



Marktmogelijkheden supermarkten en Ladder voor duurzame verstedelijking

Herontwikkeling de Scheperij Teteringen

Marktmogelijkheden supermarkten en Ladder voor duurzame verstedelijking

Herontwikkeling de Scheperij Teteringen

Projectgegevens:

Datum:

24 augustus 2018

Identificatienummer:

REIA01-0254208-01B

Opdrachtgever

Cuore Ontwikkeling B.V.
Postbus 6540
5600 HM Eindhoven

Datum vrijgave
24 augustus 2018

Opsteller(s)
WB

Projectleider
CS

Vrijgave

CS

Contactgegevens:

Beneluxweg 125
4904 SJ OOSTERHOUT
Postbus 40
4900 AA OOSTERHOUT

T. 06 20704204
E. wout.berkers@croonenburo5.com

Copyright © 2018

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, elektronisch of op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de auteurs.

Inhoudsopgave

Blz.

1	Inleiding	1
1.1	Aanleiding	1
1.2	Onderzoeksvraag	2
1.3	Locatie	3
1.4	Leeswijzer	5
2	Beleid en ontwikkelingen	6
2.1	Detailhandelsbeleid	6
2.2	Trends en ontwikkelingen	10
2.3	Marktpositionering	11
3	Vertrekpunten	14
3.1	Verzorgingsstructuur	14
3.2	Koopstromen en kooporiëntatie	19
3.3	Leegstand	20
3.4	Ontwikkelingsplannen	22
4	Onderzoekskader	24
4.1	Definitie levensmiddelenbranche	24
4.2	Demografie	24
4.3	Verzorgingsgebied supermarkten Teteringen	24
5	Marktruimte	27
5.1	Uitgangspunten	27
5.2	Huidig functioneren markt	28
5.3	Benchmark	29
5.4	Toekomstig functioneren	30
5.5	Kwalitatieve aspecten	32
6	Analyse effecten	33
6.1	Mogelijke effecten ondernemersklimaat	33
6.2	Richtlijn voor ontvruchting	34
7	Conclusie	35
8	Ladder voor duurzame verstedelijking	37

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De afgelopen jaren is het aantal inwoners en huishoudens in Teteringen (gemeente Breda) sterk gegroeid. Sinds 2005 zijn er in Teteringen ongeveer 500 woningen en 1.200 inwoners bijgekomen. Het aanbod winkelveorzieningen is tot op heden nog niet meegegroeid met deze demografische ontwikkeling. In 2009 heeft de gemeente Breda al besloten dat ter plaatse van winkelcentrum 'de Scheperij' het voorzieningenaanbod dient te worden uitgebreid om in de (dagelijkse) behoefte van de inwoners van het dorp te kunnen voorzien. De Scheperij is ondanks een beperkte omvang van 1.830 m² bruto vloeroppervlak (bvo) het belangrijkste voorzieningencluster van Teteringen. In de huidige situatie zijn op deze locatie een Jumbo-supermarkt, een Mitra (wijnspecialzaak), een cafetaria en een benzinstation gesitueerd. Met de herontwikkeling van deze locatie wordt een volwaardig winkelcentrum voor het dorp gerealiseerd.



Afbeelding 1: Vooraanzicht herontwikkelingsplan de Scheperij

Cuore Ontwikkeling B.V. (verder: de initiatiefnemer) is voornemens de locatie van winkelcentrum de Scheperij in Teteringen te herontwikkelen. Het herontwikkelingsplan voorziet in de realisatie van een nieuwe modern winkelcentrum van ongeveer 4.000 m² bvo op de begane grond en 32 appartementen op de verdiepingen. De invulling van het winkelcentrum bestaat in ieder geval uit twee supermarkten: de Jumbo en Aldi. Jumbo is voornemens de huidige locatie ter plaatse van de Scheperij van 1.183 m² winkelvloeroppervlak (wvo) te herontwikkelen en beperkt uit te breiden tot circa 1.350 m² wvo. De winkelformule wil hiermee inspelen op de behoefte van de consument aan meer luxe, service en comfort. Discountformule Aldi is voornemens een vestiging van ongeveer 1.417 m² bvo (1.000 m² wvo) te realiseren, vanwege de goede bereikbaarheid van de planlocatie en het feit dat er op dit moment een discountformule ontbreekt in Teteringen. Deze supermarkten vullen elkaar aan, waarmee in Teteringen een compleet en toekomstbestendig winkelhart voor dagelijkse boodschappen wordt gerealiseerd. Het restant van het nieuwe winkelcentrum zal worden ingevuld met kleinere winkels, horeca en dienstverlening.

Omdat de herontwikkeling van de Scheperij niet past binnen de bouw- en gebruiksmogelijkheden van het geldende bestemmingsplan en er dus een herziening van het bestemmingplan nodig is, is het noodzakelijk om conform het Besluit ruimtelijke ordening (artikel 3.1.6.) een toets uit te voeren op 'de ladder voor duurzame verstedelijking'. Hiervoor dient de behoefte naar en de ruimtelijk economische effecten van een toename van het aanbod supermarkten te worden onderzocht en dient gemotiveerd te worden of de beoogde ontwikkeling plaatsvindt binnen het bestaand stedelijk gebied. De initiatiefnemer heeft CroonenBuro5 gevraagd deze onderbouwing te verzorgen.

Ladder voor duurzame verstedelijking

Op 1 oktober 2012 is in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (verder: 'de Ladder') als motiveringseis opgenomen. Doel van de Ladder is het bereiken van een goede ruimtelijke ordening via optimale benutting van de ruimte in stedelijke gebieden. Het Rijk wil met de introductie van de Ladder vraaggerichte programmering bevorderen. De Ladder beoogt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten, waaronder een herziening van het bestemmingsplan.

Sinds 1 juli 2017 is de 'nieuwe' Ladder voor duurzame verstedelijking in werking getreden. De traditionele opeenvolgende treden van 'de Ladder' zijn hierbij komen te vervallen. De belangrijkste wijzigingen van de voorgaande regeling betreffen:

- De begrippen 'actuele' en 'regionale' zijn geschrapt.
- De nieuwe Ladder bevat geen treden meer. De treden 1 en 2 zijn samengevoegd en trede 3 is geschrapt.
- Voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied geldt een uitgebreide motiveringsplicht.
- Er is een nieuw artikellid toegevoegd voor de Laddertoets bij uitwerkings- en wijzigingsplannen. De Laddertoets kan dan worden doorgeschoven naar het moment van vaststelling van het wijzigings- of uitwerkingsplan.
- De huidige definities worden niet gewijzigd. De uitgezette lijn in de jurisprudentie blijft hiermee in stand.

Deze wijziging heeft als doel de regeling te vereenvoudigen, waarbij de effectiviteit van het instrument behouden moet blijven. Een onderzoek naar de behoefte heeft slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening. Concreet betekent dit dat met betrekking tot de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of economische gevolgen van die vestiging ruimtelijke effecten (bijv. leegstand) relevant zijn. Artikel 3.1.6. lid 2 van het Bro luidt als volgt:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Dat betekent: eerst bepalen of een nieuwe ontwikkeling een nieuwe stedelijke ontwikkeling betreft, vervolgens kijken of er vraag is naar een bepaalde nieuwe ontwikkeling, daarna analyseren of het bestaande stedelijk gebied of bestaande bebouwing kan worden hergebruikt en tot slot afwegen of de ontwikkeling negatieve ruimtelijke gevolgen tot gevolg kan hebben.

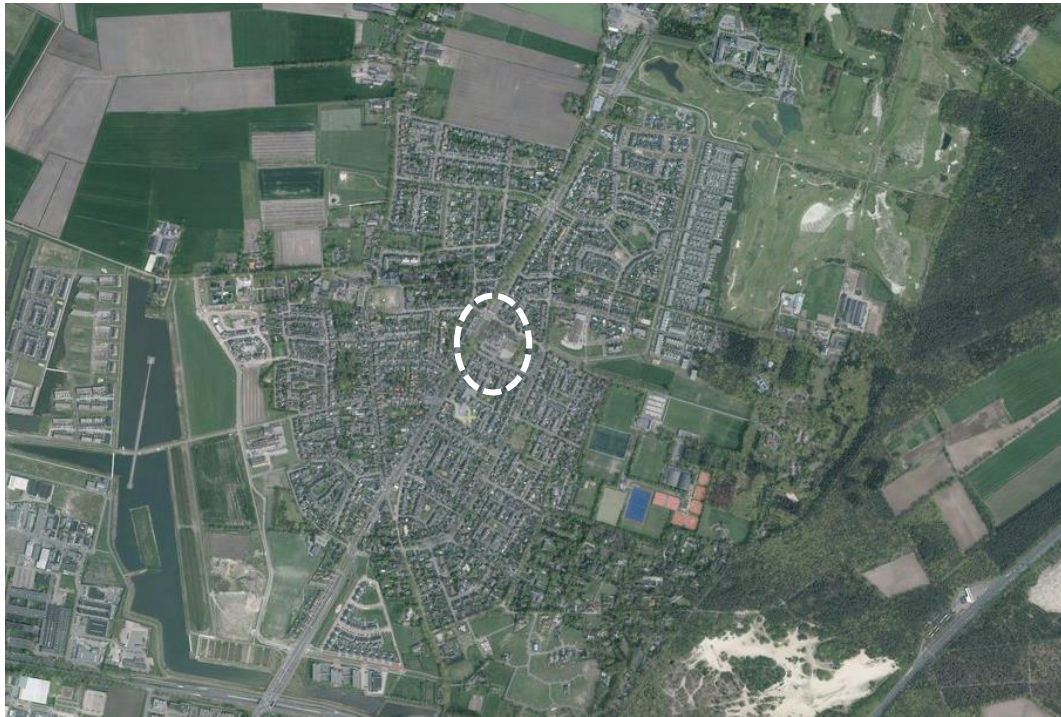
1.2 Onderzoeksvraag

De hoofdvragen van dit onderzoek zijn:

1. Wat is de marktruimte voor supermarkten in het verzorgingsgebied van Teteringen?
2. Wat is het effect van de uitbreiding van het aanbod supermarkten ter plaatse van de Scheperij in Teteringen voor het functioneren van het overige dagelijks winkelaanbod in het verzorgingsgebied?

1.3 Locatie

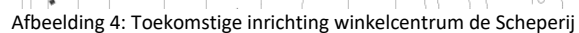
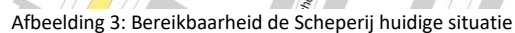
De ontwikkeling betreft een herontwikkeling en revitalisering van winkelcentrum de Scheperij in het centrum van Teteringen. De Scheperij is het dorpswinkelcentrum van Teteringen. Het winkelcentrum is gelegen aan de belangrijkste ontsluitingsweg van het dorp, de Oosterhoutseweg. De Oosterhoutseweg is de as waarlangs Teteringen wordt verbonden met Breda in het zuiden in Oosterhout in het noorden.



Afbeelding 2: Globale ligging plangebied

Het winkelcentrum bestaat in de huidige situatie hoofdzakelijk uit 'slechts' één Jumbo-supermarkt. Voor aanvullende dagelijkse boodschappen is in Teteringen nagenoeg geen aanbod. Bovendien dateert de bestaande bebouwing van omstreeks 1980. De consument heeft tegenwoordig behoefte aan schaalvergroting zodat verbreding en verdieping van het assortiment plaats kan vinden en er voldoende service kan worden geboden. Deze omstandigheden hebben gezamenlijk tot gevolg dat er vanwege de snelle groei van Teteringen er noodzaak is tot de herontwikkeling van de locatie van de Scheperij. De gemeente Breda heeft hierover reeds in 2009 een voorkeursbesluit over genomen.

Met de ontwikkeling wordt niet alleen het winkelaanbod vergroot, maar ook de bereikbaarheid van het winkelcentrum verbeterd. De Scheperij is in de huidige situatie namelijk niet eenvoudig bereikbaar vanaf de Oosterhoutseweg, omdat er uitsluitend een toegang is via de Hameldonk. Dit leidt tot veel bestemmingsverkeer door de wijk. In de toekomstige situatie wordt de bebouwing geheroriënteerd waardoor een aanvullende ontsluiting gerealiseerd vanaf de Donkerstraat, zodat de bereikbaarheid van het winkelcentrum wordt verbeterd.



1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt nader ingegaan op relevant beleid en ontwikkelingen. Hoofdstuk 3 betreft een beschrijving van de detailhandelsstructuur in Teteringen. In hoofdstuk 4 wordt een beschrijving gegeven van het onderzoekskader, in hoofdstuk 5 wordt de marktruimte voor supermarkten geanalyseerd en in hoofdstuk 6 wordt nader ingegaan op de ruimtelijk-economische effecten van de beoogde ontwikkeling. In hoofdstuk 7 volgt vervolgens een conclusie waarin de onderzoeksvragen worden beantwoord. Tot slot wordt in hoofdstuk 8 een onderbouwing van de ladder voor duurzame verstedelijking opgesteld die tevens wordt ingepast in de toelichting van het nieuwe bestemmingsplan.

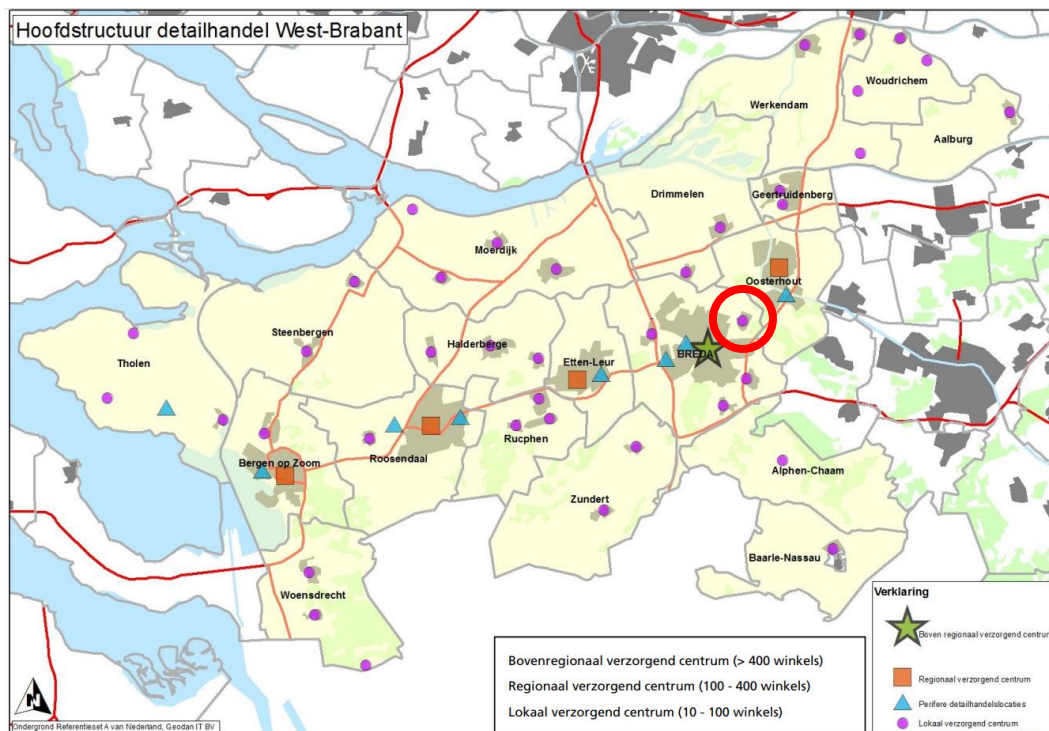
2 Beleid en ontwikkelingen

De herontwikkeling van de Scheperij in Teteringen dient aan te sluiten op het relevante beleid. Daarnaast is het van belang om de ontwikkeling te toetsen aan relevante trends en ontwikkelingen. Hoofdstuk 2 gaat nader in op deze factoren.

2.1 Detailhandelsbeleid

Afsprakenkader Detailhandelsontwikkelingen West-Brabant

Op 13 december is in Regionaal Ruimtelijk Overleg het regionale 'Afsprakenkader Detailhandelsontwikkelingen West-Brabant' vastgesteld. Dit afsprakenkader betreft een actualisatie van de eerder vastgestelde 'Visie op de detailhandelsstructuur 2009-2020' en de 'Regionale uitvoeringsagenda detailhandel West-Brabant' en bevat een stappenplan voor nieuwe initiatieven waarbij het winkelvloeroppervlak toeneemt.



Kaart Hoofdstructuren detailhandel West-Brabant, rood omlijnd Teteringen

In de basis heeft de regio West-Brabant een sterke as van op korte afstand van elkaar gelegen, grotere detailhandelsconcentraties. De consumenten in de regio beschikken daardoor op relatief korte afstand over veel keuzemogelijkheden. Een nadeel van deze sterke as met veel detailhandelsconcentraties is de onderlinge concurrentie tussen de winkelgebieden. Er is sprake van relatief veel doublures in het aanbod en de winkelgebieden zijn daardoor maar beperkt onderscheidend. In het te voeren beleid wordt daarom onderscheid gemaakt in verschillende type winkelgebieden.

Generiek beleid voor alle type winkelgebieden is toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking bij alle type ontwikkelingen met bovenlokale effecten. Regionale afstemming is

daarbij essentieel. De onderbouwing van een nieuw initiatief/plan moet gebaseerd zijn op een gedegen en gedragen (sub)regionale behoefte. Aard en omvang van het initiatief/plan bepaalt de (afbakening van de) marktregio die in dit verband moet worden meegenomen. De onderbouwing van een initiatief / plan wordt dan ook veel meer maatwerk.

Uitgangspunten:

Op hoofdlijnen gelden de volgende uitgangspunten bij detailhandels initiatieven:

- In een evenwichtige en duurzame voorzieningsstructuur vullen de verschillende winkelgebieden elkaar aan en heeft iedereen z'n eigen functie binnen de structuur. Ze dienen dus eigen kenmerken en kwaliteiten te hebben.
- Winkels dragen in z'n algemeenheid in positieve zin bij aan de leefbaarheid van kernen en woonbuurten. Met name supermarkten spelen hierbij een centrale rol. Per winkelgebied of dorpskern dient een op maat gesneden afweging te worden gemaakt.
- Vanwege demografische en branchegerelateerde ontwikkelingen dreigt winkelaanbod in bepaalde winkelgebieden te verdwijnen. De regio wil een bijdrage leveren aan het voorkomen van dergelijke ontwikkelingen en het bestrijden van de negatieve consequenties door het aandragen van mogelijke oplossingen.
- Om ongewenste ontwikkelingen voor het bestaande aanbod te voorkomen, zullen de samenwerkende gemeenten nieuwe detailhandelsinitiatieven met een bovengemeentelijke impact toetsen op de (per saldo) toegevoegde waarde voor de regionale detailhandelsstructuur. Dit geldt ook voor bestaande plannen waar nog een bestemmingsplanwijziging voor nodig is.
- Bij concentratie c.q. clustering van winkels ontstaat een meerwaarde voor de betreffende bedrijven en de consumenten. Clustering draagt daardoor bij aan een beter functioneren van winkelgebieden en een zorgvuldig ruimtegebruik. Nieuwe ontwikkelingen zouden daarom zoveel mogelijk plaats moeten vinden binnen de door de regiogemeenten aangewezen winkelcentra en bestaande locaties van perifere detailhandel.
- Bij realisatie van detailhandelsinitiatieven op een geschikte locatie kan er soms sprake zijn van een aanzienlijke uitbreiding van de verkoopruimte, terwijl de ontwikkeling van de vraag geleidelijk verloopt. Om (ongewenste) negatieve effecten op de bestaande detailhandelsstructuur te voorkomen is afstemming tussen vraag en aanbod ontwikkeling nodig.
- In het licht van de gesignaleerde ontwikkelingen zijn er kansrijke en kansarme (delen van) winkelgebieden aan te wijzen. Inzetten op behoud of versterking van de kansrijke (delen van) winkelgebieden betekent in feite een herstructurering van de bestaande detailhandelsstructuur. Gemeentes moeten dit proces gezamenlijk met stakeholders en andere externe partijen aanvlagen.

Toetsingscriteria

Op basis van de omvang en samenstelling van het plan/initiatief wordt bepaald welk toetsingskader van toepassing is. Voor sommige typen producten en winkels legt de consument immers een grotere afstand af en is het effect (reikwijdte/marktregio) van de ontwikkeling dus groter. Indien een plan kleiner is dan 2.500 m² wordt het getypeerd als een lokale ontwikkeling.

Voor grotere ontwikkelingen wordt indicatief de volgende indeling toegepast:

Koopkrachtbinding/ Omvang	70%	50 – 70%	< 50%
< 2.500 m ²	lokaal	lokaal / subregionaal	(sub)regionaal
> 2.500 m ²	lokaal / (sub)regionaal	(sub)regionaal	(boven)regionaal

De omvang van de relevante (markt)regio, ofwel het schaalniveau van het plan, speelt een grote rol bij de benodigde onderbouwing van het plan in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Niet iedere ontwikkeling heeft immers dezelfde reikwijdte en impact. Als vuistregel geldt:

- plannen met een lokale betekenis: voor (gemeenten met) plannen met een beperkte omvang en/of lokale reikwijdte is het in de eerste plaats een gemeentelijke verantwoordelijkheid om hierover keuzes te maken. De (voorzienbaarheid van deze) keuzes kunnen een plek krijgen in lokale detailhandelsvisies. Meerdere gemeenten in West-Brabant hebben reeds dergelijke visies en zijn hiermee reeds aan de slag in het kader van hun nieuwe detailhandelsbeleid. Gemeenten moeten zich er wel van bewust zijn dat overaanbod aan plannen, ook op lokale schaal, goede (nieuwe) plannen elders in de gemeente of subregio in de weg kan staan.
- (sub)regionale en (boven)regionale plannen: voor (gemeenten met) plannen met een (sub)regionale impact vindt afstemming met gemeenten op het relevante schaalniveau plaats. Dit zal per plan specifiek moeten worden bepaald. Dit schaalniveau kan zijn de gemeente met direct omliggende gemeenten, maar bijvoorbeeld ook op het niveau van de eigen subregio of zelfs de gehele regio West-Brabant.

De bovengenoemde ambities en uitgangspunten zijn vertaald in de volgende afspraken, conform de Regionale uitvoeringsagenda:

1. Deprogrammeren bestaande plannen en harde plancapaciteit, zodat vraag en aanbod kwalitatief en kwantitatief beter met elkaar in balans is.
2. Creëren van voorzienbaarheid.
3. Verplichte Ladder-toets bij nieuwe plannen / initiatieven.
4. Actieve leegstands aanpak.
5. Versterken vitale kernen

Relevantie

De Scheperij is een winkelcentrum met een kernverzorgende functie. Met de herontwikkeling van winkelcentrum de Scheperij neemt het winkelaanbod toe. De bestaande supermarkt wordt met circa 170 m² uitgebreid en als aanvulling op het dagelijkse winkelaanbod wordt een discountsupermarkt van ca. 1.000 m² wvo toegevoegd. Daarnaast worden lokaal verzorgende commerciële ruimtes voor dienstverlening, horeca en detailhandel toegevoegd. Deze herontwikkeling is noodzakelijk om het ondermaatse winkelaanbod in Teteringen weer op het juiste niveau te brengen, zeker met oog op de bevolkingsgroei van de komende jaren. De ontwikkeling voldoet aan relevante regionale beleidsspeerpunten zoals clustering van functies en het versterken van de leefbaarheid in vitale kernen.

De toetsingscriteria zoals distributieve ruimte, alsmede de ruimtelijk-economische effecten worden in voorliggende rapportage nader onderzocht en toegelicht. Op basis van deze rapportage

kan worden vastgesteld dat de herontwikkeling van de Scheperij overeenkomstig is met het regionale beleid.

Aan de beleidsmatige voorwaarden wordt namelijk voldaan. Er vindt clustering plaats van winkelfuncties ter plaatse van een bestaand kernverzorgend winkelcentrum. Het bestaande winkelcentrum de Scheperij voldoet echter niet meer aan de wensen van de consument. Met de beoogde revitalisering wordt de Scheperij van een noodzakelijke kwaliteitsimpuls voorzien. De ontwikkeling is dus noodzakelijk voor het waarborgen van een toekomstbestendig winkelcentrum in Teteringen. Tot slot, de beoogde herontwikkeling vergroot tevens de keuzemogelijkheden van de lokale consument voor dagelijkse artikelen met de toevoeging van een discountformule.

Structuurvisie Breda 2030

Op 26 september 2013 is de 'Structuurvisie Breda 2030: keuzes maken in een dynamische tijd' vastgesteld. De structuurvisie bevat het beleid op het gebied van economie, mobiliteit, cultuur, sociale aspecten, wonen, groen, duurzaamheid en water en koppelt dit aan een ruimtelijke uitwerking. Naast de gewenste ruimtelijke ontwikkeling van de stad biedt de visie een afwegingskader voor de stedelijke programmering. De visie heeft daarmee het karakter van een kompas voor ontwikkelingen en is opgebouwd uit een ruimtelijke visie, een beleidsvisie en een uitvoeringsperspectief.

Relevantie

De groei van Teteringen is in de structuurvisie bestempeld als een van de ontwikkelingen die gefaciliteerd moet worden. Inhoudelijk wordt dit in de structuurvisie niet verder toegelicht. In de structuurvisie wordt wel nader ingegaan op de doelstellingen met betrekking tot detailhandel. Voor de buurt-, wijk-, en dorpscentra is het beleid gericht op het behouden en versterken van de bestaande winkelstructuur. De toekomstige detailhandelsontwikkelingen in Breda richten zich in beginsel op:

- Versterken van de lokale verzorgingsfunctie en de regionale en bovenregionale aantrekkingskracht van de Bredase retail;
- Streven naar een duurzame aanbodstructuur; levensvatbare, elkaar aanvullende retailgebieden. Door aan te sluiten op het diverse koopgedrag van de consument kunnen winkelgebieden zich profileren en een eigen identiteit uitdragen;
- Versterken van het ondernemersklimaat en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.

De herontwikkeling van de Scheperij met een uitbreiding van het (dagelijkse) winkelaanbod is noodzakelijk vanwege de sterke groei van het aantal inwoners in Teteringen en betekent bovendien een versterking van de lokale verzorgingsfunctie door een verruiming en verdieping van het aanbod dagelijkse voorzieningen. De ontwikkeling past hiermee binnen de kaders van de Structuurvisie Breda 2030.

Ontwikkel- en realisatiestrategie Teteringen

In 2013 is de Realisatiestrategie Teteringen 2014-2021 vastgesteld. Doel van deze strategie is om een optimale afzetbaarheid in de markt te waarborgen van de gemeentelijke gronden in Teteringen. De strategie beperkt zich tot de ontwikkelingen die vanuit gemeentelijke grondposities tot 2023 zijn voorzien op het gebied van woningbouw en voorzieningen.

Relevantie

De herontwikkeling van winkelcentrum de Scheperij is expliciet benoemd als project met hoge prioriteit. Vanwege de continue woninggroei van Teteringen is er dringende behoefte aan uitbreiding en 'upgrading' van het winkelhart. Tot 2023 is de uitgifte van 853 bouwtitels voorzien. Om het dorp Teteringen voldoende te laten functioneren wordt gericht gestuurd op het verbeteren van de kwaliteit van het aanbod dagelijkse voorzieningen. Versterking van het woon- en leefklimaat wordt bereikt met de realisatie van twee supermarkten. Voor de locatie Scheperij is uitbreiding van het winkelaanbod in combinatie met woningbouw, omdat dit de levendigheid in het gebied ten goede komt.

2.2 Trends en ontwikkelingen

2.2.1 Levensmiddelen branche

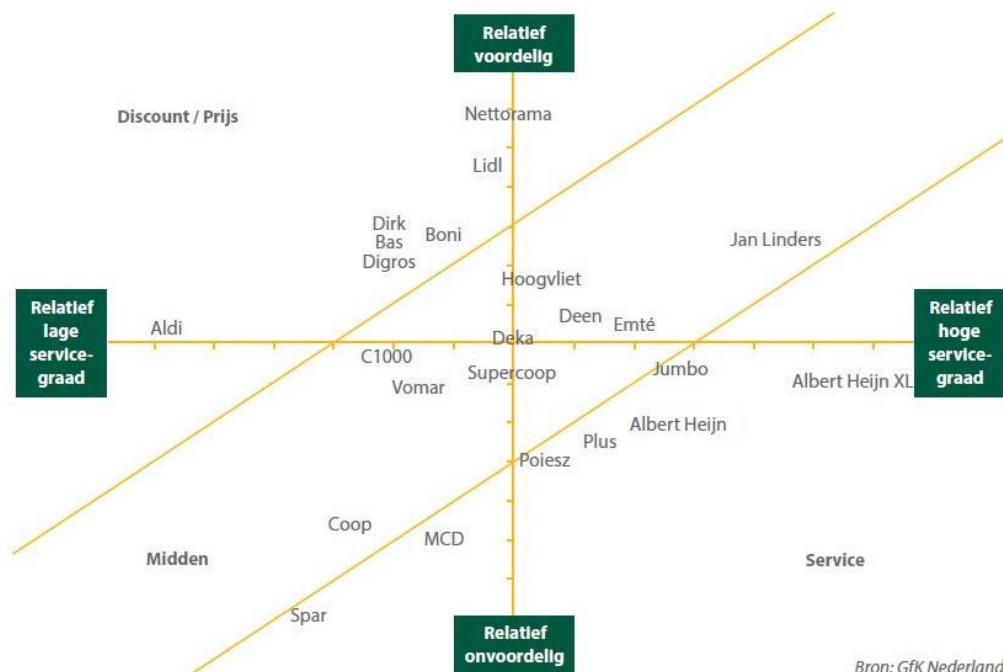
- De levensmiddelensector is weinig conjunctuurgevoelig en profiteert daardoor maar beperkt van de toenemende consumentenbestedingen (Rabobank, 2017). Toch wisten supermarkten de verkoopvolumes in 2016 met 0,6% te verhogen, terwijl de omzet met 1,8% steeg (ABN AMRO, 2017). De komende jaren wordt dan ook groei verwacht van ongeveer 2,2% per jaar.
- De grenzen tussen foodretail en foodservice vervagen en door veranderingen in het gedrag van de consument ontstaan nichemarkten. Ook de impact van de hybride consument wordt duidelijk zichtbaar. De hybride consument kan verleid worden door de nadruk te leggen op gemak, genieten, gezond, goed verhaal en goedkoop (Rabobank, 2017).
- Retailers kunnen niet de hele markt bedienen en moeten kiezen of ze zich focussen op schaalgrootte en efficiency of op full-service met focus op service en personeel als onderscheidende factor (ING, 2017). Enkel voor grote spelers is het mogelijk om zowel de bovenkant als de onderkant van de markt te bedienen.
- De verkoop via internet neemt sterk toe (ING, 2017). De traditionele keten is gewijzigd naar het aanbieden van producten middels meerdere kanalen (combinatie van clicks & bricks). Hierbij kan ook gedacht worden aan online bestellingen die in de winkel bij pick-up points opgehaald kunnen worden.
- Er is meer behoefte aan gemak (ABN AMRO, 2017). Partijen zoals Picnic en HelloFresh spelen hier op in. In reactie hierop openen gevestigde supermarkten meer kleine stadswinkels (tot 400 m² winkelvloeroppervlak) met flexibelere openingstijden. Ook groeit het aantal grotere supermarkten (vanaf 1.000 m²) met flexibelere openingstijden, pick-up points, en eet- en zitgelegenheid. Het aantal middelgrote supermarkten met een winkelvloeroppervlakte van 400 m² tot 1.000 m² zal afnemen.
- Aanbieders van non-foodartikelen nemen foodartikelen op in het assortiment (Rabobank, 2017).
- Klantloyaliteit en merkbeleving nemen af (Rabobank, 2017).
- Er is meer aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (ING, 2017) en verduurzaming (Rabobank, 2017).

2.2.2 Kansen en bedreigingen

- Supermarkten kunnen inspelen op de behoefte van consumenten aan verse, voorverpakte, producten, snacks en convenienceproducten waarbij gemak in combinatie met een goede kwaliteit van het product en een scherpe pricing centraal staat (Rabobank, 2017).
- Door recente voedselschandalen is het vertrouwen van de consument in de foodketen geschaad (Rabobank, 2017). Dit leidt tot toenemende wet- en regelgeving en consumenten die meer transparantie vragen en die sneller voor biologische producten of keurmerken kiezen.
- Supermarkten kunnen inspelen op de trend van de koppeling van food met lifestyle en gezondheid (Rabobank, 2017).

2.3 Marktpositionering

Verschillende sociale en maatschappelijke trends en ontwikkelingen hebben het gedrag van de supermarktconsument in Nederland de laatste jaren sterk veranderd. Zo neemt de mobiliteit van consumenten toe bij het doen van dagelijkse boodschappen blijkens het toenemende autogebruik en groeit het aandeel online winkelen. Dit heeft tot gevolg dat bestedingen van consumenten meer verspreid plaatsvinden. Deze ontwikkeling dwingt supermarktketens er toe zich meer van elkaar te onderscheiden. Dit onderscheidende vermogen uit zich met name in servicegraad en prijs (zie afbeelding 6).



Afbeelding 6: typering supermarktketens in Nederland naar prijs en service

In de beoordeling van de behoefte en effecten van nieuwe supermarktonwikkelingen dient de marktpositie te worden meegenomen. In ruimtelijk-economisch onderzoek wordt doorgaans de volgende onderverdeling aangehouden.

1. **Mega-supermarkten:** grootschalige supermarkten met een buitengewoon uitgebreid assortiment zoals AH-XL en Jumbo Foodmarkt. Consument doet hier voornamelijk de weekendaankopen.
2. **Full-service supermarkten:** supermarkten voor gebruikelijke dagelijkse boodschappen met een ruim assortiment en groot aanbod verse producten. De bekendste ketens binnen dit segment zijn Albert Heijn, Jumbo, Plus, Emté en C1000.
3. **Service-discounters:** supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen, met als kenmerk lage prijzen en beperkte service en een kleiner assortiment dan de full-service supermarkten. Voorbeelden zijn Lidl en Nettorama. Met name LIDL profileert zich steeds meer met verse en luxe producten.
4. **Harddiscount supermarkten:** supermarkten met een aantoonbaar beperkter assortiment, die zich uitsluitend onderscheiden met een zeer lage prijs gericht op aanvullende aankopen. Aldi is in Nederland de enige uitgesproken harddiscount.
5. **Buurtsupermarkten:** kleinschalige supermarkten die profiteren van nabijheid. Exploitanten betreffen zowel zelfstandigen en ketens zoals bijvoorbeeld de Spar. Het assortiment is breder dan een speciaalzaak, maar niet compleet. In veel gevallen doen consumenten hier vergeten boodschappen of aankopen van versproducten.

Deze onderscheidingsdrang van supermarktketens beïnvloedt vervolgens weer het bezoekmotief en winkelgedrag van de consument. Hierdoor zijn verschillende bezoekmotieven voor supermarkten te onderscheiden:

- de primair bezochte supermarkt (waar men het grootste deel van de dagelijkse boodschappen doet);
- de secundair bezochte supermarkt (waar men vrijwel elke week aanvullend koopt, bijvoorbeeld versartikelen en/of discountaankopen);
- de tertiair bezochte supermarkten (waar men minimaal één keer per maand komt, bijvoorbeeld voor specifieke aanbiedingen en/of bulkaankopen).

Bij het bepalen van het verzorgingsgebied en de behoefte moet dus ook rekening worden gehouden met het verspreide uitgavenpatroon van supermarktconsumenten en de behoefte aan verschillende type supermarkten om in de volledige dagelijkse behoefte te kunnen voorzien. Binnen een optimale structuur van het voorzieningenaanbod voor dagelijkse boodschappen in een bepaalde regio is zowel een full-service supermarkt als een discount formule binnen aanvaardbare afstand bereikbaar.

Tabel 1: Marktaandeel Jumbo en Aldi per type winkelbezoek

Type winkelbezoek	Marktaandeel Jumbo per type winkelbezoek (rangschikking ketens)	Marktaandeel Aldi per type winkelbezoek (rangschikking ketens)
Primair	17,4% (2)	4,7% (6)
Secundair	13,2% (3)	9,3% (4)
Tertiair	8,1% (4)	8,4% (3)

Bron: Deloitte Consumentenonderzoek 2017

In het Consumentenonderzoek 2017 is door Deloitte onderzoek gedaan naar de bezoekmotieven van de verschillende supermarktketens. Dit onderzoek bevestigt het beeld dat de Jumbo

overwegend als primaire supermarkt wordt bezocht en Aldi als aanvullende supermarkt. Een clustering van deze winkels betekent dus dat op één locatie wordt voorzien in de primaire en aanvullende behoefte van de consument.

Conclusie marktpositionering

De ontwikkeling maakt concreet de uitbreiding van een Jumbo en de toevoeging van een Aldi supermarkt mogelijk. De Jumbo betreft een full-service supermarkt vergelijkbaar met Albert Heijn. Aldi heeft zich binnen het aanbod heel bewust gepositioneerd als enige harddiscount supermarktketen waar de consument voornamelijk aanvullende boodschappen doet. Het betreffen hiermee dus supermarktformules die elkaar aanvullen.

3 Vertrekpunten

3.1 Verzorgingsstructuur

Teteringen

In Teteringen is het bestaande aanbod in de sector levensmiddelen beperkt. In het dorp is één full-service supermarkt aanwezig (de Jumbo) en daarnaast zijn er 3 verschillende kleinschalige speciaalzaken gevestigd. Winkelcentrum de Scheperij huisvest in de huidige situatie de twee ketenwinkels Jumbo en Mitra en vormt daarmee het winkelhart van het dorp. De twee lokale speciaalzaken zijn verspreid gelegen in de bebouwde kom.

Tabel 2: Bestaand winkelaanbod levensmiddelenbranche Teteringen

Naam	Winkeltype	Locatie	M ² WVO
Jumbo	Supermarkt	De Scheperij	1.183
Mitra	Slijter	De Scheperij	65
De Jong	Bakker	Bebouwde kom	120
De Loods	Groente en fruit	Bebouwde kom	40

Bron: Locatus (peildatum 14-05-2018)

De Scheperij is een verouderd winkelcentrum. De bebouwing dateert van omstreeks 1980 en is aan vervanging toe. De locatie is in potentie uitstekend bereikbaar vanaf de Oosterhoutseweg. Echter is de toegang van het winkelcentrum zodanig gesitueerd dat het autoverkeer door de wijk moet om de parkeerplaats te bereiken. Daarnaast vindt het laden en lossen van goederen plaats in de open lucht, terwijl moderne supermarkten in woongebieden laden en lossen zoveel mogelijk inpandig oplossen zodat overlast naar omwonenden zoveel mogelijk wordt beperkt. Herontwikkeling van de locatie is dus niet alleen noodzakelijk vanuit het oogpunt van het winkelaanbod, maar ook vanwege functionele en ruimtelijke gebreken.



Afbeelding 7: Huidige situatie de Scheperij

Omgeving

Vanwege de goede verbinding met Oosterhout, Breda-Noord en Breda-Oost via de Oosterhoutseweg is het noodzakelijke winkelaanbod voor dagelijkse goederen voor de inwoners van Teteringen nog enigszins binnen acceptabele afstand bereikbaar. Door het beperkte winkelaanbod in Teteringen maken de inwoners van het dorp in de huidige situatie naar

verwachting daarom gebruik van het aanbod in de omgeving. Het gaat hierbij specifiek om Breda-Noord¹, Breda-Oost² en Oosterhout (stad).

Tabel 3: Bestaand winkelaanbod levensmiddelenbranche

Woonplaats	Inwoners (1-1-2018)	Wvo supermarkt	Wvo speciaalzaken	Wvo levensmiddelen totaal	Coëfficiënt Inwoners/wvo totaal
Teteringen	7.715	1.189	225	1.408	5,5
Breda-Noord	25.546	10.198	1.200	11.398	2,2
Breda-Oost	24.129	4.934	1.790	6.724	3,6
Oosterhout	49.720	12.749	2.670	15.419	1,6
Totaal	107.110	29.064	5.885	34.949	3,1

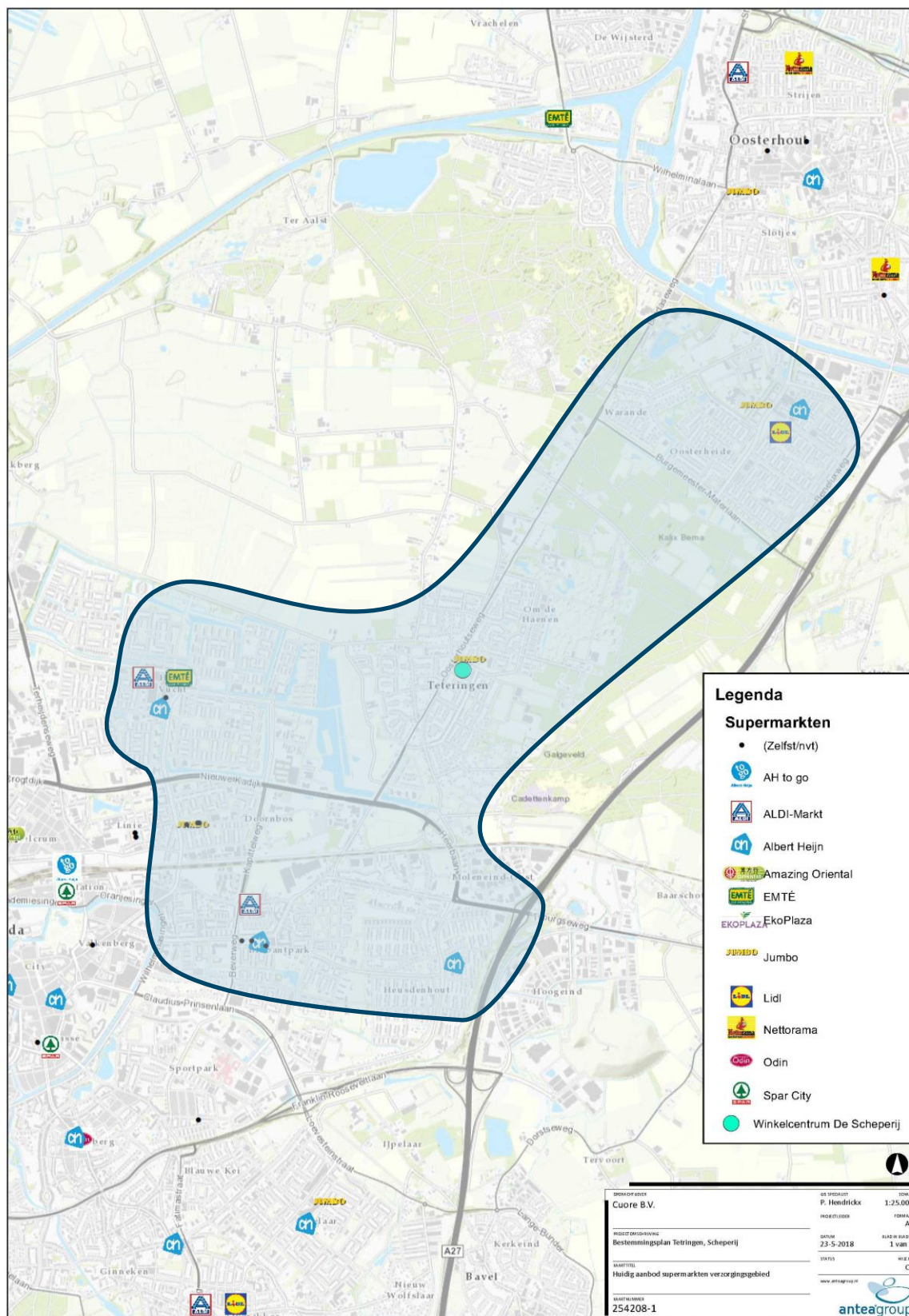
Bron: Locatus (peildatum 14-05-2018)

In de bovenstaande tabel 3 is het aanwezige aanbod binnen de relevante regio uitgesplitst in supermarkten en speciaalzaken. Tevens is een coëfficiënt toegevoegd waarmee de verhouding tussen het aantal inwoners en het aanwezige winkelaanbod in perspectief kan worden geplaatst. Hoe hoger het coëfficiënt, des te beperkter is het kwantitatieve aanbod winkelvloeroppervlak voor inwoners binnen het gebied. Uit tabel 4 blijkt dat er in de regio ca. 35.000 m² wvo aanbod in de levensmiddelenbranche is gevestigd. Het aanbod supermarkten binnen deze regio concentreert zich nadrukkelijk in Breda-Noord en Oosterhout. In met name Teteringen is de dichtheid van winkels in de levensmiddelenbranche beperkt. De winkelstructuur voor dagelijkse boodschappen heeft in de hierboven genoemde gebieden een duidelijke herkenbare opzet. In iedere wijk of stadsdeel is een eigen wijk- of buurwinkelcentrum aanwezig met meerdere supermarkten en daarnaast aanvullende speciaalzaken in de levensmiddelensector, andere winkels in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector en dienstverlenende bedrijven. Bovendien is in deze winkelcentra sprake van een gebalanceerd aanbod van supermarkten die verschillen in prijssegment en servicegraad. In dat opzicht ontbreekt in Teteringen nog een supermarkt in het voordelige prijssegment.

Afstand is doorgaans voor consumenten de belangrijkste factor bij dagelijkse boodschappen. Voor inwoners uit Teteringen is het dichtstbijzijnde alternatieve en aanvullende winkelaanbod te vinden in winkelcentrum Zuiderhout in Oosterhout en Hoge Vucht in Breda-Noord. Winkelcentrum Zuiderhout is gelegen op ongeveer 4 km van Teteringen en Hoge Vucht op 3,5 km. Daarnaast zijn de winkelgebieden in de wijk Brabantpark, Doornbos-Linie en Heusdenhout binnen een afstand van 4 km gelegen. Voor de volledigheid worden deze ook meegenomen. In dit onderzoek dient ook rekening te worden gehouden met het feit deze supermarkten in de omgeving van Teteringen overwegend zijn gesitueerd in gebieden met een clustering van zowel verschillende type dagelijkse winkels als niet-dagelijks winkelaanbod.

¹ Wijken Belcrum, Biesdonk, Doornbos-Linie, Geeren-Noord, Geeren-Zuid, Krogten, Wisselaar en Waterdonken.

² Wijken Brabantpark, Heusdenhout, Zandberg en Sportpark.



Afbeelding 8: Kaart met bestaande supermarktstructuur omgeving Teteringen

Binnen deze hoofdstructuur in de omgeving van Teteringen is de volgende verdeling qua marktposities aanwezig:

Tabel 4: Bestaand winkelaanbod levensmiddelenbranche

Type supermarkt	Aantal vestigingen
Mega Supermarkten	0
Full-Service	8
Service-discount	1
Harddiscount	2
Buurtsupermarkt	7

Bron: Locatus (peildatum 14-05-2018)

Uit tabel 4 blijkt dat binnen de bestaande verzorgingsstructuur overwegend full-service supermarkten zijn gevestigd. Deze supermarkten zijn verspreid gelegen, waardoor er een hoge dekkingsgraad is voor winkels voor de overwegend primaire boodschappen. Het aanbod harddiscount en service discount voor aanvullende boodschappen is daarentegen beperkt. Het aanbod buurtsupermarkten bestaat hoofdzakelijk uit mini-supermarkten met een omvang van ca. 100 m² vwo voor specifieke aanvullende boodschappen zoals (buitenlandse) producten. Hierna wordt ingegaan op het profiel van de belangrijkste winkelgebieden in de omgeving van Teteringen.

Winkelcentrum Zuiderhout, Oosterhout

Het wijkwinkelcentrum Zuiderhout heeft met name een verzorgende functie voor het zuidelijke deel van Oosterhout. Daarnaast wordt ook de markt in Teteringen bediend. Het winkelcentrum kenmerkt zich door het aanbod dagelijkse winkelvoorzieningen. In de huidige situatie zijn de volgende supermarkten hier gevestigd:

- Albert Heijn, 1.189 m² vwo;
- Jumbo, 1.011 m² vwo;
- Lidl, 992 m² vwo.



Afbeelding 9: Winkelcentrum Zuiderhout

Winkelcentrum Hoge Vucht, Breda-Noord

Winkelcentrum Hoge Vucht is een overdekt winkelcentrum met een wijkverzorgende functie voor de ca. 22.000 bewoners in de omgeving. Op dit moment zijn de volgende supermarkten in het winkelcentrum gevestigd:

- Albert Heijn, 2.106 m² wvo;
- Aldi, 1.375 m² wvo;
- EMTÉ, 1.578 m² wvo.

De vestiging van Aldi is recentelijk gerenoveerd. Daarnaast zijn in het winkelcentrum diverse filialen van middelgrote ketens gevestigd in zowel dagelijkse als niet-dagelijkse winkelketens, alsmede dienstverlenende bedrijven.



Afbeelding 10: Winkelcentrum Hoge Vucht

Conclusie verzorgingsstructuur

Het winkelaanbod levensmiddelen in Teteringen is beperkt. Wat betreft supermarkten is uitsluitend één Jumbo gevestigd in het dorp. Voor aanvullende boodschappen en/of budget aankopen zijn inwoners in Teteringen noodgedwongen aangewezen op de wijk- en buurtwinkelcentra buiten het dorp. Het gaat hierbij met name om winkelcentrum Zuiderhout in Oosterhout en Hoge Vucht in Breda-Noord. Binnen deze winkelstructuur bestaat het aanbod uit een of meerdere full-service supermarkten voor de primaire boodschappen, aangevuld met een enkele supermarkt voor aanvullende boodschappen. Deze complete samenstelling van het aanbod supermarkten ontbreekt in Teteringen. Hiermee vormt het dorp een uitzondering op de overwegend fijnmazige winkelstructuur waarin supermarkten die elkaar aanvullen in elkaars nabijheid zijn gesitueerd, zodat de lokale consument een compleet aanbod in de nabijheid heeft. Met de herontwikkeling van de Scheperij wordt de bestaande full-service supermarkt verbeterd en daarnaast wordt een aanvullende harddiscountformule toegevoegd. Hiermee wordt het voorzieningenniveau op het gewenste peil gebracht.

3.2 Koopstromen en kooporiëntatie

Inwoners uit Teteringen doen in de huidige situatie hun dagelijkse boodschappen vanwege het beperkte aanbod voor een groot deel buiten het eigen dorp. Dit wordt bevestigd in het koopgedrag van de consument Door BRO is onderzoek gedaan (d.d. 16 maart 2018) naar het (ruimtelijk) koopgedrag van de consument in de gemeente Breda en omliggende regio in de rapportage 'Breda, Koopstromenonderzoek 2017-2018' (verder: het koopstromenonderzoek). Aan de hand van koopstromen kan het ruimtelijk gedrag van consumenten in kaart worden gebracht en gekwantificeerd voor een specifieke branche. Koopstromen worden uitgesplitst in koopkrachtbinding, koopkrachtafvloeiing en koopkrachttoevloeiing.

De **koopkrachtbinding** betreft het percentage van de inwoners dat daadwerkelijk zijn inkopen doet binnen de eigen woonplaats. **Koopkrachtafvloeiing** geeft het percentage weer van de bestedingen dat inwoners buiten de eigen woonplaats doen en **koopkrachttoevloeiing** geeft het percentage van de omzet weer afkomstig van consumenten buiten de eigen woonplaats.

Op basis van het koopstromenonderzoek kan worden geconcludeerd dat voor de dagelijkse branche de koopkrachtbinding in de gemeente Breda hoog is, 96%. Tevens kan hieruit worden afgeleid dat de consument in de gemeente Breda is nog niet georiënteerd is op het bestellen van dagelijkse boodschappen via internet. De fysieke supermarkt floreert nog altijd. De koopkrachttoevloeiing naar Breda in de dagelijkse sector bedraagt 7%.

Tabel 5: Koopstromen gemeente Breda

Locatie	Kooporiëntatie
Gemeente Breda (koopkrachtbinding)	96%
Buiten gemeente Breda (koopkrachtafvloeiing)	4%
Internet	0%
Warenhandel en andere niet-winkels	0%
Totaal	100%

Bron: Breda, Koopstromenonderzoek 2017-2018, BRO, d.d. 16 maart 2017

In het koopstromenonderzoek wordt de koopkrachtbinding per stadsdeel, winkelgebied of dorp gerelateerd aan het totaal van de gemeente Breda. Teteringen heeft door het beperkte aanbod en het aantal inwoner - logischerwijs - een relatief beperkt aandeel in de totale koopkrachtbinding in de gemeente Breda. Voor de gehele dagelijkse sector bedraagt de koopkrachtbinding ten opzichte van het totaal 2%, specifiek voor de levensmiddelenbranche is het bindingspercentage 4%. Overigens blijkt daarnaast uit het koopstromenonderzoek dat in Teteringen het koopkrachtbindingspercentage in alle branches lager is dan de vergelijkbare dorpskernen in de gemeente Breda (Prinsenbeek, Bavel, Ulvenhout).

Specifiek voor Teteringen wijst het koopstromenonderzoek uit dat de koopkrachtbinding in Teteringen 48% bedraagt. Ter vergelijking: de koopkrachtbinding in Prinsenbeek en Ulvenhout is 75% en 72%. De koopkracht uit Teteringen vloeit naar voornamelijk af naar winkelgebieden in Breda-Noord (Hoge Vucht), Breda-Oost (Brabantpark en Heusdenhout) en Oosterhout vanwege het bredere winkelaanbod. Van de totale omzet in de dagelijkse sector in Teteringen bedraagt 17% toevloeiing van bestedingen.

Tabel 6: Koopstromen Teteringen

Koopstromen Teteringen	Aandeel bestedingspotentieel dagelijkse sector (%)
Koopkrachtbinding	48
Afvloeiing Totaal	52
<i>Verdeling per aankooplocatie</i>	
Centrum	4
Noord	20
Noord-West	0
West	1
Zuid-Oost / Zuid	0
Oost	13
Prinsenbeek	0
Bavel	0
Ulvenhout	0
Overig gemeente Breda	2
Oosterhout	12
Regiogemeenten overig	0
Overig	1

Bron: Breda, Koopstromenonderzoek 2017-2018, BRO, d.d. 16 maart 2017

3.3 Leegstand

De leegstand van winkelvastgoed is een belangrijke indicatie voor het functioneren van het detailhandelsapparaat in zijn algemeenheid. Een hoog leegstandspercentage duidt immers op een verzadigde markt of is een indicatie voor de tekortkomingen van een winkelgebied. Daarnaast dient in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijk te worden beoordeeld in hoeverre de beoogde ontwikkeling kan worden ingepast in beschikbare panden.

Het percentage leegstaande panden in de gemeente Breda is met 6,9% gelijk aan het Nederlandse gemiddelde. Qua leegstand winkelvloeroppervlak ligt het leegstandspercentage met 2,7% een fractie onder het gemiddelde in Nederland (2,9%)³. Op gemeentelijk niveau is daarmee sprake van een gezonde marktsituatie. Met de herontwikkeling van de Scheperij wordt echter vooral beoogd het aanbod dagelijkse voorzieningen in Teteringen te versterken. Op basis van gegevens van Locatus (peildatum 14-05-2018) is derhalve nader ingegaan op de beschikbare panden Teteringen.

In Teteringen staan 5 panden leeg met een gezamenlijk wvo van 774 m². In tabel 5 zijn de panden op individueel niveau geanalyseerd. De leegstand concentreert zich met name rond het Willem-Alexanderplein en bestaat daarnaast uit één solitair winkelpand gelegen in de bebouwde kom. De leegstaande panden zijn niet geschikt voor de huisvesting van een of meerdere supermarkten met een omvang vanaf 1.000 m² wvo. Het betreffen allen winkelruimtes van maximaal 200 m² wvo geschikt voor kleinschalige detailhandelsvestigingen of dienstverlenende bedrijven. Daarnaast is er een gebrek aan parkeercapaciteit en zijn de locaties vanwege logistieke redenen niet geschikt. De oplossing voor de leegstand rondom het Willem-Alexanderplein wordt op dit moment op een andere manier aangepakt. Er wordt hierbij concreet nagedacht over een gezondheidscentrum, realisatie van een ontmoetingsplein en herontwikkeling tot woningen⁴.

³ Bron: Breda.incijfers.nl

⁴ Bron: BN De Stem, 16-12-2017, 'Willem Alexanderplein in Teteringen: wat gaat er gebeuren?'

Tabel 5: Beschrijving leegstaande panden Teteringen

	Adres: Willem-Alexanderplein 1 Omvang: 150 m² wvo Korte beschrijving: • Kleinschalige winkelruimte in de plint van een appartementencomplex. • Weinig parkeerruimte. • Geen distributiemogelijkheden.
	Adres: Willem-Alexanderplein 2 Omvang: 200 m² wvo Korte beschrijving: • Weinig parkeerruimte. • Geen distributiemogelijkheden.
	Adres: Willem-Alexanderplein 3 Omvang: 117 m² wvo Korte beschrijving: • Kleinschalige winkelruimte in de plint van een appartementencomplex. • Weinig parkeerruimte. • Geen distributiemogelijkheden.

	Adres: Willem-Alexanderplein 5 Omvang: 117m² wvo Korte beschrijving: • Kleinschalige winkelruimte in de plint van een appartementencomplex. • Weinig parkeerruimte.
	Adres: Hoolstraat 22 Omvang: 190 m² wvo Korte beschrijving: • Winkelpand gelegen in de bebouwde kom; • Geschikt voor kleinschalige detailhandel; • Geen distributiemogelijkheden voor vrachtwagens.

Conclusie leegstand

De leegstand in Teteringen is beperkt en concentreert zich met name rond het Willem-Alexanderplein. De beschikbare panden zijn om uiteenlopende redenen niet geschikt voor het huisvesten van een supermarkt. De leegstand rondom het Willem-Alexanderplein wordt in een ander herontwikkelingstraject aangepakt. De planvorming hiervan is nog niet definitief. Duidelijk is wel dat een andere functie dan detailhandel aannemelijk is. Hiermee wordt de functie van de Scheperij als winkelhart van Teteringen nog nadrukkelijker uitgesproken en wordt de kans dat als gevolg van de ontwikkeling elders in Teteringen nadelige ruimtelijke effecten op omliggende (solitaire) winkels tot een minimum beperkt.

3.4 Ontwikkelingsplannen

In Teteringen spelen geen andere plannen om op andere locaties het winkelaanbod in dagelijkse voorzieningen uit te breiden. In 2009 is namelijk de Scheperij al aangewezen als wenselijke locatie voor een versterking van het winkelaanbod. Hier wordt met voorliggend initiatief invulling aangegeven.

Winkelcentrum Zuiderhout in Oosterhout zal naar verwachting haar huidige wijkverzorgende functie behouden en waar mogelijk versterken door het bieden van meer service en kwaliteit van het aanbod. Substantiële uitbreiding van het winkelcentrum is niet gewenst vanwege de positie van het centrum⁵.

De afgelopen periode is door verschillende partijen geïnvesteerd in het versterken van de kwaliteit van winkelcentrum Hoge Vucht. Er heeft een herinrichting plaatsgevonden van het centrale plein, waarmee de sfeer en uitstraling is verbeterd. Daarnaast heeft zich op deze locatie recentelijk een Action-markt gevestigd en heeft de bestaande Aldi een metamorfose ondergaan. Verruiming in kwantitatieve zin van Hoge Vucht is echter niet aan de orde. Het winkelcentrum behoudt hierdoor zijn wijkverzorgende functie.

Conclusie ontwikkelingsplannen

Er zijn geen relevante ontwikkelingsplannen in de omgeving die van invloed zijn op de herontwikkeling van de Scheperij. De wijkwinkelcentra in de omgeving investeren met name in kwaliteit, waarmee beter wordt ingespeeld op de behoefte van de consument. Het gaat hierbij dus met name om het op peil houden van kwaliteit. Er zijn geen ontwikkelingen voorzien die van invloed zijn op de marktverhoudingen.

⁵ Bron: Detailhandelsvisie Oosterhout, d.d. 14 maart 2017

4 Onderzoekskader

4.1 Definitie levensmiddelenbranche

Supermarkten behoren tot de groep dagelijks en meer specifiek tot de levensmiddelenbranche. Voor de levensmiddelenbranche wordt in dit onderzoek de definitie van 'detailhandel.info' gehanteerd. Dit betekent dat met de gebruikelijke omzetkengetallen voor de levensmiddelenbranche gerekend wordt⁶ en dat naast supermarkten, het aanbod van verschillende gespecialiseerde winkels in voedingswaren, dranken en tabak in dit onderzoek naar de marktruimte worden meegenomen.

4.2 Demografie

Bevolkingscijfers geven een goed beeld van de (toekomstige) marktvraag waarin de nieuwe ontwikkeling voorziet. Met de uitbreiding van de woningvoorraad in Teteringen, alsmede de nieuwbouw van de wijk Waterdonken in het noorden van de gemeente Breda, is de bevolkingsomvang in de omgeving van de Scheperij sterk toegenomen. Het huidige aantal inwoners in Teteringen bedraagt volgens cijfers van de gemeente Breda ongeveer 7.349 (2018) verdeeld over ongeveer 3.100 huishoudens. De bevolkingsomvang zal vanwege de groei van de woningvoorraad in de komende nog verder toenemen, zoals blijkt uit tabel 6.

Tabel 7: Bevolkingsprognose 2018-2030

	Huidig	2020	2025	2030
Teteringen*	7.715	7.860	9.067	9.233
Index	100	101,8	117,5	119,7
Breda**	183.749	187.170	192.320	196.445
Index	100	101,9	104,7	106,9

Bron: * gemeente Breda, ** Bevolkingsprognose provincie Noord-Brabant

Volgens deze prognose neemt het aantal inwoners in de gemeente Breda in de periode tot 2030 toe met ongeveer 12.700 inwoners, een groei van ca. 6,9%. Teteringen vertoont binnen dit gemeentelijk kader een exponentiële groei van de bevolking, met name in de periode tussen 2020 en 2025. Tot 2030 groeit de bevolkingsomvang in Teteringen met naar verwachting met 1.884 personen, een toename van 19,7%. Hiermee vindt naar verwachting 15% van de bevolkingsgroei van de gemeente Breda tot 2030 plaats in de kern Teteringen. Met het oog op deze demografische ontwikkelingen is het noodzakelijk dat het dagelijkse winkelaanbod wordt versterkt.

4.3 Verzorgingsgebied supermarkten Teteringen

Om de marktruimte en ruimtelijk-economische effecten in te kunnen schatten, dient allereerst het verwachte verzorgingsgebied van de supermarkten in Teteringen bepaald te worden. Hierbij dient rekening te worden gehouden met de onderstaande omstandigheden:

- Het consumentengedrag: afstand en reistijd is in beginsel het belangrijkste bezoekmotief van de consument. Daarna volgen andere belangrijke factoren zoals parkeercapaciteit, het assortiment en de prijs.

⁶ Panteia & InRetail, Omzetkengetallen 2016 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, september 2017

- Bestaande winkelstructuur en aanbod in de regio: consumenten bouwen in de loop van de tijd een voorkeur op voor supermarktketen en winkelgebied.
- De herontwikkeling van de Scheperij dient tweeledig te worden beschouwd. Feitelijk wordt de Jumbo niet toegevoegd maar behouden voor Teteringen met een beperkte uitbreiding. Het is dus met name de komst van de Aldi die in ogenschouw dient te worden genomen voor het bepalen van het verzorgingsgebied en de beoordeling van ruimtelijk-economische effecten.

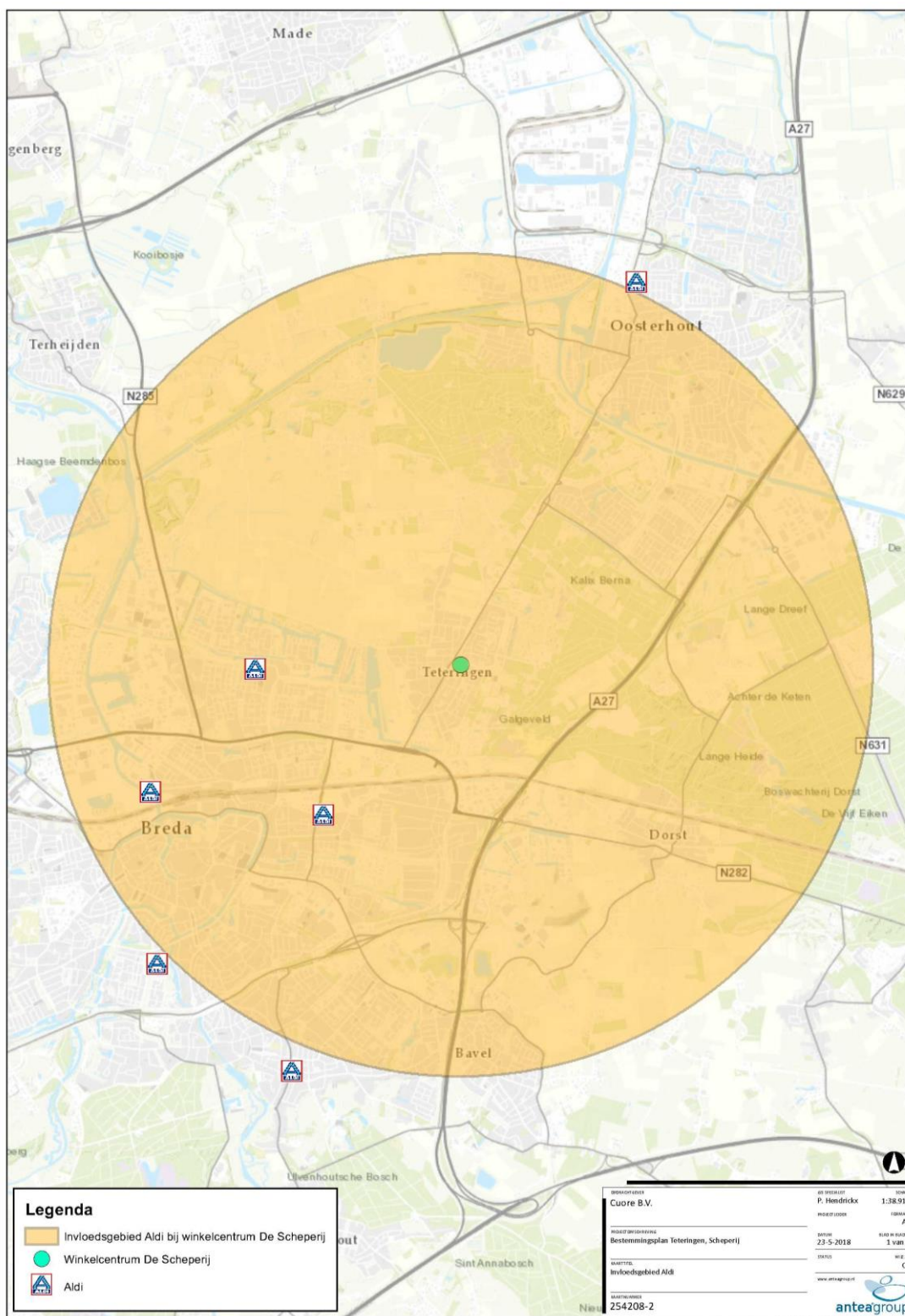
Gelet op de bestaande structuur van overwegend wijkverzorgende winkelcentra met een of meerdere full-service supermarkten en aanvullend hierop aanbod service-discount, harddiscount of buurtsupers zal het marktgebied van de Jumbo primair beperkt blijven tot Teteringen. Om dit ook voor Aldi te kunnen bepalen is nagegaan wat het marktpotentieel van een Aldi in Teteringen is. Voor het bepalen van het marktpotentieel van Aldi hanteren we als uitgangspunt dat Aldi als enige harddiscountformule van toegevoegde waarde is voor de structuur van winkels en supermarkten voor aanvullende boodschappen. Aldi wordt derhalve doelmatig bezocht waarbij de consument bereid is langere afstanden af te leggen dan voor andere supermarkten. Door middel van een tweetal uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State (201306171/1/R2 en 201604262/1/R2) is ook juridisch bekrachtigd dat er in ruimtelijk-economisch onderzoek vanuit gegaan kan worden dat Aldi een aanvullende winkelketen betreft ten opzichte van de erkende primaire supermarktketens. Hierbij is onder andere bepaald dat de inwoners van een gebied in het kader van een goede ruimtelijke ordening op aanvaardbare afstand hun dagelijkse boodschappen dienen te kunnen doen. Dit houdt in dat om in de behoefte van de consument aan een discountformule te voorzien bovenal de ruimtelijke spreiding relevant is. Anderzijds betekent dit dus ook dat het verzorgingsgebied van het ene Aldi-filiaal wordt begrensd door de nabijheid van een ander Aldi-filiaal. Door Rho adviseurs is in een klantherkomstonderzoek vastgesteld dat de reikwijdte van het verzorgingsgebied van een Aldi gemiddeld 4,9 kilometer is⁷.

Op afbeelding 11 (volgende pagina) is weergegeven hoe de bestaande ruimtelijke spreiding van Aldi-vestigingen zich verhoudt tot de gemiddelde reikwijdte van een Aldi gemeten vanaf winkelcentrum de Scheperij. Op basis van deze weergave kan worden geconcludeerd dat inwoners van Breda-Noord en Breda-Oost reeds een Aldi vestiging in de directe nabijheid hebben. Deze stadsdelen behoren dus naar verwachting niet tot het verzorgingsgebied van een Aldi in Teteringen. Het zuiden van Oosterhout valt eveneens binnen de reikwijdte van een Aldi in Teteringen. De behoefte aan een harddiscountformule voor deze inwoners wordt in de huidige situatie reeds bediend door het Aldi filiaal in de kern van Oosterhout aan de Patrijsslaan. Op basis van deze ruimtelijke spreiding kan worden geconcludeerd dat de Aldi ter plaatse van de Scheperij hoofdzakelijk voorziet in de lokale behoefte van Teteringen. In beperkte mate zullen consumenten uit Oosterhout-Zuid en omliggende kernen zoals Dorst de Aldi in Teteringen bezoeken.

Conclusie verzorgingsgebied

De herontwikkeling van de Scheperij betreft een uitbreiding van een bestaande full-service supermarkt en de vestiging van een harddiscount formule. De ontwikkeling is in beginsel bedoeld om het aanbod supermarkten in Teteringen beter af te stemmen op de demografische ontwikkelingen. Het verzorgingsgebied van beide de supermarkten zal vanwege de bestaande aanbodstructuren naar verwachting primair Teteringen zijn.

⁷ Rho Adviseurs voor leefruimte, klantherkomstonderzoek Aldi, 2015



Afbeelding 11: Spreiding Aldi vestigingen omgeving Teteringen, bron: Locatus (peildatum 14-05-2018)

5 Marktruimte

5.1 Uitgangspunten

Bestedingen

Voor de bestedingen in supermarkten wordt zoals gebruikelijk in ruimtelijk-economisch onderzoek een doorberekening gehanteerd van de omzetkengetallen van het onderzoek 'Omzetkengetallen 2017' van Panteia⁸. In 2017 bedroeg de winkelomzet in de sector levensmiddelen €2.299, - per hoofd van de bevolking.

De omzetkengetallen betreffen een gemiddelde en dienen daarom te worden gecorrigeerd indien het gemiddelde persoonlijke inkomen⁹ binnen het verzorgingsgebied afwijkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Op basis van inkomenscijfers van het CBS kan worden bepaald in welke mate het persoonlijke inkomen per gemeente verschilt t.o.v. het landelijke gemiddelde. Voor het bepalen van dit verschil is in dit onderzoek het landelijk gemiddelde vergeleken met het gemiddelde inkomen in gemeente Breda.

Tabel 8: Vergelijking persoonlijk inkomen

Regio	Persoonlijk inkomen per jaar (2015)	Indexcijfer
Nederland	€ 30.400,-	100,0
Breda	€ 32.100,-	105,6

bron: CBS Statline

Het gemiddeld persoonlijk inkomen in de gemeente Breda ligt 5,6% boven het landelijk gemiddelde. Voor uitgaven aan dagelijkse goederen geldt een inkomenselasticiteit van 0,25%. Het gecorrigeerde omzetkengetal voor levensmiddelen in het verzorgingsgebied bedraagt derhalve €2.331, - per persoon¹⁰. Zoals gebruikelijk in ruimtelijk-economisch onderzoek worden de bestedingen voor het toekomstig scenario gelijk gehouden.

Vloerproductiviteit

De term vloerproductiviteit geeft de netto winkelomzet weer per m² winkelvloeroppervlak. Hiermee kan per branche bepaald worden of er in theorie sprake is van een rendabele bedrijfsvoering binnen het verzorgingsgebied. Voor de levensmiddelensector is het kengetal voor de winkelomzet jaarlijks €7.902 per vierkante meter. Zoals gebruikelijk in ruimtelijk-economisch onderzoek wordt de vloerproductiviteit gelijk gehouden voor de toekomstige situatie.

Koopstromen

Op basis van het koopstromenonderzoek kan worden geconcludeerd dat door het beperkte aanbod in Teteringen de koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector 'slechts' 48% bedraagt. De toevloeiing is in dit onderzoek bepaald op 18% van de omzet.

⁸ Panteia & InRetail, Omzetkengetallen 2017 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, juni 2018

⁹ Definitie CBS voor persoonlijk inkomen: Het persoonlijk inkomen omvat het totaal van inkomen uit arbeid, inkomen uit eigen onderneming, uitkering inkomensverzekeringen en uitkering sociale voorzieningen (m.u.v. kinderbijslag en kindgebonden budget). Premies inkomensverzekeringen (m.u.v. premies voor volksverzekeringen) zijn hierop in mindering gebracht. Het gemiddelde is over de personen met inkomen.

¹⁰ Berekening correctiefactor inkomen: $(5,6\% \cdot 0,25\%) = 1,4$. Het landelijk gemiddelde dient dus met 1,4% te worden verhoogd. Correctie op bestedingen in levensmiddelen sector: $(€ 2.299 \cdot 101,4\%) = € 2.331$

5.2 Huidig functioneren markt

Op basis van de hiervoor beschreven uitgangspunten is het huidig functioneren van de levensmiddelenbranche in Teteringen bij benadering in beeld gebracht in de onderstaande tabel 9.

Tabel 9: Huidig functioneren levensmiddelenbranche Teteringen

Huidige situatie	
Inwoners verzorgingsgebied (2018)	7.715
Bestedingen per hoofd	€2.331
Bestedingspotentieel (x mln.)	€18
Koopkrachtbinding	48%
Totaal gebonden bestedingen (x mln.)	€8,6
Koopkracht toevloeiing (% van totale omzet)	18%
Koopkracht toevloeiing absoluut (x mln.)	€1,9
Totale omzet (x mln)	€10,5
Kengetal gemiddelde vloerproductiviteit per m ²	€ 7.902
Haalbaar aanbod in m ² wvo	1.332
Aanwezig aanbod in m ² wvo	1.408
Uitbreidingsruimte in m ² wvo	-76
Werkelijke omzet per m ² wvo	€7.476

Bron: Locatus (peildatum 14-05-2018)

Uit deze confrontatie tussen vraag en aanbod blijkt dat de levensmiddelenbranche in Teteringen nagenoeg volledig in evenwicht is. Het overaanbod is met 76 m² wvo zeer beperkt. Hiermee is bijvoorbeeld de uitbreiding van het wvo van de reeds gevestigde Jumbo vanwege het bieden van meer service en comfort goed inpasbaar binnen het bestaande bestedingspotentieel.

Het bestaande aanbod functioneert volgens de kengetallen met een vloerproductiviteit die ongeveer 5% onder het landelijk gemiddelde ligt. Dit is een gezonde situatie. De gemiddelde cijfers houden geen rekening met regionale of lokale omstandigheden. Ook houden ze geen rekening met de omvang van bedrijven. Het aanbod in Teteringen (in m² wvo) bestaat voor 84% uit supermarkt, met dien verstande dat dit slechts één vestiging betreft. Supermarkten functioneren door de omvang en schaalvoordelen met een lagere gemiddelde vloerproductiviteit dan de overige

subbranches binnen de levensmiddelenbranche. Naar verwachting wijkt de werkelijke verhouding in Teteringen dus af van de theoretische benadering van de marktruimte. Desalniettemin is er vanwege het zeer beperkte overaanbod sprake van een acceptabele marktsituatie.

De belangrijkste winst is met name te behalen in de koopkrachtbinding van bestedingen. Een meer gedifferentieerd aanbod supermarkten en verbetering van de bereikbaarheid zijn belangrijke factoren die hier aan bij kunnen dragen.

5.3 Benchmark

Een benchmark is een gebruikelijk instrument in ruimtelijk-economisch onderzoek om ontwikkelingen in perspectief te plaatsen door het voorzieningenaanbod tussen verschillende gebieden te vergelijken. Nabijheid is de belangrijkste keuzefactor voor de consument. Op basis van cijfers van het CBS kan worden geïnventariseerd hoeveel grote supermarkten¹¹ aanwezig zijn voor alle inwoners van wijken en buurten in Nederland. In de onderstaande benchmark is de nabijheid van dit aanbod in Teteringen vergeleken met het gemiddelde in de gemeente Breda en de qua omvang vergelijkbare dorpen binnen de gemeente: Prinsenbeek, Bavel en Ulvenhout.

Tabel 10: Aantal supermarkten binnen 1 km, 3 km en 5 km (2016)

Locatie	Binnen 1 km	Binnen 3 km	Binnen 5 km
Breda	2,1	13,1	28,5
Bavel	0,9	2,4	14,0
Ulvenhout	1,1	4,6	13,2
Prinsenbeek	1,6	3,2	12,4
Teteringen	0,6	4,0	21,1

Bron: CBS Statline

Op basis van de bovenstaande gegevens kan worden geconcludeerd dat in Teteringen de nabijheid van supermarkten binnen 1 km beduidend lager is dan de referentie plaatsen binnen de gemeente Breda. Met gemiddeld 0,6 supermarkt per inwoner is de verzorgingsstructuur in Teteringen vergelijkbaar met krimpregio's in Drenthe en Friesland, terwijl de bevolkingsprognose juist een sterke groei van de bevolking laat zien. Het aanbod dagelijkse voorzieningen in Teteringen is op lokaal schaalniveau dus onder het gemiddelde voor de gemeente Breda en vergelijkbare dorpen. Naarmate een groter gebied wordt genomen, neemt het aanbod voor inwoners van Teteringen meer toe dan voor de overige dorpen. Dit is te verklaren vanwege de verbondenheid van Teteringen met Oosterhout en Breda, twee steden met een uitgebreid voorzieningenaanbod. Omdat de consument bij voorkeur zijn boodschappen dicht bij huis doet kan worden geconcludeerd dat er behoefte is aan een uitbreiding van het aantal vestigingen in Teteringen.

Conclusie benchmark

Op basis van de benchmark kan worden geconcludeerd dat het supermarktaanbod in de nabijheid van inwoners in Teteringen beperkt is. Met de herontwikkeling van de Scheperij wordt het aanbod beter in balans gebracht.

¹¹ Definitie CBS: Winkel met meerdere soorten dagelijkse artikelen en een minimale oppervlakte van 150 m².

5.4 Toekomstig functioneren

De herontwikkeling van de Scheperij en de uitbreiding van het supermarktaanbod vindt met name plaats om de groeiende bevolking te voorzien van een passend aanbod voor de dagelijkse boodschappen. Derhalve wordt ook de toekomstige verhouding tussen vraag en aanbod geanalyseerd. Hierbij worden twee scenario's geschetst voor de markverhoudingen in 2030. De eerste betreft een behoudend scenario waarbij de bevolkingsomvang toeneemt en de overige marktomstandigheden die het bestedingspotentieel bepalen gematigd toenemen door een verbreding van het aanbod. Het tweede scenario betreft een realistisch groeiscenario waarin de versterkte kwaliteit van de Scheperij door een verbreding van het aanbod is meegenomen.

Uitgangspunten

- Het aantal inwoners in Teteringen bedraagt in 2030 naar verwachting 9.233 (prognose gemeente Breda).
- De huidige kengetallen voor gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking en gemiddelde vloerproductiviteit worden zoals gebruikelijk in ruimtelijk-economisch onderzoek gehandhaafd.
- Het aanbod wvo in de levensmiddelenbranche bedraagt na de herontwikkeling van de Scheperij 2.575 m².
- Voor het groeiscenario wordt gelet op de ligging van bestaande Aldi-vestigingen buiten Teteringen voornamelijk een hogere koopkrachtbinding verwacht. We schatten derhalve in dat de koopkrachtbinding toeneemt tot 75%. Dit is een realistische inschatting. Deze koopkrachtbinding is namelijk overeenkomstig met de benchmark uit het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 voor gemeenten tussen de 10.000 en 20.000 inwoners. Tevens komt dit bindingspercentage overeen met de koopkrachtbinding in Ulvenhout en Prinsenbeek. Deze (vergelijkbare) kernen in de gemeente Breda hebben reeds meerdere supermarkten en zijn dus een goede benchmark voor het potentieel in Teteringen.
- De Scheperij is bovenal een lokaal verzorgend winkelcentrum. Koopkrachttoevloeiing van buiten het dorp zal naar verwachting (beperkt) toenemen vanwege de gunstige ligging van het winkelcentrum en verrijking van het winkelaanbod. Met name Aldi zal in zekere mate een trekker van consumenten buiten het dorp zijn. Een toevloeiingspercentage zoals in Ulvenhout (56% van de omzet) ligt echter niet in de lijn der verwachting, mede doordat in de omliggende (winkel)gebieden reeds Aldi vestigingen zijn en Ulvenhout profiteert van de directe ligging bij de afslag van de A58 en aan de N639. Enkel uit Oosterhout-Zuid en de kern Dorst wordt in enige mate extra toevloeiing verwacht. De inschatting is dat de toevloeiing als percentage van de omzet in het realistische groeiscenario is toegenomen tot 35%.
- In het behoudende scenario wordt uitgegaan van een gematigd effect van het winkelaanbod op de Scheperij op de koopstromen. Dit houdt in dat de toename van de koopkrachtbinding en -toevloeiing voor de helft wordt meegenomen t.o.v. van het realistische groeiscenario. Dit betekent dat in dit scenario sprake is van een bindingspercentage van 62% en de toevloeiing van bestedingen bedraagt 27%.

Tabel 11: Huidig functioneren levensmiddelenbranche Teteringen

	Behoudend scenario 2030	Realistisch groeiscenario 2030
Inwoners verzorgingsgebied	9.233	9.233
Bestedingen per hoofd	€2.331	€2.331
Bestedingspotentieel (x mln.)	€21,5	€21,5
Koopkrachtbinding	62%	75%
Totaal gebonden bestedingen (x mln.)	€13,35	€16,1
Koopkracht toevloeiing (% van totale omzet)	27%	35%
Koopkracht toevloeiing absoluut (x mln.)	€4,45	€8,7
Totale omzet (x mln.)	€17,8	€24,8
Kengetal gemiddelde vloerproductiviteit per m²	€7.902	€7.902
Haalbaar aanbod in m² wvo	2.252	3.143
Aanwezig aanbod in m² wvo	2.575	2.575
Uitbreidingsruimte in m² wvo	-323	568
Werkelijke omzet per m² wvo	€6.909	€9.644

Bron: Locatus (peildatum 14-05-2018)

Conclusies toekomstig functioneren

Uit de berekening weergegeven in tabel 11 blijkt dat de toename van het winkelaanbod in Teteringen kwantitatief te verantwoorden is. Naar verwachting ontstaat er in 2030 een gezonde markt vanwege een toename van de bevolking in combinatie een toename van de koopkrachtbinding door het verbrede supermarktaanbod. Naar verwachting zorgt de aantrekkingskracht van het verbrede aanbod ter plaatse van de Scheperij voor marktruimte die benut kan worden door kleinschalige ondernemers. In het behoudende scenario ontstaat er een beperkt overaanbod. Hoewel dit niet aannemelijk is, is dit alsnog te verantwoorden doordat de Aldi in kwalitatief opzicht een toevoeging is op de bestaande winkelstructuur. Bovendien is door Rho adviseurs vastgesteld dat Aldi met een omzet per m² wvo die 71% van het landelijk gemiddelde

voor supermarkten bedraagt rendabel functioneert¹². Naar verwachting kunnen zowel Aldi als Jumbo daarmee ook ingeval van gelijkblijvende koopstromen rendabel functioneren.

5.5 Kwalitatieve aspecten

De hiervoor beschreven kwantitatieve benadering van de behoefte aan levensmiddelenzaken betreffen conclusies gebaseerd op kengetallen, gemiddeldes en aannames. De benadering is daarom indicatief. Om de behoefte te onderbouwen zijn de kwalitatieve aspecten die de ontwikkeling met zich meebrengt derhalve net zo belangrijk. De kwalitatieve aspecten waar met de herontwikkeling van Scheperij wordt voorzien betreffen:

- Verbeteren kwaliteit en service van de bestaande full-service supermarkt;
- Harddiscountformule als aanvulling op de primaire boodschappen in de directe nabijheid voor de inwoners van Teteringen;
- Winkelcentrum met omvang en voorzieningen die past bij de bevolkingsgroei van Teteringen;
- Verbetering bereikbaarheid van het winkelcentrum door inrit nabij de Oosterhoutseweg. Hiermee wordt de verkeershinder op omliggende woningen beperkt;
- In de toekomstige situatie vindt laden en lossen van vrachtwagens in pandig plaats en gescheiden van bezoekers van het winkelcentrum. Dit betekent een verbetering van de verkeersveiligheid en geluidsoverlast op omwonenden;
- De ontwikkeling heeft geen leegstand elders in het dorp tot gevolg;
- Het betreft een herontwikkelingslocatie, wat betekent dat het principe van duurzaam ruimtegebruik wordt toepast.

¹² Specifieke omzet per winkelmeter voor Aldi, Rho Adviseurs, augustus 2016

6 Analyse effecten

In de voorgaande hoofdstukken is het ontwikkelingsplan beschreven, de bestaande winkelstructuur in kaart gebracht, het verzorgingsgebied vastgesteld en tot slot geconcludeerd dat de herontwikkeling van de Scheperij door de toevoeging van een aanvullende Aldi-formule voorziet in zowel een kwantitatieve als kwalitatieve behoefte. In het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking dient daarnaast inzichtelijk te zijn in hoeverre de ontwikkeling ruimtelijk-economische effecten tot gevolg heeft. Dit hoofdstuk weidt zich daarover uit. De algehele conclusie is dat er geen ruimtelijk-economische effecten worden verwacht die van significantie invloed zijn op het ondernemersklimaat van omliggende winkels of een ontwrichtend effect hebben op de detailhandelsstructuur.

6.1 Mogelijke effecten ondernemersklimaat

Op basis van de voorgaande kwantitatieve en kwalitatieve onderbouwing worden geen significante nadelige effecten verwacht op het ondernemersklimaat in de omgeving. In Teteringen is reeds een full-service supermarkt aanwezig voor het merendeel van de primaire dagelijkse boodschappen, immers is afstand de belangrijkste factor bij de winkelkeuze van de consument. Voor het overige is het aanbod in de levensmiddelenbranche in Teteringen zeer beperkt en is uitbreiding van het winkelaanbod juist noodzakelijk met het oog op de lokale bevolkingsgroei. De herontwikkeling en uitbreiding van het aanbod supermarkten is bovenal een positieve ontwikkeling voor ondernemers in verscheidene branches. De aanwezigheid van supermarkten is van groot belang voor het in stand houden van overig winkelaanbod door combinatiebezoeken en het winkelhart als ontmoetingslocatie. Hierbij speelt ruimtelijke kwaliteit, stedenbouwkundige inpassing en zichtbaarheid een grote rol¹³.

Voor de resterende aanvullende boodschappen worden op dit moment door de inwoners van Teteringen verspreid inkopen gedaan in wijkwinkelcentra in Breda-Noord, Breda-Oost en Oosterhout. Met name de winkelcentra Hoge Vucht en Zuiderhout zijn binnen een aanvaardbare reistijd bereikbaar. Het is niet ondenkbaar dat supermarkten die hier gevestigd zijn in enige mate omzetsdalingen zullen ervaren vanwege een daling van de toevloeiing uit Teteringen.

Voor consumenten in Oosterhout-Zuid is reeds een Aldi bereikbaar op vergelijkbare afstand van de toekomstige Aldi in Teteringen. Aangezien de Aldi overwegend doelmatig wordt bezocht als aanvulling op de primaire dagelijkse boodschappen heeft de ontwikkeling van Scheperij voor winkelcentrum Zuiderhout naar verwachting geen ingrijpende gevolgen. Consumenten rondom winkelcentrum Zuiderhout zijn reeds in de gelegenheid de aanvullende boodschappen bij Aldi te doen buiten winkelcentrum Zuiderhout. De leegstand ter plaatse van winkelcentrum Zuiderhout is bovendien beperkt tot één winkelpand (Locatus, peildatum 14 mei 2018). Dit is een belangrijke indicatie dat winkelcentrum Zuiderhout goed functioneert. Er zal dus naar verwachting geen toename van de leegstand plaatsvinden als gevolg van de herontwikkeling van Scheperij.

In Breda-Noord en Breda-Oost zijn reeds 3 vestigingen van Aldi gesitueerd in elkaars nabijheid. Recentelijk is de vestiging bij winkelcentrum Hoge Vucht nog van een kwaliteitsimpuls voorzien. Dit toont aan dat deze Aldi-filialen rendabel kunnen functioneren met een verzorgingsgebied van overwegend de eigen wijk of stadsdeel en motiveert tevens de beslissing om ook in Teteringen een vestiging te openen om de spreiding te optimaliseren. Bovendien is door de Afdeling juridisch bekrachtigd dat er in ruimtelijk-economisch onderzoek vanuit gegaan kan worden dat Aldi een aanvullende winkelketen betreft ten opzichte van de erkende primaire supermarktketens. Dit

¹³ Bron: DTNP, Supermarkt cruciale publiekstrekker in centrumgebieden (2016)

houdt in dat Aldi dus geen dragende speler is in de voorzieningenstructuur van winkelcentra. Mocht onverhoopt een Aldi in Breda-Noord of Breda-Oost moeten sluiten dan heeft dit naar verwachting geen gevolgen voor de omliggende supermarkten en speciaalzaken. De mogelijkheden voor herbestemming zijn op deze A-locaties in een stad als Breda bovendien omvangrijk.

6.2 Richtlijn voor ontwricting

Door de Afdeling is bepaald¹⁴ dat in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking uitsluitend relevant is of er sprake is van 'duurzame ontwricting van het voorzieningenniveau'. Dit begrip is de door de Afdeling nader gedefinieerd. Van duurzame ontwricting is naar het oordeel van de Afdeling uitsluitend sprake indien inwoners van een bepaald gebied niet binnen een aanvaardbare afstand van hun woning kunnen voorzien in hun eerste levensbehoeften. Uit de aangehaalde uitspraak vloeit ook voort dat de Wet ruimtelijke ordening er niet toe strekt bedrijven tegen de vestiging van concurrerende bedrijven in hun verzorgingsgebied te beschermen. Concurrentieverhoudingen vormen bij een planologische belangenafweging geen in aanmerking te nemen belang. Dit betekent dat eventuele omzetsdalingen bij omliggende zaken geen gegrond bezwaar is om de nieuwvestiging van een winkel tegen te houden, ook al heeft dit mogelijk leegstand tot gevolg.

In dit onderzoek is op basis van aantoonbare factoren zoals het bestaande aanbod en de spreiding en fijnmazige structuur van buurt- en wijkwinkelcentra vastgesteld dat het verzorgingsgebied van de voorzieningen ter plaatse van de Scheperij zich beperken tot primair Teteringen. De omgeving Breda-Oosterhout is sterk verstedelijkt, waardoor de dekkingsgraad met verschillende supermarkten en speciaalzaken in de levensmiddelenbranche groot is. Mocht er tegen alle verwachtingen in toch sprake zijn van het sluiten van een of meerdere supermarkten na herontwikkeling van de Scheperij, dan is er alsnog ruim voldoende aanbod binnen aanvaardbare afstand aanwezig. Anderzijds staat de dagelijkse winkelstructuur in Teteringen onder druk door de teruglopende kwaliteit van de Scheperij en een kwaliteitsverbetering bij concurrerende winkelcentra. Herontwikkeling is dus ook noodzakelijk om het voorzieningenniveau in Teteringen op peil te houden.

¹⁴ uitspraak van 18 september 2013, ECLI:NL:RVS:2013:1192

7 Conclusie

Cuore Ontwikkeling B.V. is voornemens het winkelcentrum de Scheperij in Teteringen te herontwikkelen. Met de herontwikkeling wordt een nieuw modern winkelcentrum van ongeveer 4.000 m² bvo gerealiseerd. De invulling van het winkelcentrum bestaat hoofdzakelijk uit twee supermarkten: de Jumbo en Aldi. De vestiging van de Jumbo wordt in de nieuwe situatie beperkt uitgebreid van 1.183 m² tot circa 1.350 m² wvo, zodat met name de servicegraad wordt verbeterd. Discountformule Aldi is voornemens een vestiging van ongeveer 1.417 m² bvo (1.000 m² wvo) te realiseren, vanwege de goede bereikbaarheid van de planlocatie en het feit dat er op dit moment een discount formule ontbreekt in Teteringen. Het restant van het nieuwe winkelcentrum zal worden ingevuld met kleinere winkels, horeca en dienstverlening.

Om deze ontwikkeling mogelijk te maken dient een nieuw bestemmingsplan te worden opgesteld. Het herontwikkelingsplan dient daarbij te worden getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Om de ladder te onderbouwen is inzicht gewenst in de behoefte waarin de ontwikkeling voorziet en wat de mogelijke gevolgen zijn voor de bestaande winkelstructuur. De hoofdvragen van dit onderzoek luidde derhalve als volgt:

1. Wat is de marktruimte voor supermarkten in het verzorgingsgebied van de Teteringen?
2. Wat is het effect van de uitbreiding van het aanbod supermarkten ter plaatse van de Scheperij in Teteringen voor het functioneren van het overige dagelijks winkelaanbod in het verzorgingsgebied?

Behoefte en marktruimte

In zijn algemeenheid is geconcludeerd dat het aanbod voor dagelijkse boodschappen in Teteringen zeer beperkt is, waardoor de inwoners met name voor de aanvullende boodschappen langere afstanden moeten afleggen om te voorzien in de dagelijkse behoefte. De Jumbo en Aldi voorzien primair in de behoefte van de inwoners van Teteringen. De uitbreiding van de Jumbo vindt hoofdzakelijk plaats vanwege het bieden van meer service, een nadrukkelijke behoefte van de consument. Een significant markteffect wordt niet verwacht. Daarnaast wordt ook overlast voor omwonenden aangepakt door het realiseren van een inpandige expeditiestraat. Met de groei van de bevolking neemt ook het draagvlak voor een tweede supermarkt toe. In de toekomstige situatie ontstaat hiermee naar verwachting een gezond marktevenwicht voor de levensmiddelenbranche in Teteringen. Wanneer in ogenschouw wordt genomen dat Aldi een significant lagere vloerproductiviteit nodig heeft voor een rendabele bedrijfsvoering kan worden geconcludeerd de uitbreiding van het aanbod supermarkten die gepaard gaat met de herontwikkeling van de Scheperij kwantitatief verantwoord is.

In kwalitatief opzicht vullen de fullservice supermarkt Jumbo en harddiscountformule Aldi elkaar aan. Hiermee krijgen inwoners van Teteringen in de directe nabijheid een compleet aanbod voor de primaire en aanvullende boodschappen tot hun beschikking.

Effecten op bestaande winkelstructuur

Het aantal speciaalzaken in Teteringen is zeer beperkt. Bovendien wordt feitelijk alleen een harddiscountformule toegevoegd. Deze formules concurreren niet met het gespecialiseerde aanbod van een speciaalzaak. De ontwikkeling heeft daarmee geen nadelige effecten op de bestaande winkelstructuur in Teteringen. Door de herontwikkeling van de Scheperij worden louter positieve effecten op de bestaande winkels verwacht door een kwaliteitsimpuls van het lokale winkelaanbod met een volwaardig supermarkt aanbod.

De structuur in de relevante buurt- en wijkwinkelcentra in Breda-Noord, Breda-Oost en Oosterhout is fijnmazig met een gedifferentieerd aanbod in type supermarkten. De afname van bestedingen uit Teteringen in deze winkelgebieden zal naar verwachting niet leiden tot leegstand, laat staan ontwrichting van de bestaande structuur. Dit wordt voornamelijk veroorzaakt doordat het verzorgingsgebied van de Aldi in Teteringen ruimtelijk wordt begrensd door de bestaande filialen. Consumenten in het relevante verzorgingsgebied hebben reeds een Aldi binnen aanvaardbare afstand, waardoor de Aldi in Teteringen geen noemenswaardige effecten zal hebben op deze winkelgebieden. Met de vestiging van een Aldi in Teteringen wordt de spreiding van dit type supermarkt geoptimaliseerd.

8 Ladder voor duurzame verstedelijking

8.1 Algemeen

Op 1 oktober 2012 is in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (verder: 'de Ladder') als motiveringseis opgenomen. Doel van de Ladder is het bereiken van een goede ruimtelijke ordening via optimale benutting van de ruimte in stedelijke gebieden. Het Rijk wil met de introductie van de Ladder vraaggerichte programmering bevorderen. De Ladder beoogt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten, waaronder een herziening van het bestemmingsplan.

Sinds 1 juli 2017 is de 'nieuwe' Ladder voor duurzame verstedelijking in werking getreden. De traditionele opeenvolgende treden van 'de Ladder' zijn hierbij komen te vervallen. De belangrijkste wijzigingen van de voorgaande regeling betreffen:

- De begrippen 'actuele' en 'regionale' zijn geschrapt.
- De nieuwe Ladder bevat geen treden meer. De treden 1 en 2 zijn samengevoegd en trede 3 is geschrapt.
- Voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied geldt een uitgebreide motiveringsplicht.
- Er is een nieuw artikellid toegevoegd voor de Laddertoets bij uitwerkings- en wijzigingsplannen. De Laddertoets kan dan worden doorgeschoven naar het moment van vaststelling van het wijzigings- of uitwerkingsplan.
- De huidige definities worden niet gewijzigd. De uitgezette lijn in de jurisprudentie blijft hiermee in stand.

Deze wijziging heeft als doel de regeling te vereenvoudigen, waarbij de effectiviteit van het instrument behouden moet blijven. Een onderzoek naar de behoefte heeft slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening. Concreet betekent dit dat met betrekking tot de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of economische gevolgen van die vestiging ruimtelijke effecten (bijv. leegstand) relevant zijn. Artikel 3.1.6. lid 2 van het Bro luidt als volgt:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Dat betekent: eerst bepalen of een nieuwe ontwikkeling een nieuwe stedelijke ontwikkeling betreft, vervolgens kijken of er vraag is naar een bepaalde nieuwe ontwikkeling, daarna analyseren of het bestaande stedelijk gebied of bestaande bebouwing kan worden hergebruikt en tot slot afwegen of de ontwikkeling negatieve ruimtelijke gevolgen tot gevolg kan hebben.

Relevantie

In het Bro is geen ondergrens voor de minimale omvang van een nieuwe stedelijke ontwikkeling vastgelegd. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Het gaat hierbij zowel om fysiek ruimtebeslag als de wijziging of toevoeging van functies. Ingeval van globale bestemmingen, zoals de bestemming

'Centrum' bij onderhavig bestemmingsplan, moet de laddertoets formeel gaan over de maximale planologische mogelijkheden. Ten opzichte van de vigerende planologische mogelijkheden vergroot voorliggend bestemmingsplan de mogelijkheden voor het aantal en de omvang van supermarkten. Derhalve dienen deze twee onderdelen van het ontwikkelingsplan te worden getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Hieronder wordt ten eerste ingegaan op de behoefte aan beide ontwikkelingen.

8.2 Toetsing

Behoefte

In Teteringen is het bestaande aanbod in de sector levensmiddelen beperkt. In het dorp is één full-service supermarkt aanwezig (de Jumbo) en daarnaast zijn er 3 verschillende kleinschalige speciaalzaken gevestigd. Door het beperkte winkelaanbod in Teteringen maken de inwoners van het dorp in de huidige situatie noodgedwongen gebruik van het aanbod in de omgeving in Breda-Noord, Breda-Oost en Oosterhout. Door recente en toekomstige groei van het aantal inwoners is er daarom behoefte in Teteringen een volwaardig dorpswinkelcentrum te ontwikkelen.

Met de herontwikkeling van winkelcentrum de Scheperij neemt het winkelvloeroppervlak van de bestaande Jumbo supermarkt toe van 1.183 m² tot ongeveer 1.350 m². Vanwege het beperkte aanbod dagelijkse voorzieningen in Teteringen is er direct marktruimte voor de uitbreiding van de Jumbo. De uitbreiding is ook noodzakelijk om te voldoen aan de vraag van de consument voor meer luxe, service en comfort. Daarnaast wordt een Aldi supermarkt toegevoegd van ca. 1.000 m² wvo. Aldi is een uitgesproken harddiscount supermarkt en neemt daarom binnen de branche een unieke positie als supermarkt voor aanvullende boodschappen. Het marktgebied van beide supermarkten is primair Teteringen. In de omgeving is namelijk een fijnmazige structuur van wijk- en buurtwinkelcentra die bestaan uit een of meerdere supermarkten voor primaire boodschappen en aanvullend hierop enkele supermarkten voor de aanvullende boodschappen. Er is voor de consument die buiten Teteringen woont daardoor geen aanleiding om de dagelijkse boodschappen bij de Scheperij te doen. Dit wordt versterkt door het feit dat afstand voor de consument het belangrijkste motief is een supermarkt te bezoeken.

Door een groei van de bevolking en versterking van het voorzieningenaanbod door herontwikkeling van de Scheperij ontstaat voldoende draagkracht voor twee supermarkten in het dorp. Dit geldt zeker wanneer in ogenschouw wordt genomen dat het supermarkten zijn die elkaar qua prijssegment en assortiment aanvullen. Daarnaast is de beoogde herontwikkeling van de Scheperij om uiteenlopende kwalitatieve argumenten een even positieve als noodzakelijke ontwikkeling:

- Verbeteren kwaliteit en service van de bestaande full-service supermarkt;
- Harddiscountformule als aanvulling op de primaire boodschappen in de directe nabijheid voor de inwoners van Teteringen;
- Winkelcentrum met omvang en voorzieningen die past bij de bevolkingsgroei van Teteringen;
- Verbetering bereikbaarheid van het winkelcentrum door inrit nabij de Oosterhoutseweg. Hiermee wordt de verkeershinder op omliggende woningen beperkt;
- In de toekomstige situatie vindt laden en lossen van vrachtwagens in pandig plaats en gescheiden van bezoekers van het winkelcentrum. Dit betekent een verbetering van

- de verkeersveiligheid en geluidsoverlast op omwonenden;
- De ontwikkeling heeft geen leegstand elders in het dorp tot gevolg;
- Het betreft een herontwikkelingslocatie, wat betekent dat het principe van duurzaam ruimtegebruik wordt toepast.

Op basis hiervan kan worden geconcludeerd dat er kwantitatieve en kwalitatieve behoefte is aan de uitbreiding van het supermarktaanbod ter plaatse van de Scheperij.

Ontwikkeling op een andere locatie, zoals bijvoorbeeld het Willem-Alexanderplein, is niet mogelijk. De leegstaande panden zijn niet geschikt voor de huisvesting van een of meerdere supermarkten met een omvang vanaf 1.000 m² wvo. Het betreffen allen winkelruimtes van maximaal 200 m² wvo geschikt voor kleinschalige detailhandelsvestigingen of dienstverlenende bedrijven. Daarnaast is er een gebrek aan parkeercapaciteit en zijn de locaties vanwege logistieke redenen niet geschikt als locatie voor een winkelcentrum van deze omvang.

Bestaand stedelijk gebied

In lid twee van artikel 3.1.6. van het Besluit ruimtelijke ordening dient te worden gemotiveerd of de beoogde ontwikkeling plaatsvindt binnen het bestaand stedelijk gebied. In het kader van duurzaam ruimtegebruik wordt de behoefte waarin de ruimtelijke ontwikkeling voorziet bij voorkeur opgevangen in het bestaand stedelijk gebied. Dit kan door op lege plekken de ruimte 'in te vullen', een andere bestemming te geven aan een gebied, door herstructurering van bestaande terreinen of door transformatie van bestaande gebouwen of gebieden.

De definitie van het 'bestaand stedelijk gebied' is vastgelegd in artikel 1.1.1, lid 1 van het Bro en luidt als volgt: *bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur*".

De beoordeling of een locatie is gelegen binnen het bestaand stedelijk gebied hangt af de omstandigheden van het geval: enerzijds wordt gekeken naar de specifieke ligging, de feitelijke situatie en de aard van de omgeving. Anderzijds is ook het vigerend planologisch-regime van belang.

Voorliggend bestemmingsplan maakt de herontwikkeling van een bestaand winkelcentrum mogelijk in het centrum van Teteringen. Op basis van het vigerend bestemmingsplan 'Teteringen' is c.q. kan het plangebied voor een groot gedeelte reeds worden bebouwd, de overige gronden in het plangebied zijn reeds in gebruik als infrastructuur of parkeergelegenheid. Derhalve kan worden geconcludeerd dat de ontwikkeling plaatsvindt binnen het bestaand stedelijk gebied zoals bedoeld in het Bro.

Conclusie

Voorliggend bestemmingsplan voorziet in een behoefte en vindt plaats binnen het bestaand stedelijk gebied. De ontwikkeling is daarmee in overeenkomstig artikel 3.1.6. lid 2 van het Bro.