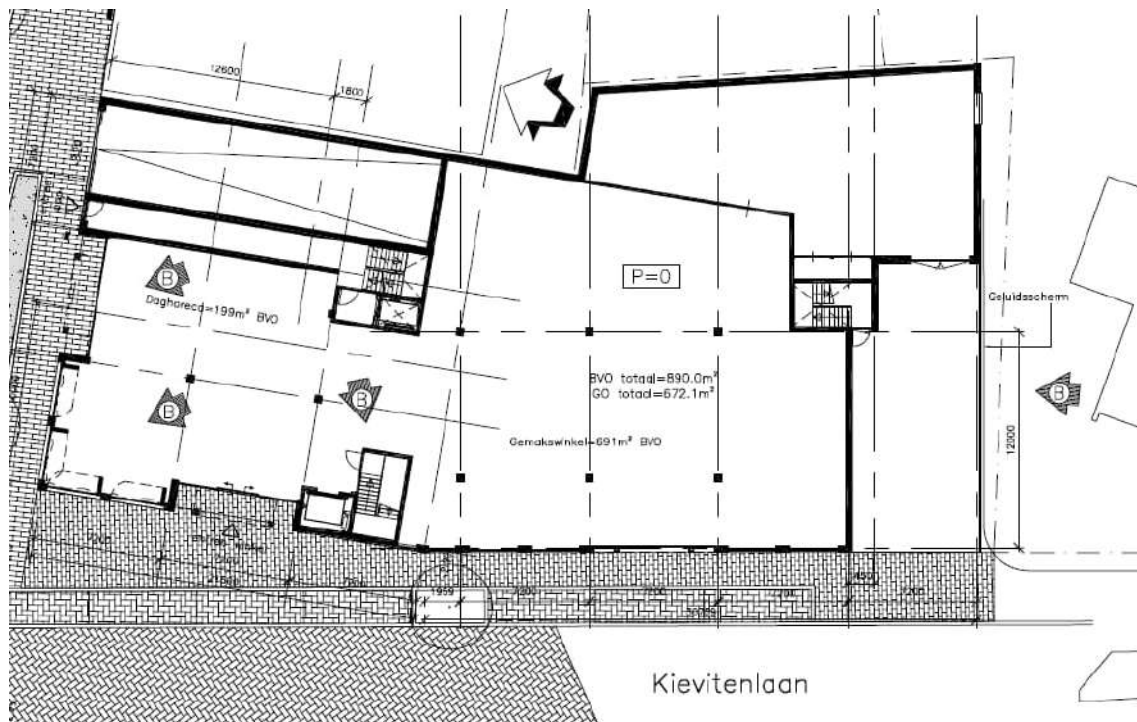
1. Inleiding, samenvatting en conclusie	2
1.1. Aanleiding	2
1.2. Vraagstelling	3
1.3. Samenvatting en conclusie	3
2. Behoefte	4
2.1. Recreatieappartementen	4
2.1.1. Behoefte	4
2.1.2. Aanbod en te verwachten effecten	6
2.2. Commerciële functies	7
2.2.1. Behoefte aan verplaatsing en uitbreiding gemakswinkel	7
2.2.2. Aanbod en te verwachten effecten verplaatsing en uitbreiding gemakswinkel	10
2.2.3. Behoefte aan horeca, aanbod en te verwachten effecten	13
2.2.4. Behoefte aan een pick-up-point, aanbod en te verwachten effecten	14
2.3. Conclusie	15

1. Inleiding, samenvatting en conclusie

2

1.1. Aanleiding

Cadzand-Bad is een badplaats die volop in ontwikkeling is. Dat blijkt onder meer uit de realisatie van diverse recreatieprojecten (recreatiewoningen, hotelaccommodaties en recreatieve appartementen), maar er vindt ook een enorme kwaliteitsslag plaats in de badplaats. Naast de recreatieve ontwikkelingen is het van belang dat de kwaliteitsslag ook plaatsvindt bij de commerciële voorzieningen. Initiatiefnemer is daarom voornemens om op de locatie Duinplein Oost (hoek van Boulevard de Wielingen en Kievitenlaan) 18 recreatieappartementen te realiseren met een commerciële plint. De commerciële plint heeft een omvang van 890 m² brutovloeroppervlak (bvo), waarvan 691 m² bvo bestaat uit een gemakswinkel (met pick-up-point) en 199 m² bvo uit horeca (figuur 1.1). De gemakswinkel betreft de verplaatsing van de nabijgelegen kleine buurtsuperSpar (Boulevard de Wielingen 38) en wordt op de nieuwe locatie voortgezet als gemakswinkel. Het pick-up-point voorziet in het ophalen van vooraf bij de gemakswinkel bestelde boodschappen. Het gaat hier nadrukkelijk niet om een pakket-ophaalpunt, waarbij internetbestellingen kunnen worden afgehaald en geretourneerd.



Figuur 1.1 Impressie beoogde invulling commerciële plint project Duinplein Oost (bron: Arlan Architecten, 2020)

Rho adviseurs is gevraagd om de herontwikkeling aan het Duinplein Oost in Cadzand-Bad te onderbouwen conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking.

1.2. Vraagstelling

De ladder voor duurzame verstedelijking (ladder) is een instrument voor efficiënt ruimtegebruik (artikel 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als nieuwe stedelijke ontwikkelingen planologisch mogelijk worden gemaakt.

De eerste vraag die beantwoord moet worden is of de beoogde herontwikkeling van de locatie Duinplein Oost kan worden aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling', zoals bedoeld in de ladder. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van die ontwikkeling, in relatie tot de omgeving. De beheersverordening Cadzand-Bad (vastgesteld 2013) staat de ontwikkeling van 18 recreatieappartementen met een commerciële plint van 890 m² bvo niet toe. Voor wonen geldt dat een ontwikkeling vanaf 12 woningen wordt aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' (ABRvS 25 maart 2015; ECLI:NL:RVS:2015:953). Voor winkels worden ontwikkelingen groter dan 500 m² bvo aangemerkt als nieuwe stedelijke ontwikkeling (ABRvS 28 juni 2017; ECLI:NL:RVS:2017:1724). Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling Duinplein Oost in Cadzand-Bad wordt aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. De onderzoeksvraag is of er behoefte is aan het programma van de ontwikkeling Duinplein Oost in Cadzand-Bad.

1.3. Samenvatting en conclusie

In hoofdstuk 2 is voor de afzonderlijke functies van de ontwikkeling Duinplein Oost in Cadzand-Bad de behoefte onderbouwd. De beoogde ontwikkeling voorziet in een integrale vastgoedontwikkeling, bestaande uit de functies: wonen, recreatie, horeca en een gemakswinkel(met pick-up-point). Hiermee wordt invulling gegeven aan de noodzakelijke en gewenste kwaliteitsslag voor Cadzand-Bad. Het toeristische profiel van Cadzand-Bad is onlangs benadrukt doordat het nu de officiële status heeft van een badplaats. De badplaats wordt druk bezocht door de toerist, al jarenlang is er sprake van een stijging van het aantal toeristen. Op basis van verschillende prognoses wordt verwacht dat het toerisme nog verder zal toenemen. Dit leidt tot een toenemende behoefte aan de te realiseren voorzieningen. Recreatiewoningen zijn het populairste type verblijfsaccommodatie in Zeeland. Uit cijfers blijkt dan ook dat er behoefte is aan de ontwikkeling van recreatiewoningen. Naast de ontwikkeling van het aantal verblijfsaccommodaties moet ook het voorzieningenniveau in Cadzand-Bad meegroeien om te komen tot een kwalitatief hoogwaardige badplaats. De ontwikkeling van de commerciële plint betreft de verplaatsing van de huidige buurtsuper van SPAR. De huidige winkel is te klein en kan in het hoogseizoen de toegenomen vraag door de toeristische piek niet opvangen. Als gevolg van het toenemend toerisme is in de eerste plaats sprake van een toenemende behoefte aan een adequate boodschappenvoorziening. De behoefte aan een moderne, beter ingerichte gemakswinkel met een horeca verkooppunt en een pick-up-point is in dit onderzoek aangetoond. Ook is in dit onderzoek aangetoond dat de toevoeging van de gemakswinkel niet tot onaanvaardbaar omzetverlies of leegstand leidt bij de aanwezige supermarkten in het marktgebied. De projectlocatie is aangewezen als hoofdcentrum van Cadzand én Cadzand-Bad voor commerciële voorzieningen en het planinitiatief versterkt de diversiteit van het aanbod aan commerciële functies die horen bij een moderne badplaats.

Geconcludeerd wordt dat met de ontwikkeling sprake is van een zorgvuldige ruimtelijke afweging door een bestaand voorzieningencluster te versterken. De ontwikkeling voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Als gevolg van de ontwikkeling worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de gemeente Sluis en de kern Cadzand-Bad.

2. Behoefte

In dit hoofdstuk is de behoefte aan de ontwikkeling van recreatieappartementen met commerciële functies aan het Duinplein Oost in Cadzand-Bad onderbouwd.

2.1. Recreatieappartementen

De beoogde ontwikkeling voorziet in 18 recreatieappartementen. De appartementen variëren in grootte van circa 70 m² tot 110 m². In figuur 2.1 is een impressie opgenomen van de appartementen op de locatie Duinplein Oost.



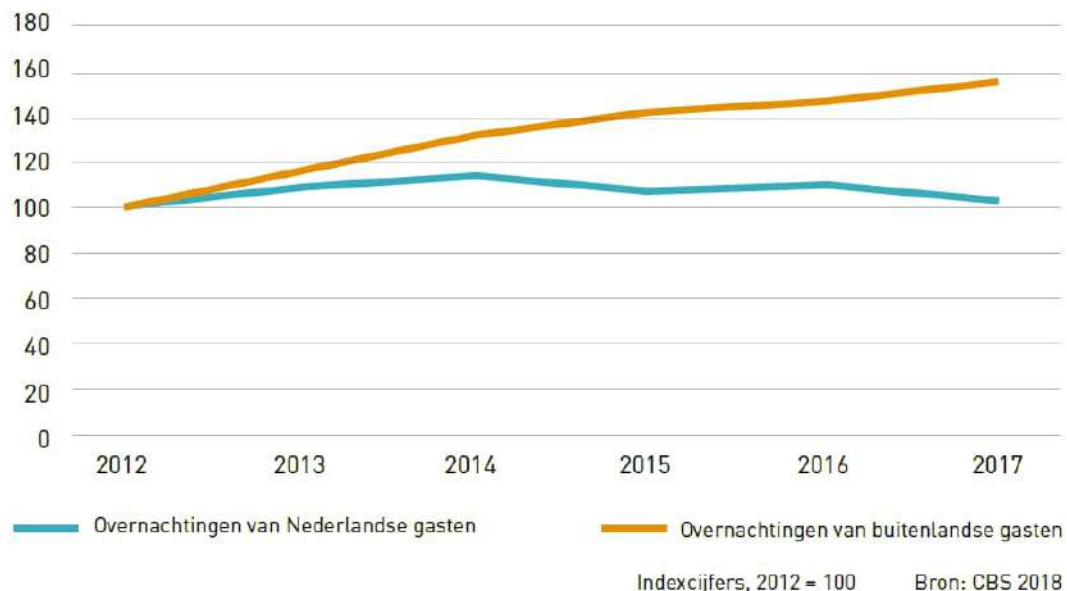
Figuur 2.1 Impressie recreatieappartementen Duinplein Oost (bron: Arlan Groep, 2020)

2.1.1. Behoefte

In het Visiedocument Krachtig verbonden 2016-2020 (vastgesteld 2015) van de gemeente Sluis is beschreven dat Cadzand-Bad officieel de status heeft gekregen van badplaats. De badplaats voldoet aan de internationale eisen van de European Spas Association (ESPA). De kwaliteit van de stranden en het zeewater hebben bijgedragen aan de gezondheid van toeristen en inwoners die de badplaats hebben bezocht. Voor het toerisme in de gemeente zijn Breskens en Cadzand-Bad aangewezen als hotspot. Specifiek voor Cadzand-Bad wil de gemeente de 'badstatus' verder uitbouwen. Dit is al eerder beschreven in het Ontwikkelingsplan Cadzand-Bad (vastgesteld 2006) en de Ruimtelijke visie op het ontwikkelingsplan (vastgesteld 2010).

Toerisme en recreatie is de grootste economische pijler van Cadzand-Bad. De veranderingen in deze sector vragen om een kwaliteitsverbetering van de badplaats. Momenteel is een groot deel van de badplaats verouderd. Zowel de verblijfsaccommodaties als het voorzieningenaanbod uit de jaren '70, '80 en '90 is toe aan een kwalitatieve impuls c.q. modernisering.

De kwaliteitsverbetering is ook gewenst als rekening wordt gehouden met de actuele trends en ontwikkelingen. Het aantal toeristen stijgt, maar de toeristen verwachten ook steeds meer luxe en comfort in een badplaats met onderscheidende verblijfsmogelijkheden. Naast deze kwalitatieve behoefte is ook behoefte aan een groter aantal verblijfsaccommodaties. Al jaren is sprake van toename van het toerisme in Nederland. Daarnaast neemt ook het buitenlandse toerisme toe (bron: Rabobank Cijfers & Trends, 2020). Deze trend is duidelijk zichtbaar in de provincie Zeeland. Over 2017 zijn er ruim 10 miljoen overnachtingen geregistreerd. In Zeeland groeit het toerisme vanuit het buitenland al jaren en sinds 2017 heeft de buitenlandse markt voor het eerst een groter aandeel in het aantal overnachtingen dan de Nederlandse markt. Maar liefst 52,3% van alle overnachtingen komt vanuit het buitenland en 47,7% vanuit Nederland. In 2016 was het aantal overnachtingen vanuit het buitenland nog goed voor 49,3% en vanuit Nederland 50,7%. De ontwikkeling van het aantal toeristische overnachtingen in Zeeland is te zien in figuur 2.2.



Figuur 2.2 Ontwikkeling overnachtingen toerisme (bron: Kenniscentrum Kunsttoerisme o.b.v. CBS-gegevens, 2018)

De gemeente Sluis staat binnen Zeeland op de 3^e plaats (na de andere kustgemeenten Veere en Schouwen-Duiveland) met ruim 3,7 miljoen toeristische overnachtingen in 2017. Een duidelijke trend zit in het soort verblijfsaccommodaties in de provincie Zeeland. Er wordt minder toeristisch gekampeerd en meer overnacht in recreatiewoningen. Deze cijfers zijn in figuur 2.3 opgenomen.

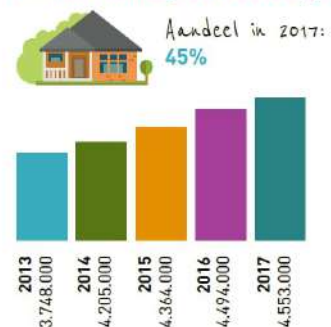
Hotels/pensions/bed&breakfasts



Toeristisch kamperen



Verhuur van huisjes of chalets op parken



Bron: CBS 2018

Figuur 2.3 Verblijfstoerisme Zeeland per accommodatietype in aantal overnachtingen (bron: Kenniscentrum Kunsttoerisme o.b.v. CBS-gegevens, 2018)

Zowel beleidsmatig als op basis van actuele trends en ontwikkelingen wordt geconcludeerd dat er behoefte is aan recreatieappartementen in Cadzand-Bad om het potentieel van de badplaats verder uit te bouwen.

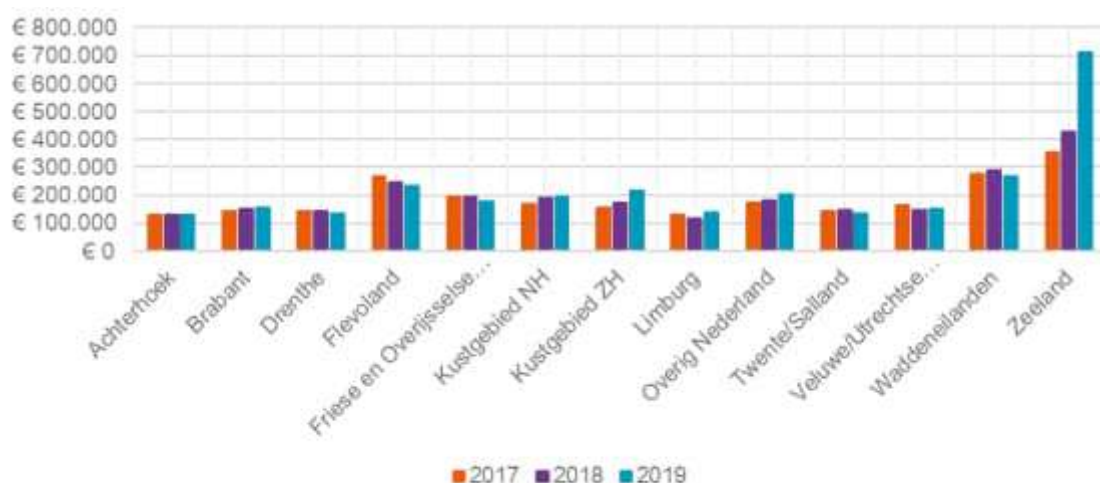
2.1.2. Aanbod en te verwachten effecten

In de publicatie Kencijfers vrijetijdseconomie Zeeland 2017 (gepubliceerd door Kenniscentrum Kusttoerisme, 2018) is naast het aantal overnachtingen ook het aanbod aan accommodaties in kaart gebracht voor het verblijfstoerisme in de provincie Zeeland. Uit een vergelijking met de andere kustgemeenten (Veere en Schouwen-Duiveland), waar het grootste aantal overnachtingen is geregistreerd, wordt geconcludeerd dat in de gemeente Sluis het kleinste aantal accommodaties is gevestigd (tabel 2.1). Als het aantal overnachtingen wordt verdeeld over aantal accommodaties blijkt dat de gemeente Sluis het hoogste gemiddelde aantal overnachtingen heeft per accommodatie. In vergelijking tot de gemeenten Veere en Schouwen-Duiveland, maar ook in vergelijking tot het provinciale gemiddelde is er behoefte aan een groter aanbod aan accommodaties.

Tabel 2.1 Gemiddeld aantal overnachtingen per accommodatie (bron: Kenniscentrum Kunsttoerisme o.b.v. CBS-gegevens, 2018; bewerking Rho adviseurs)

	aantal overnachtingen	aantal accommodaties	gemiddeld aantal overnachtingen per accommodatie
gemeente Sluis	3.716.700	12.833	290
gemeente Veere	5.017.400	17.874	281
gemeente Schouwen-Duiveland	5.107.600	25.452	201
gemiddelde provincie Zeeland	17.170.400	74.710	230

Verder blijkt uit cijfers van NVM in 'De Nederlandse markt voor recreatiewoningen' van 2019 dat de druk op de recreatiewoningenmarkt is toegenomen. Het aantal verkochte recreatiewoningen in Nederland is in 2018 met 4,8% toegenomen ten opzichte van 2017. De gemiddelde vraagprijs voor recreatiewoningen in de provincie Zeeland is explosief gestegen (figuur 2.4).



Figuur 2.4 Ontwikkeling gemiddelde vraagprijs per regio 2017-2019 (bron: NVM, 2019)

Uit de publicatie van NVM wordt afgeleid dat het aanbod aan recreatieve woningen relatief schaars is terwijl de vraag aanhoudt en zelfs groeit. Als rekening wordt gehouden met deze cijfers worden als gevolg van de ontwikkeling van 18 recreatieappartementen in Cadzand-Bad geen onaanvaardbare effecten verwacht op het overige aanbod aan verblijfsaccommodaties in de gemeente Sluis en de provincie Zeeland.

2.2. Commerciële functies

De begane grond van het nieuwe pand bestaat uit een commerciële plint van 890 m² bvo. Deze zal worden ingevuld met twee formules: een gemakswinkel (691 m² bvo) en daghoreca (199 m² bvo). Daarnaast zal vanuit het magazijn nog een pick-up-point worden gefaciliteerd, zodat boodschappen die online bij de gemakswinkel zijn besteld op de projectlocatie kunnen worden afgehaald (boodschappenafhaal-service). Het pick-up-point is nadrukkelijk geen pakket-service voor het afhalen en retourneren van internetbestellingen.

2.2.1. Behoefte aan verplaatsing en uitbreiding gemakswinkel

Momenteel is SPAR gevestigd aan Boulevard De Wielingen 38. Deze winkel heeft een omvang van 220 m² wvo en voldoet niet meer aan de wensen van de ondernemer en met name de toerist. Het vloeroppervlak van de winkel is te klein om in de zomer op een acceptabel serviceniveau zowel een basisassortiment artikelen uit te stallen als de toeristische piek te kunnen opvangen. De verwachte verdere groei van het toerisme in Zeeland en Cadzand-Bad specifiek is uiteengezet in paragraaf 2.1.1. Dit zorgt voor een verwachte toenemende behoefte aan een voorziening als een gemakswinkel. SPAR wenst de huidige winkel daarom te sluiten en te verplaatsen naar de locatie Duinplein Oost, waar een grotere gemakswinkel gerealiseerd kan worden die voorziet in de toenemende behoefte (691 m² bvo; circa 550 m² wvo).



Figuur 2.5 Impressie huidige gemakswinkel SPAR (bron: Google Maps, geraadpleegd 2020)

Toelichting concept gemakswinkel

De laatste jaren is het concept van een gemakswinkel sterk in opkomst. Verschillende supermarktformules richten zich al een tijdje op dit concept, waaronder SPAR (locatie afhankelijk), Coop (met de formules Compact en Vandaag) en Jumbo (met de formule City). Het aanbod van een gemakswinkel richt zich grotendeels op passanten. Dit kunnen verschillende soorten locaties zijn, bijvoorbeeld nabij een station, in een binnenstad of bij een camping of strand. De gemakswinkel is een formule die gericht is op gemak, directe consumptie en snelle verkoop. Er worden veel verse gemakspullen en producten voor directe consumptie verkocht.

Om het concept van een gemakswinkel optimaal te laten functioneren is voor de SPAR in Cadzand-Bad een groter winkelvloeroppervlak benodigd. De huidige winkel heeft een omvang van 220 m² wvo. De behoefte aan schaalvergroting blijkt uit tabel 2.2. Uit de tabel is af te leiden dat de gemiddelde omvang per gemakswinkel de afgelopen 10 jaar is toegenomen tot ruim 500 m² wvo per winkel. Dit is een procentuele toename van 49%. Met de ontwikkeling van een gemakswinkel van 691 m² (circa 550 m² wvo) wordt voorzien in een moderne winkel in Cadzand-Bad.

Tabel 2.2 Ontwikkeling winkelomvang (vergelijkbare) gemakswinkels (bron: Locatus, 2010-2020)

gemiddelde omvang per winkel			
	2010	2020	% verandering
Coop Compact	355	419	18%
Coop Vandaag	n.v.t.	490	n.v.t.
Jumbo City	n.v.t.	748	n.v.t.
SPAR	328	374	14%
gemiddelde omvang	342	508	49%

Een gemakswinkel is niet aan te merken als volwaardige supermarkt. Een moderne full-service supermarkt heeft een omvang van circa 1.500 m² wvo en heeft een assortiment van 15.000 tot 30.000 artikelen. Een gemakswinkel heeft nog geen 2.500 artikelen. Enerzijds is dat omdat de fysieke ruimte in de winkel niet meer toelaat. Anderzijds is dat omdat een ander assortiment wordt gevoerd waarbij producten ruimer worden uitgesteld in plaats van dat het vloeroppervlak maximaal wordt benut, zoals vaak bij het 'oudere' buurtsuper concept wordt gezien. Daarbij richt een gemakswinkel zich vooral op het versassortiment, voor consumptie binnen 24 uur. Dit zijn bijvoorbeeld de 'mealdeals' voor een snel

ontbijt, een gezonde lunch of een gemakkelijke avondmaaltijd. Ook passen de winkels hun assortiment aan op trends of seizoenen.

Het assortiment omvat ter ondersteuning non-foodproducten, bijvoorbeeld wegwerpbarbecues, parasols of tijdschriften. Bij het gemakswinkel concept wordt een assortiment geboden voor de kleine boodschappentrip. De winkels worden gekarakteriseerd door een lagere kassabesteding per klant en veel mandjesklanten. Uit een inventarisatie van SPAR bij toeristische gemakswinkels in Nederland blijkt dat de gemiddelde kassabesteding tussen de € 10,- en € 13,- ligt. Bij een full-service supermarkt ligt de gemiddelde kassabesteding tussen de € 20,- en € 30,- (zie o.a. GfK, 2017). Uit deze cijfers kan worden herleid dat de weekboodschappen nog altijd bij de reguliere full-service supermarkten worden gekocht en dat de verse dagboodschappen of maaltijden op de plek worden gekocht waar de consument toch langskomt. Dit zijn plekken met (periodiek) een hoog aantal passanten (bijvoorbeeld een station, binnenstad, camping of strand).

Trends en ontwikkelingen in de foodsector

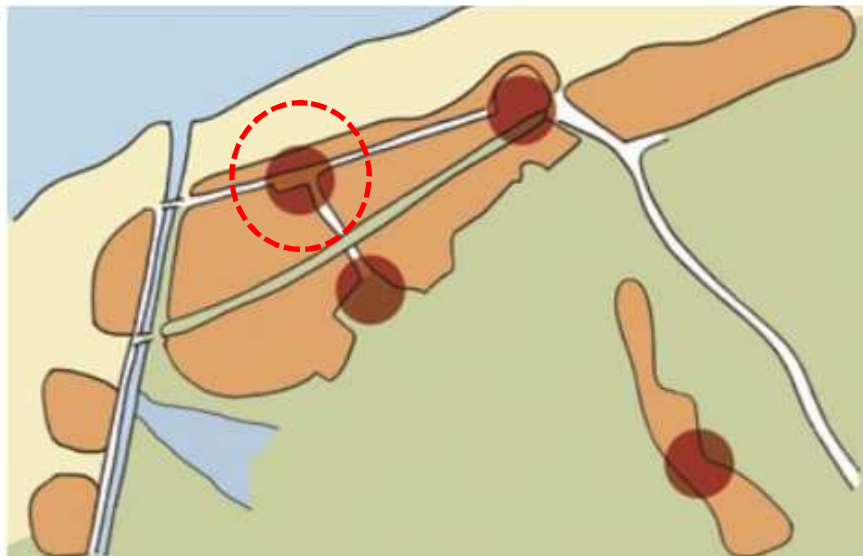
De toename van het aantal gemakswinkels komt voort uit het consumentengedrag. Mensen kiezen steeds vaker voor gemak. Dit kan zijn het thuisbezorgen van eten, maar ook in de supermarkt worden bakjes gesneden fruit of kant-en-klaar salades gekocht. Binnen de foodsector worden de volgende trends waargenomen (Rabobank Cijfers & Trends, 2020):

- *Transparantie.* De consument wil weten waar zijn eten vandaan komt en hoe het geproduceerd is.
- *Gezond, gezonder, gezondst.* De consument wil meer vers en minder suikers, vetten en additieven.
- *Gemak.* Het moet sneller, met meer service, meer online en met het totale gemak voor de consument.
- *Hybride consument.* Consumenten zoeken een unieke en persoonlijke beleving en zijn bereid daarvoor te betalen.
- *Verduurzaming.* Voedsel wordt geproduceerd met minder impact op milieu, met minder verspilling en meer oog voor dierenwelzijn.

De gemakswinkel in Cadzand-Bad

In Cadzand-Bad zal de gemakswinkel zich vooral richten op de recreant, die op zoek is naar gemak en luxe. In de ochtend en de middag zijn verse broodjes beschikbaar, in de avond kant-en-klaar maaltijden en (gekoelde) dranken. De gemakswinkel krijgt ook een buurtfunctie, met name voor de bewoners van Cadzand-Bad en omgeving. Dat betekent dat in een deel van de winkel reguliere supermarktproducten verkocht worden. Dit deel is gericht op de vergeten boodschappen en versproducten, het overgrote deel van de boodschappen zal elders gekocht worden in de gemeente Sluis.

De buurtfunctie van de gemakswinkel is van belang voor de inwoners van Cadzand-Bad én Cadzand, vooral buiten het toeristische seizoen. Deze functie is ook beoogd conform het gemeentelijke beleid. In het Ruimtelijk afwegingskader van het Ontwikkelingsplan Cadzand-Bad (vastgesteld 2010) is opgenomen dat het Duinplein een bestaand voorzieningencluster is (figuur 2.6). Voor het Duinplein is het gewenst dat het cluster zich verder ontwikkelt tot hoofdcentrum van Cadzand-Bad als het gaat om voorzieningen. Momenteel wordt Boulevard de Wielingen / Duinplein reeds aangemerkt als winkelgebied 'kernverzorgend centrum klein' conform de indeling van Locatus (2020).



Figuur 2.6 Beoogde voorzieningenconcentraties Cadzand (Duinplein rood omcirkeld; bron: Ontwikkelingsplan Cadzand-Bad, 2010)

Geconcludeerd wordt dat er behoefte is aan de versterking van het voorzieningenaanbod in Cadzand-Bad. De verplaatsing en uitbreiding van gemakswinkel SPAR voorziet in deze behoefte en sluit aan op het gemeentelijke beleid en de actuele trends en ontwikkelingen binnen de foodbranche.

2.2.2. Aanbod en te verwachten effecten verplaatsing en uitbreiding gemakswinkel

Bij de beoordeling van de behoefte dient conform de ladder voor duurzame verstedelijking het bestaande aanbod betrokken te worden binnen het relevante ruimtelijke verzorgingsgebied. Onder andere de effecten op de winkelleegstand moeten bij de afweging betrokken worden. Omdat de gebruiksmogelijkheden voor detailhandel op de vertreklocatie De Wielingen 38 gehandhaafd blijven wordt uitgegaan van de situatie dat er 691 m² bvo (circa 550 m² wvo) aan het dagelijkse goederenaanbod in de gemeente Sluis wordt toegevoegd.

Ruimtelijk-economisch onderzoek supermarktsector gemeente Sluis

In mei 2016 is het 'Ruimtelijk-economisch onderzoek supermarktsector gemeente Sluis' vastgesteld. De doelstelling van dit onderzoek was het opstellen van een helder ruimtelijk-economisch kader voor de ontwikkeling van de supermarkten binnen de gemeente Sluis. Op basis van dit onderzoek zijn keuzes gemaakt voor de duurzame ontwikkeling van de supermarktsector in de gemeente Sluis om zorgvuldig ruimtegebruik te waarborgen. Het project Duinplein Oost is destijds meegenomen in het onderzoek. Voor de huidige winkel in Cadzand-Bad wordt geconcludeerd dat *"de (seizoens-) supermarkt vanwege het beperkte oppervlak de piek in de zomermaanden door toeristen niet aan kan. Uitbreiding is noodzakelijk om de winkel op het gewenste kwaliteitspeil te brengen. Daarnaast is het oppervlak van de winkel ook te klein om in de wintermaanden te kunnen functioneren als buurtsupermarkt voor Cadzand. Daarom is uitbreiding naar een moderne winkelmaat gewenst."* In het onderzoek uit 2016 is rekening gehouden met een winkel van 600 m² wvo.

In het onderzoek zijn de volgende conclusies opgenomen ten aanzien van de gemakswinkel:

- Het plan levert een bijdrage aan de gewenste kwaliteitsverbetering van de badplaats.
- Het plan levert een bijdrage aan het versterken en ruimtelijk verbeteren van het 'hoofdcentrum'.
- Het plan zorgt er voor dat inwoners van Cadzand en Cadzand-Bad op zo kort mogelijke afstand een zo volwaardig mogelijke boodschappenvoorziening krijgen.

- De uitbreiding heeft niet tot gevolg dat klanten uit andere kernen worden aangetrokken. Ook na uitbreiding is de winkel kleiner dan het reguliere supermarktaanbod in de omliggende kernen in de gemeente Sluis.
- De ontwikkeling leidt niet tot ongewenste (relevante) leegstand.
- Voor de vertreklocatie is een invulling als supermarkt niet waarschijnlijk, gelet op de beperkte maatvoering. De meest representatieve invulling zal een andere vorm van detailhandel zijn, of dienstverlening of horeca.

Analyse ruimtelijk-economische effecten uitbreiding en verplaatsing gemakswinkel Cadzand-Bad

Omdat de vertreklocatie van de gemakswinkel aan Boulevard de Wielingen 38 planologisch beschikbaar blijft voor detailhandel moeten de effecten van een nieuwe gemakswinkel van circa 550 m² wvo (691 m² bvo) beoordeeld worden. Eventuele effecten zullen zichtbaar zijn in de omliggende kernen binnen de gemeente Sluis. Hieronder worden de effecten van de uitbreiding beoordeeld met een omzetcclaimberekening. Hierbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- *Aantal inwoners gemeente Sluis.* Momenteel heeft de gemeente Sluis 23.386 inwoners (CBS, 2020; gegevens over 2019).
- *Gemiddelde winkelbesteding per persoon aan dagelijkse goederen.* Conform de meest recente versie van de Notitie Omzetkengetallen (2019) bedraagt de gemiddelde winkelbesteding per persoon per jaar aan dagelijkse goederen € 2.619,- excl. BTW.
- *Herkomst dagelijkse winkelomzet vanuit gemeente Sluis.* In het 'Ruimtelijk-economisch onderzoek supermarktsector gemeente Sluis' (2016) is berekend dat circa 55% van de omzet aan dagelijkse goederen uit de eigen gemeente komt, 25% komt vanuit toerisme en 20% uit België. Veel Belgen doen boodschappen in Zeeuws-Vlaanderen vanwege het prijsverschil. Uit observaties blijkt dat ongeveer de helft van het aantal geparkeerde auto's een Belgische nummerplaat heeft (bron: 'Belg houdt van de Zeeuws-Vlaamse supermarkten en die liefde is wederzijds', publicatie van PZC, 2019). Deze observatie wordt gestaafd door cijfers. In 2018 hebben Belgen bijna 14% meer uitgegeven in de Nederlandse supermarkten dan in 2017 (bron: GfK, 2019). Producten in de Nederlandse supermarkt zijn gemiddeld 10% tot 12% goedkoper dan in België.

Per januari 2019 is in Nederland het lage BTW-tarief verhoogd van 6% naar 9%. Hierdoor zijn voedingsmiddelen duurder geworden in Nederland. Gemiddeld stegen de prijzen voor eten en drinken in supermarkten met 4% (bron: CBS, 2020). Uit deze gegevens wordt geconcludeerd dat de dagelijkse boodschappen in Nederland nog steeds goedkoper zijn dan in België. De prijs is daarbij niet het enige motief van Belgen om het dagelijkse winkelaanbod in Zeeuws-Vlaanderen te bezoeken. De service en klantvriendelijkheid worden goed beoordeeld. De supermarktondernemers zien nog altijd een stijging van het aandeel Belgische klanten¹.

In het ruimtelijk-economisch onderzoek is ook een prognose gepresenteerd voor de ontwikkeling van de herkomst van omzet. Voor 2026 wordt ervan uitgegaan dat 52% van de omzet afkomstig is uit de eigen gemeente, 20% uit België en 28% uit toerisme. Op basis van de ontwikkelingen van de laatste jaren is de prognose over de omzetherkomst in de gemeente Sluis realistisch. Het aandeel toevloeiing is zeer waarschijnlijk nog groter, zowel vanuit het toerisme als vanuit het Belgische achterland, als rekening wordt gehouden met de groei van het toerisme. De verwachte verdere groei van het toerisme in Zeeland en Cadzand-Bad specifiek is uiteengezet in paragraaf 2.1.1. Dit zorgt voor een verwachte toenemende behoefte aan een voorziening als een gemakswinkel.

- *Gemiddelde omzet per m² wvo dagelijkse goederen.* De gemiddelde omzet per m² aan dagelijkse goederen bedraagt € 7.586,- (excl. BTW; Notitie Omzetkengetallen, 2019).

¹ <https://www.pzc.nl/zeeuws-nieuws/belg-houdt-van-de-zeeuws-vlaamse-supermarkten-en-die-liefde-is-wederzijds~a7792d09/>

- *Oppervlak gemakswinkel (m² wvo).* De nieuwe gemakswinkel krijgt een omvang van 550 m² wvo. Worst-case blijft het achterliggende winkelpand ook nog beschikbaar, waardoor in de toekomstige situatie rekening is gehouden met een metrage van 770 m² wvo.

Op basis van bovenstaande uitgangspunten is in tabel 2.3 een omzetclaimberekening gemaakt voor de toevoeging van een gemakswinkel aan het dagelijkse winkelaanbod in de gemeente Sluis.

Tabel 2.3 Omzetclaimberekening

	huidige situatie	toekomstige situatie	bron
inwoners gemeente Sluis	23.386	23.386	CBS, 2020; gegevens over 2019
gemiddelde winkelomzet dagelijkse goederen per persoon	€ 2.619	€ 2.619	Notitie Omzetkengetallen, 2019; gegevens over 2018
bestedingspotentieel gemeente	€ 61.200.000	€ 61.200.000	
oppervlak gemakswinkel (m ² wvo)	220	550 tot 770	
gemiddelde omzet dagelijkse goederen per m ² wvo	€ 7.586	€ 7.586	Notitie Omzetkengetallen, 2019; gegevens over 2018
jaaronzet supermarkt	€ 1.700.000	€ 4.200.000 tot € 5.800.000	
benadering aandeel omzet vanuit gemeente Sluis	52%	52%	REO supermarktsector gemeente Sluis, 2016
omvang omzet vanuit gemeente Sluis	€ 900.000	€ 2.200.000 tot € 3.000.000	
marktaandeel gemakswinkel binnen gemeente Sluis	1,5%	3,6% tot 4,9%	
ontwikkeling marktaandeel supermarkt	-	2,3% tot 3,4%	

Op basis van de analyse in tabel 2.3 wordt geconcludeerd dat het theoretische marktaandeel van de gemakswinkel binnen de dagelijkse goederensector van de gemeente Sluis maximaal toeneemt met circa 3,4 procentpunt (inclusief de m² wvo van de vertreklocatie). Zonder het metrage van de vertreklocatie mee te rekenen omvat de toename van het marktaandeel 2,3 procentpunt. Hierbij wordt uitgegaan van de landelijke kencijfers. In theorie stijgt de omzet vanuit de gemeente Sluis met € 1.300.000,- tot € 2.100.000,- (worst-case) als gevolg van de realisatie van de nieuwe gemakswinkel, waarbij in het laatste scenario rekening wordt gehouden met de herinvulling van de vertreklocatie met dagelijks winkelaanbod.

Als deze omzetstijging wordt afgezet tegen de gemiddelde jaaronzet van het overige supermarktaanbod (tabel 2.4) dan wordt geconcludeerd dat het effect van de nieuwe gemakswinkel in Cadzand-Bad op de reguliere supermarkten zeer beperkt is. Het effect is berekend op 1,1% tot 2,3%. Het effect per reguliere supermarkt (in totaal 11 supermarkten) is berekend op € 100.000,- tot € 200.000 per jaar. Dat is circa € 1.900,- tot 3.900,- per supermarkt op een gemiddelde weekomzet van € 170.000. Als gevolg van deze theoretische toename van de omzet van de gemakswinkel in Cadzand-Bad als gevolg van een nieuwe winkel van 550 m² wvo (inclusief het worst-case scenario met de herinvulling van de vertreklocatie) worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op de dagelijkse goederensector van de gemeente Sluis.

Tabel 2.4 Berekening effect reguliere supermarkten

totaal oppervlak overige supermarkten gemeente Sluis	11.735	Locatus, 2020
gemiddelde jaaronzet supermarkten per m ² wvo	€ 8.124	Notitie Omzetkengetallen, 2019; gegevens over 2018
totale jaaronzet overige supermarkten gemeente Sluis	€ 95.300.000	
gemiddelde jaaronzet per afzonderlijke supermarkt gemeente Sluis	€ 8.700.000	

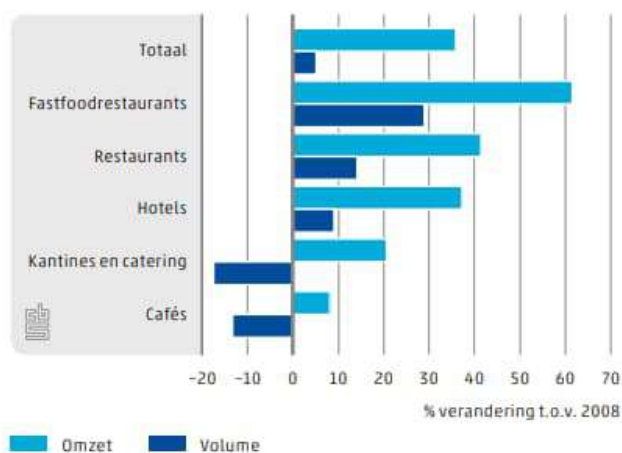
toename omzet vanuit gemeente Sluis na toevoeging/uitbreiding gemakswinkel	€ 1.400.00 tot € 2.200.000	
effect per supermarkt €	€ 100.000 tot € 200.000	
effect per reguliere supermarkt %	1,1% tot 2,3%	

Benadrukt wordt dat de cijfers in tabellen 2.3 en 2.4 indicatief zijn. In het ruimtelijk-economisch onderzoek uit 2016 wordt terecht geconstateerd dat de gemiddelde vloerproductiviteit in Cadzand-Bad veel lager is dan het landelijke gemiddelde, vanwege de seizoensinvloeden. Als wordt uitgegaan van een vloerproductiviteit van € 4.095,- per m² vvo is het effect nog kleiner op de dagelijkse – en reguliere supermarktstructuur in de gemeente Sluis. De uitbreiding zal geen evenredige groei van de omzet tot gevolg hebben. De uitbreiding is vooral gericht om de toeristenpiek in de zomer beter te kunnen opvangen. In de wintermaanden zal niet de gehele winkel worden gebruikt, waardoor op deze m² vvo ook geen omzet wordt behaald. Tot slot is het ook niet de verwachting dat de vertreklocatie wordt heringevuld met een vergelijkbaar concept, waardoor de effecten kleiner zijn dan is berekend in de tabellen 2.3 en 2.4.

2.2.3. Behoefte aan horeca, aanbod en te verwachten effecten

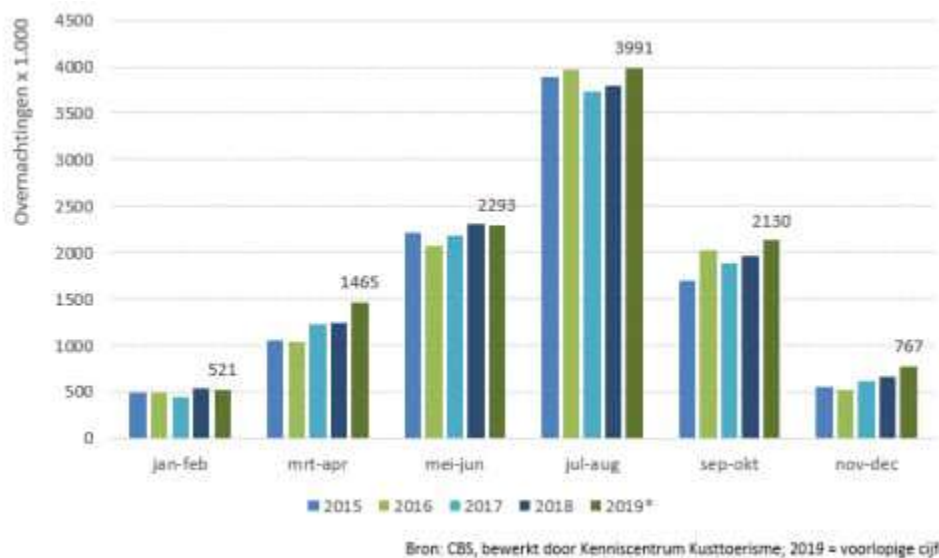
Naast de gemakswinkel is ruimte gereserveerd voor één verkooppunt daghoreca met een omvang van circa 160 m² vvo (199 m² bvo). Beide voorzieningen hebben een gezamenlijke entree. De daghoreca is horeca die zich voornamelijk richt op de verkoop van niet-alcoholische dranken en kleine etenswaren. Daghoreca hanteert logischerwijs dezelfde openingstijden als de gemakswinkel vanwege de gedeelde entree. In de zomer zal deze horeca zich met name richten op de recreant. Buiten het hoogseizoen heeft deze horeca ook een belangrijke sociale functie voor de inwoners van Cadzand-Bad en Cadzand; hier komt bijvoorbeeld een leestafel waar de inwoners een kopje koffie kunnen drinken. De entree zal aan de Kievitenlaan komen. Hierdoor krijgt het Duinplein een levendige plint.

In de Ruimtelijke visie van het Ontwikkelingsplan Cadzand-Bad (2010) is opgenomen dat het Duinplein zich moet ontwikkelen tot een herkenbaar zwartepunt als het gaat om de voorzieningen. In dat kader wordt het Duinplein als het 'representatieve en dynamische ontmoetingsplein' omschreven. De beoogde (kleinschalige) horecavoorziening draagt bij aan dit karakter. Er is nog steeds een groeiende behoefte aan horeca, mede gelet op het groeiende toerisme en de toenemende consumentenbestedingen. Zo blijkt dat de laatste jaren de horecabranche een sterke groei heeft doorgemaakt in de omzet. In de periode 2008-2018 is de omzet van de horeca met 36% toegenomen (figuur 2.7).



Figuur 2.7 Groei omzet horeca (Trends Nederland 2019; bron: CBS, 2020)

Momenteel is er een horeca-aanbod van 6.795 m² vvo in Cadzand (incl. Cadzand-Bad), verdeeld over 37 verkooppunten. Vrijwel het volledige aanbod is gericht op toerisme. Deze cijfers laten zich dan ook lastig vergelijken met het aanbod in de regio omdat Cadzand een bijzondere positie inneemt als badplaats. Als wordt gekeken naar de ontwikkeling van het toerisme dan groeide het aantal overnachtingen in de provincie het afgelopen jaar met 6,4% tot 11,2 miljoen en ook het aantal gasten nam toe met 4% (bron: Kenniscentrum Kusttoerisme, 2020). De groei van het toerisme heeft met name plaatsgevonden in het vroege voorseizoen (maart/april) en het naseizoen (september tot en met december). Daarmee zet de trend door dat de schouderseizoenen sneller groeien dan het hoogseizoen (figuur 2.8).



Figuur 2.8 Seizoenspreiding overnachtingen Zeeland (bron: Kenniscentrum Kusttoerisme, 2020)

De groei komt voor een groot deel van het aantal Duitse overnachtingen. Het aantal Duitse overnachtingen steeg met 10,9%, door het hele jaar heen. Het aantal overnachtingen van Nederlanders steeg met 2,9%. Een derde belangrijk herkomstland voor Zeeland is België. Na forse groei in de voorgaande jaren, vlakt de groei nu wat af: +3,1%, vooral dankzij het Belgische bezoek aan Zeeland in maart, juni en de herfst.

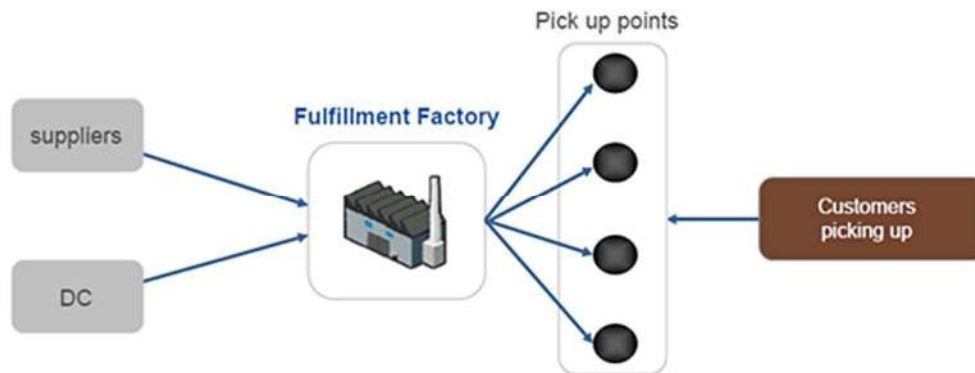
Uit onderzoek van Koninklijke Horeca Nederland: 'Horeca: de huiskamer van het toerisme' (2019) blijkt dat horeca de belangrijkste motor is voor het toerisme in Nederland. In 2018 droeg de horeca volgens cijfers van het CBS met ruim € 12 miljard het meeste bij aan de toeristische sector. Het aantal binnen- en buitenlandse gasten groeit van 42 miljoen in 2017 naar bijna 60 miljoen in 2030 (conform de prognose van NBTC, 2019). Om de gevolgen van deze groei beter in te kunnen schatten vroeg KHN middels een enquête aan horecaondernemers welke gevolgen deze groei heeft voor hun bedrijf. Uit het onderzoek blijkt dat horecaondernemers volop mogelijkheden zien om de voorspelde groei van het toerisme in hun omgeving te laten plaatsvinden. Bijna zeventig procent van de horecaondernemers geeft in het onderzoek aan dat toerisme belangrijk is voor hun zaak en ruim de helft geeft aan dat er nog ruimte is voor verdere groei van het toerisme.

Rekening houdend met deze actuele cijfers is er in Cadzand-Bad-Bad voldoende ruimte voor een extra horeca verkooppunt van 199 m² bvo. Met deze marktomstandigheden worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon, leef- en ondernemersklimaat in Cadzand en Cadzand-Bad.

2.2.4. Behoefte aan een pick-up-point, aanbod en te verwachten effecten

Tot slot zal bij de gemakswinkel nog ruimte worden gereserveerd in het magazijn voor een pick-up-point. Dit is een afhaalservice voor online bij de gemakswinkel bestelde boodschappen. Het pick-up-pointconcept is een moderne voortzetting van de aloude werkwijze van het klaarzetten van de

bestelling van een klant (figuur 2.9). Het is nadrukkelijk geen algemeen pakketpunt/pakket-service, waar internetbestellingen kunnen worden afgehaald en geretourneerd.



Figuur 2.9 Positionering pick-up-point binnen een winkelketen

Een pick-up-point heeft als aanvullende dienst voor het ophalen van bij de gemakswinkel bestelde en gekochte boodschappen geen effect op de ruimtelijk-economische structuur van de gemeente Sluis.

2.3. Conclusie

Op basis van de analyse in dit hoofdstuk wordt geconcludeerd dat er behoefte is aan de ontwikkeling van 18 recreatieappartementen met een commerciële plint van 890 m² bvo aan het Duinplein Oost in Cadzand-Bad. Met de officiële status van Cadzand-Bad als badplaats wordt de toeristisch- recreatieve functie verder versterkt. Dit blijkt ook uit recente cijfers. Er is behoefte aan recreatiewoningen. Met het stijgend aantal toeristen neemt ook de behoefte aan een goede boodschappenvoorziening van voldoende kwaliteit toe. De projectlocatie is aangewezen als hoofdcentrum van Cadzand én Cadzand-Bad voor commerciële voorzieningen en het planinitiatief versterkt de diversiteit van het aanbod aan commerciële functies met een moderne gemakswinkel, horeca en een pick-up-point die horen bij een moderne badplaats. Geconcludeerd wordt dat met de ontwikkeling sprake is van een zorgvuldige ruimtelijke afweging door een bestaand voorzieningencluster te versterken. De ontwikkeling voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.