

Ruimtelijk-functionele effectenanalyse Lidl Taftstraat 2, Helmond

Lidl Nederland GmbH



titel rapport
**Ruimtelijk-functionele
effectenanalyse Lidl
Taftstraat 2, Helmond**

datum
9 augustus 2021

projectnummer
P01155

opdrachtgever
Lidl Nederland GmbH

BRO
Projectleider
RvL
Projectteam
DB

bron kft
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

BRO
Ruimte | om in te leven



*“Als we anderen de ruimte niet gunnen zullen we zelf steeds
meer opgesloten raken.”*

Prof. Hans Galjaard

Inhoudsopgave

1 Inleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Planinitiatief	3
1.3 Opzet onderzoek	3
1.4 Conclusies en effecten	3
1.4.1 Passend binnen beleidskaders	3
1.4.2 Passend binnen behoefte van het ruimtelijk verzorgingsgebied	4
1.4.3 Geen onaanvaardbare effecten	5
1.5 Dienstenrichtlijn	6
 Bijlage 1: Onderbouwing behoefte supermarkt	 7
1.1 Beleidskaders	8
1.1.1 Provinciaal	8
1.1.2 Regionaal	8
1.1.3 Gemeentelijk	8
1.1.4 Relatie met het initiatief	9
1.2 Trends en ontwikkelingen	10
1.3 Analyse aanbod en vraag	11
1.3.1 Dagelijks aanbod gemeente Helmond	11
1.3.2 Consumentendraagvlak	13
1.4 Economisch functioneren	13
1.4.1 Uitgangspunten distributieve berekening	13
1.4.2 Economisch functioneren	14
1.4.3 Effectenanalyse	15
 Bijlage 2: Europese Dienstenrichtlijn	 17

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Er zijn plannen voor de uitbreiding van de Lidl-supermarkt aan de Taftstraat 2 te Helmond. In het bijbehorende bestemmingsplan wordt ingezet op een maximale variant van ca. 2.000 m² verhuurbaar bruto vloeroppervlak (bvo). De huidige vestiging omvat ca. 1.167 m² wvo en de vergrote vestiging zal ca. 1.500 m² wvo¹ omvatten: een toename van 333 m² wvo ten opzichte van de bestaande supermarkt.

De uitbreiding van de supermarkt is voorzien ter plaatse van bestaande leegstaande winkelruimte. Daarmee is geen sprake van nieuwbouw. Ook de functiewijziging van reguliere detailhandel naar supermarkt is beperkt. Om deze redenen wordt ervan uitgegaan dat het initiatief niet geldt als een nieuwe stedelijke ontwikkeling in het kader van art. 1.1.1. Bro. Het doorlopen van de Ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6.) is daarom niet verplicht. Wel is het noodzakelijk om te onderbouwen waarom het planinitiatief van Lidl niet in strijd is met een goede ruimtelijke ordening. Onderhavig rapport geeft hier invulling aan.

Per 1 juli 2017 luidt het tweede lid van art. 3.1.6. 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."

1.2 Planinitiatief

De huidige vestiging van de Lidl aan de Taftstraat 2 omvat ca. 1.167 m² wvo en de vergrote vestiging zal ca. 1.500 m² wvo omvatten: een toename van 333 m² wvo. Onderdeel van de uitbreiding is het benutten van bestaande lege (in pandige) winkelruimte. Een bijbehorend doel van de uitbreiding is daarmee ook om (in pandige) leegstand te verminderen. Als onderdeel van het initiatief wordt het parkeren met circa 70 parkeerplaatsen uitgebreid (parkeerplaats Batikstraat) tot 184 plekken in totaal. In figuur 1 is de situatietekening van het gebouw en de omgeving weergegeven.

1.3 Opzet onderzoek

Hoewel de Ladder voor duurzame verstedelijking niet verplicht is in dit geval, wordt de essentie van de Ladder wel als leidraad gebruikt in onderhavige behoefteonderbouwing. De ruimtelijk-functionele effectenanalyse is gebaseerd op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat is de vraag-, aanbod- en leegstandssituatie in de dagelijkse sector in de gemeente Helmond en voorziet het initiatief in een behoefte?
- Hoe verhoudt de beoogde ontwikkeling zich tot landelijke trends en ontwikkelingen en relevante beleidskaders?
- Wat zijn de ruimtelijk-functionele effecten van het initiatief op de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat?

Het antwoord op de vragen uit dit onderzoek wordt verkregen door middel van ruimtelijk-functioneel onderzoek, waarbij zowel de kwantitatieve als kwalitatieve behoefte aan de ontwikkeling wordt onderzocht binnen het verzorgingsgebied. Bo-

vendien worden door middel van het onderzoek de te verwachten effecten van de beoogde ontwikkeling in beeld gebracht. Hierbij wordt primair ingegaan op de ruimtelijk-functionele effecten van het initiatief op de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

In de volgende paragraaf worden de belangrijkste conclusies doorlopen. De elementen waaruit de conclusie is opgebouwd en de onderbouwingen komen aan de orde in bijlage 1.

1.4 Conclusies en effecten

1.4.1 Passend binnen beleidskaders

Het planinitiatief past binnen de gestelde beleidskaders en draagt bij aan de beleidsdoelstellingen van provincie, regio en gemeente:

- In het **provinciaal beleid** wordt genoemd dat er zorgvuldig wordt omgegaan met het bijbouwen van nieuwe winkels. Het is belangrijk om zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra. In het initiatief van de beoogde uitbreiding van Lidl aan de Taftstraat is sprake van een uitbreiding binnen bestaand stedelijk gebied. Bovendien leidt de relatief beperkte uitbreiding van de supermarkt niet tot realisatie van een bovenregionale detailhandelslocatie. Het initiatief is daarmee passend binnen het provinciaal beleid.
- Het **regionaal beleid** benoemt dat supermarkten gerealiseerd dienen te worden in of aan de rand van bestaande winkelgebieden. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen moeten passen bij het verzorgingsgebied en aantoonbaar kwaliteit toevoegen en de structuur verbeteren. De uitbreiding van Lidl zorgt voor een versterking van de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging, door

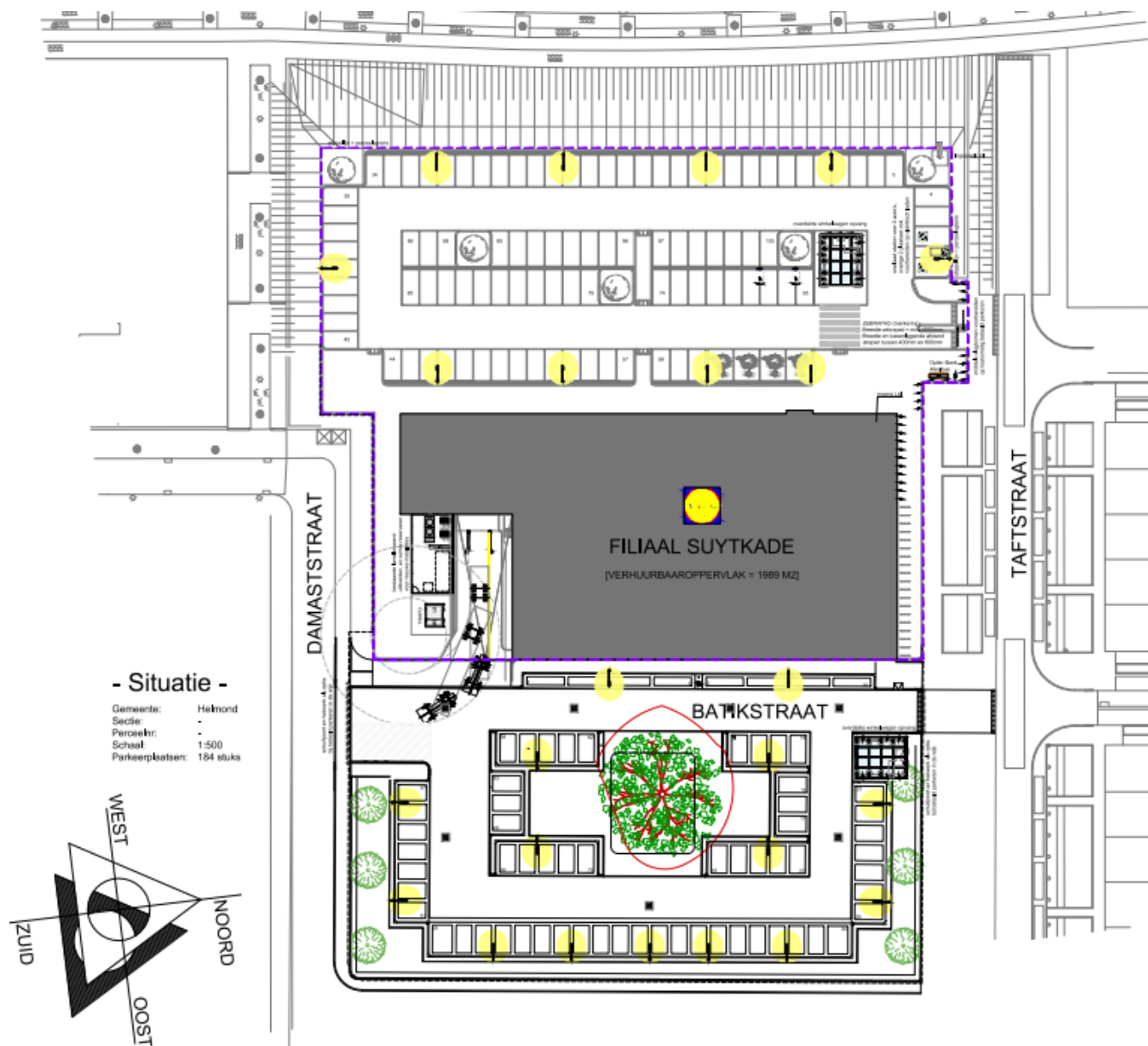
¹ Volgens de ontvangen tekeningen d.d. 17 februari 2021 (netto oppervlakte verkoopruimte + entree, volledigheidshalve naar boven afgerond). Het winkelvloeroppervlak (wvo) is de voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en omringde winkelruimte (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.)

met een beperkte uitbreiding van het winkelvloeroppervlak een meer toekomstbestendige supermarkt te realiseren aansluitend bij de behoeften van de consument (o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel).

- Uitgangspunt van het **lokaal beleid** is het handhaven van het boodschappenaanbod dicht bij de inwoners van de gemeente, zoveel mogelijk geconcentreerd in centraal in het verzorgingsgebied gelegen winkelcentra. De aanwezigheid van een moderne full-service of discount-supermarkt geldt als een minimum randvoorwaarde voor een toekomstbestendig winkelcentrum. In het detailhandelsbeleid van de gemeente Helmond wordt buurtcentrum Suytkade gekenmerkt als een perspectiefvol buurtwinkelcentrum. De ligging tegen de toekomstige centrumring aan maakt dat de supermarkt ook mensen van buiten het directe verzorgingsgebied bedient. De supermarkt heeft daarmee een belangrijke functie voor inwoners van het centrum van Helmond. De beoogde uitbreiding van Lidl geeft invulling aan de bestaande lege winkelruimte die nog niet is ingevuld met detailhandel en draagt bij aan het realiseren van een moderne en toekomstbestendige supermarkt.

1.4.2 Passend binnen behoefte van het ruimtelijk verzorgingsgebied

Voor de onderbouwing van de behoefte is vooraf het ruimtelijk verzorgingsgebied afgebakend, om zo de behoefte aan het initiatief in beeld te kunnen brengen. Als ruimtelijk verzorgingsgebied is primair de gemeente Helmond aangehouden. De discountsupermarkt aan de Taftstraat heeft een belangrijke functie voor inwoners die verder reikt dan de eigen wijk (vanwege ligging aan de centrumring).



Figuur 1: Situatietekening uitbreiding Lidl Helmond Taftstraat (Lidl Nederland GmbH, gewijzigde datum 26-07-2021)

Kwantitatieve behoefte

- Het dagelijks aanbod in Helmond is met 35.226 m² wvo iets minder ruim dan in vergelijkbare plaatsen (36.415 m² wvo). Met name het aanbod persoonlijke verzorging is in Helmond minder omvangrijk. De gemeente Helmond telt 28 supermarkten. Het supermarktaanbod is vergelijkbaar met de omvang van de branche in vergelijkbare plaatsen: 26.753 m² wvo in Helmond ten opzichte van 26.710 m² wvo in vergelijkbare plaatsen.
- Het dagelijks aanbod in Helmond functioneert onder het landelijk gemiddelde, zowel in de huidige als toekomstige situatie. Een eventuele toevoeging van aanbod in de dagelijkse sector moet daarom goed overwogen worden. Benadrukt moet worden dat de gemiddelde vloerproductiviteit van supermarkten in sommige gevallen ook goed op een lager niveau kan functioneren dan het landelijk gemiddelde, vanwege bijvoorbeeld lagere huurprijzen, kleinschaligere winkels, etc. Ook in de notitie 'Omzetketengedaten 2019' wordt aangegeven dat het landelijk gemiddelde niet per definitie de norm is voor goed functioneren.
- Door de uitbreiding van Lidl aan de Taftstraat (+ 333 m² wvo) blijft de toekomstige vloerproductiviteit in Helmond onder het landelijk gemiddelde liggen, maar stijgt deze ten opzichte van de huidige vloerproductiviteit (stijging van 2% tot 5%, afhankelijk van het scenario). Deze stijging komt met name door de groei van de bevolking in Helmond tot 2030. Een groei van de bevolking betekent een toename van het consumentendraagvlak, wat van invloed is op het bestedingspotentieel voor detailhandel. De forse groei van de bevolking rechtvaardigt een beperkte uitbreiding van het supermarktaanbod in Helmond, zoals beoogd wordt door het initiatief van Lidl aan de Taftstraat.

- Met de realisatie van de uitbreiding van Lidl neemt de totale omvang van het dagelijkse winkelaanbod in Helmond toe met 333 m² wvo oftewel een beperkte toename van 0,9%. Ook zijn er geen negatieve omzetteffekten te verwachten. Daarom is het niet de verwachting dat overig dagelijks aanbod c.q. supermarkten in Helmond dusdanig onder druk komen te staan dat zij verdwijnen. Het dagelijks aanbod functioneert in de huidige situatie immers op een lager niveau dan in het toekomstige scenario wordt verwacht. Een toename van de leegstand als gevolg van de uitbreiding van Lidl wordt niet verwacht.

Kwalitatieve behoefte

De uitbreiding van de Lidl aan de Taftstraat in Helmond voorziet in een kwalitatieve behoefte:

- De consument kiest steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare supermarkten. Er is in principe voldoende perspectief voor dagelijks aanbod in kerken en wijken van voldoende omvang. Voorwaarde is dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeermogelijkheden, etc.
- Om aan de eisen van de consument te voldoen, worden supermarkten steeds groter. Bovendien neemt de concurrentie voor supermarkten toe (branchevervaging, groei onlineaandeel). Vanwege de toenemende druk in de supermarktsector ligt de focus in veel gebieden op het verhogen van de kwaliteit van het bestaande aanbod. In veel gevallen gaat dit samen met schaalvergroting. Het initiatief van Lidl past hiermee binnen de huidige trends en ontwikkeling door via een uitbreiding van de supermarkt beter te kunnen voldoen aan de (kwalita-

tieve) behoeften van de consument (o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel).

1.4.3 Geen onaanvaardbare effecten

Het is niet de verwachting dat de uitbreiding van de Lidl aan de Taftstraat onaanvaardbare effecten heeft op het bestaande winkelaanbod, de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand.

- *Versterking detailhandelsstructuur:* uitgangspunt van het lokale detailhandelsbeleid is het handhaven van het boodschappenaanbod in de buurt van inwoners. Met de realisatie van de uitbreiding van Lidl neemt de totale omvang van het dagelijkse winkelaanbod toe met 333 m² wvo, een toename van 0,9%. Hiermee is het niet de verwachting dat overig dagelijks aanbod c.q. supermarkten in Helmond dusdanig onder druk komen te staan dat zij verdwijnen. De ligging van Lidl Taftstraat aan de centrumring van Helmond maakt dat de supermarkt ook mensen van buiten het directe verzorgingsgebied bedient. De supermarkt heeft daarmee een belangrijke functie voor inwoners van het centrum van Helmond. Met de beoogde uitbreiding van de supermarkt wordt deze positie binnen de detailhandelsstructuur van Helmond behouden en versterkt. Juist met de groei van online boodschappen doen is het belangrijk dat fysieke supermarkten de ruimte krijgen om de concurrentie met online te kunnen aangaan.
- *Versterking consumentenverzorging:* de druk in de supermarktsector neemt toe (o.a. door groei online) waardoor de focus komt te liggen op het verhogen van de kwaliteit van het bestaande aanbod. In veel gevallen betekent dit schaalvergroting. Via schaalvergroting kan beter in de behoeften van de consument worden voorzien

(o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel). De beoogde uitbreiding van de Lidl aan de Taftstraat biedt meer ruimte voor het gewenste assortiment. Dit vergroot het aanbod voor de consument en biedt hen meer keuzemogelijkheden. Bovendien sluit het initiatief aan bij de kwalitatieve behoeften van de consument aan service, gemak en comfort in een hedendaagse supermarkt van moderne omvang en met voldoende parkeercapaciteit.

- *Benutten leegstand:* de winkelleegstand in de gemeente Helmond is relatief hoog, zowel in aantal verkooppunten als in omvang. Door een bestaande (in pandige) lege winkelruimte te gebruiken draagt het initiatief van Lidl bij aan het verminderen van de winkelleegstand in Helmond. Dit is een bijbehorend doel van het beoogde initiatief. Negatieve effecten op de leegstand als gevolg van verdringen worden niet verwacht.
- *Woon-, leef- en ondernemersklimaat:* Mede op basis van het bovenstaande zijn onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat niet te verwachten. Per saldo draagt het initiatief juist positief bij aan het woon- en leefklimaat, omdat het voorzieningenaanbod ten aanzien van dagelijkse artikelen voor de inwoners van de gemeente Helmond versterkt wordt. Ook het ondernemersklimaat neemt per saldo niet af, omdat er vanwege het positieve omzetteffect niet verwacht wordt dat er zaken zullen verdwijnen als gevolg van het initiatief van Lidl.

1.5 Dienstenrichtlijn

Uit recente jurisprudentie² volgt dat detailhandelsactiviteiten gezien moeten worden als 'dienst' in het kader van de Europese Dienstenrichtlijn. Dat betekent dat eventuele beperkingen die gesteld worden aan de (nieuw)vestiging van detailhandel, zeer goed gemotiveerd moeten worden. Ook eventuele vestigingsbeperkingen die zijn opgenomen in bestemmingsplannen, zoals regels omtrent branche-ring, minimale/maximale oppervlakte of maximaal aantal vestigingen, getoetst moeten worden aan de voorwaarden uit artikel 15, lid 3, van de Dienstenrichtlijn. Daarin is bepaald dat vestigingsbeperkingen in bestemmingsplannen niet-discriminerend, noodzakelijk en evenredig moeten zijn. In bijlage 2 zijn deze voorwaarden nader toegelicht. Onderstaand wordt op hoofdlijnen aangegeven dat vestigingsbeperkingen voldoen aan de voorwaarden uit de Dienstenrichtlijn.

De vestigingsbeperkingen in een bestemmingsplan gelden voor eenieder, ongeacht nationaliteit of vestigingsland, waarmee deze niet-discriminerend zijn. Ook kunnen vestigingsbeperkingen aan de eis van noodzakelijkheid voldoen als deze zijn gericht op het behoud van de leefbaarheid van het (stads)centrum of in de wijken en het voorkomen van leegstand in het kader van ruimtelijk beleid, want dit is een dwingende reden van algemeen belang. Van beide voornoemde voorwaarden, heeft de Raad van State al aangegeven dat hieraan bij bestemmingsplannen naar verwachting meestal wel aan voldaan wordt of kan worden.

Bij beantwoording van de vraag of vestigingsbeperkingen in bestemmingsplannen evenredig zijn, moet gemotiveerd worden dat de beperkingen evenredig zijn in relatie tot het doel ervan. Dus dat ze geschikt zijn om het nagestreefde doel (behoud leefbaarheid c.q. voorkomen leegstand) te bereiken,

ze niet verder dan gaan nodig en het doel niet met minder beperkende maatregelen bereikt kan worden. Van belang hierbij is dat in algemene zin gesteld kan worden dat de regels in een bestemmingsplan een geschikt en niet te vergaand middel zijn het doel te bereiken. Van belang hierbij is met name de wijze waarop de regeling geformuleerd is (te vergaand beperkend of niet?) en de onderbouwing die hieraan ten grondslag ligt. Hierbij moet het doel van de regeling duidelijk en goed gemotiveerd zijn vanuit ruimtelijke motieven. Hoewel dit al gebruikelijk is in de Nederlandse ruimtelijke ordeningspraktijk, is hier door de Dienstenrichtlijn nog een extra dimensie aan toegevoegd. Het onderliggende doel (bijvoorbeeld leefbaarheid van het centrum) moet feitelijk onderbouwd zijn en men kan niet volstaan met algemene ervaringsgegevens. De motiveringseis is dus aanzienlijk zwaarder geworden.

² ABRS 20 juni 2018, 201309296/5/R3 (Appingedam).

Bijlage 1

Onderbouwing behoefte supermarkt

Bijlage 1: Onderbouwing behoefte supermarkt

1.1 Beleidskaders

1.1.1 Provinciaal

Structuurvisie ruimtelijke ordening 2010 (herziening 2014)

De provincie Noord-Brabant streeft naar een robuuste, economisch levensvatbare, voorzieningenstructuur. Er is beperkte ruimte voor de uitbreiding van detailhandelsvoorzieningen. Daarom is het belangrijk zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra. Dit is een primaire verantwoordelijkheid van de gemeenten. Regionale afstemming rondom ontwikkelingen vindt plaats via de regionale ruimtelijke overleggen.

Interim omgevingsverordening Noord-Brabant (2020)

Met het oog op de aantrekkelijkheid van Brabant is een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur van groot belang. Een detailhandelsstructuur waarin plaats is voor innovaties en die ruimte biedt aan 'crossovers' (verbindingen) met diverse andere economische en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen.

De detailhandelsmarkt is daarbij onderhevig aan structurele veranderingen. Door een toenemende mobiliteit van de consument, een ruimer blikveld van de ondernemer, demografische ontwikkelingen en een toename van internetshoppen is er minder behoefte aan fysieke winkelruimte. Dit betekent dat ondernemers, ontwikkelaars, gemeenten en beleggers zorgvuldiger moeten omgaan met het bouwen van nieuwe winkels. Iedere nieuwe detailhandelsontwikkeling heeft ook gevolgen voor de bestaande situatie, niet alleen in de betref-

fende gemeente maar ook in omliggende gemeenten. Vanwege de schaalvergroting is de detailhandel niet meer uitsluitend een lokale, maar een bovenlokale of regionale aangelegenheid.

De voornaamste taak van de provincie is om (ruimtelijke) ontwikkelingen van detailhandelslocaties regionaal en bovenregionaal af te stemmen. In het regionaal overleg wil de provincie met gemeenten afspraken maken over welke detailhandelslocaties regionaal en bovenregionaal worden afgestemd. Voor detailhandelsontwikkelingen is ook een expertteam detailhandel ingesteld die adviseert aan gemeenten en provincie.

1.1.2 Regionaal

Regionale detailhandelsvisie Metropoolregio Eindhoven, (2015)

De detailhandelsstructuur in de Metropoolregio Eindhoven is opgebouwd uit verschillende lagen.

1. Het centrum van Eindhoven en Ekkersrijt vormen de top van de piramide. Beiden hebben een bovenregionale functie.
2. De tweede laag bestaat uit regionaal en bovenlokaal verzorgende centra. Hieronder vallen de centra van Helmond, Veldhoven, Valkenswaard, Deurne en Bladel en Budel. Ook de Engelseweg in Helmond heeft een bovenlokale functie als PDV-locatie.
3. Daarna volgen de grote en kleine kernverzorgende centra, de belangrijkste winkelcentra in de kernen met een lokaal verzorgingsgebied.
4. De onderste laag van de piramide zijn de wijk- en buurtcentra (inclusief kerkdorpen).

5. Naast alle centra zijn er in de regio diverse PDV-locaties. Op Ekkersrijt en de Engelseweg na hebben deze locaties veelal een lokaal verzorgingsgebied.

Om een goed voorzieningenniveau voor de inwoners van de regio te creëren is het van belang om de regionale en bovenregionale aantrekkingskracht van de regio te versterken en te zorgen voor een excellent basisvoorzieningenniveau. De volgende regionale afspraken zijn voor de toekomst geformuleerd:

- Detailhandel wordt geconcentreerd/geclusterd in bestaande winkelgebieden (ruimtelijke concentratie) om zo de hoofdstructuur te behouden en te versterken.
- Nieuwe detailhandelsontwikkelingen moeten passen bij het verzorgingsgebied en aantoonbaar kwaliteit toevoegen en de structuur versterken.
- Nieuwe detailhandelsontwikkelingen vinden in principe alleen plaats in de concentratiegebieden of op plekken waar dat voor de leefbaarheid noodzakelijk is.
- Supermarkten worden gerealiseerd in of aan de rand van bestaande winkelgebieden.
- Solitaire supermarkten op bedrijventerreinen/perifere detailhandelslocaties zijn niet toegestaan.

1.1.3 Gemeentelijk

Structuurvisie Helmond 2030, Een stad in balans (2014)

Helmond staat een evenwichtige benadering voor tussen het benutten van kansen voor vernieuwing en innovatie en het op peil houden en kwalitatief verbeteren van de bestaande detailhandelsstructuur. De prioriteit van een aantrekkelijk stadscentrum en de leefbaarheid van de wijken van Helmond staat niet ter discussie.

Deze benadering heeft een aantal specifieke consequenties en concrete keuzes tot gevolg:

- Om de aantrekkelijkheid van het centrum en de positie van het winkelapparaat daarin duurzaam te ontwikkelen zal een geleidelijke omvorming van de detailhandel in het centrum naar een meer thematische insteek worden ondersteund.
- De behoefte aan schaalvergroting binnen supermarkten in eerste instantie onder brengen bij bestaande (wijk)winkelcentra.
- De strikte handhaving van allerlei brancheringsregels wordt versoepeld in het licht van de vernieuwingsdynamiek binnen de detailhandel.
- Verspreide vestigingen en marginale buurtstrips worden niet als kernonderdeel van de ruimtelijke detailhandelsstructuur gezien die actief door de gemeente wordt gefaciliteerd.
- Beperkte ondersteunende detailhandel en horeca zal toegelaten worden wanneer dit een positieve bijdrage levert aan de vernieuwing en doorontwikkeling van specifieke locaties in de stad, zoals omgeving Station Helmond, campusgebieden, stadion.

Detailhandelsbeleid Helmond (2013)

Onderstaand zijn de speerpunten vanuit het beleid aangegeven voor wat betreft de buurt- en wijkwinkelcentra. Uitgangspunt van het beleid is het handhaven van het boodschappen-aanbod dicht bij de inwoners van de gemeente, zoveel mogelijk geconcentreerd in levensvatbare, centraal in het verzorgingsgebied gelegen winkelcentra.

- De gemeente Helmond streeft naar een verdere clustering van het winkelaanbod dat gericht is op de dagelijkse boodschappen in toekomstbestendige winkelconcentraties in buurten en wijken.

- Elk cluster van winkelvoorzieningen moet nu en in de toekomst over voldoende draagvlak beschikken.
- Bij enkele wijken is het aanbod meer verspreid aanwezig. Daar waar mogelijk streven naar clustering om zo de detailhandelsstructuur te versterken.
- In totaliteit is grootschalige uitbreiding van detailhandel in de buurt- en wijkwinkelcentra niet wenselijk, omdat op basis van de voorziene geringe bevolkingsgroei van Helmond er in de komende tien jaren onvoldoende distributieve ruimte is.
- De aanwezigheid van een moderne full-service of discountsupermarkt geldt als een minimum randvoorwaarde voor een toekomstbestendig winkelcentrum.

Buurtcentrum Suytkade (waar de Lidl aan de Taftstraat onderdeel van uitmaakt) wordt in het detailhandelsbeleid gekenmerkt als een perspectiefvol buurtwinkelcentrum. In 2013 was het plan om hier een supermarkt te realiseren met aanvullende winkels. De parkeervoorzieningen zijn voldoende en liggen direct tegen de winkels. Suytkade en de Annawijk zijn qua aantal inwoners onvoldoende groot. Deze buurten hebben samen circa 1.500 inwoners, maar omdat het buurtcentrum tegen de toekomstige centrumring aan ligt, worden ook mensen buiten het directe verzorgingsgebied bediend en is het buurtwinkelcentrum naar verwachting levensvatbaar.

1.1.4 Relatie met het initiatief

De uitbreiding van Lidl aan de Taftstraat in Helmond draagt bij aan de belangrijkste beleidsdoelstellingen:

- In het **provinciaal beleid** wordt genoemd dat er zorgvuldig wordt omgegaan met het bijbouwen van nieuwe winkels. Het is belangrijk om zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra en ontwikkelingen van detailhandelslocaties regionaal en bovenregionaal af te stemmen. In het initiatief van de beoogde uitbreiding van Lidl

aan de Taftstraat is sprake van een uitbreiding binnen bestaand stedelijk gebied. Bovendien leidt de relatief beperkte uitbreiding van de supermarkt niet tot een bovenregionale detailhandelslocatie. Het initiatief is daarmee passend binnen het provinciaal beleid.

- Het **regionaal beleid** benoemt dat supermarkten gerealiseerd dienen te worden in of aan de rand van bestaande winkelgebieden. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen moeten passen bij het verzorgingsgebied en aantoonbaar kwaliteit toevoegen en de structuur verbeteren. De uitbreiding van Lidl zorgt voor een versterking van de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging, door met een beperkte uitbreiding van het winkelvloeroppervlak een meer toekomstbestendige supermarkt te realiseren aansluitend bij de behoeften van de consument (o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel).
- Uitgangspunt van het **lokaal beleid** is het handhaven van het boodschappenaanbod dicht bij de inwoners van de gemeente, zoveel mogelijk geconcentreerd in centraal in het verzorgingsgebied gelegen winkelcentra. De aanwezigheid van een moderne full-service of discountsupermarkt geldt als een minimum randvoorwaarde voor een toekomstbestendig winkelcentrum. In het detailhandelsbeleid van de gemeente Helmond wordt buurtcentrum Suytkade gekenmerkt als een perspectiefvol buurtwinkelcentrum. De ligging tegen de toekomstige centrumring aan maakt dat de supermarkt ook mensen van buiten het directe verzorgingsgebied bedient. De supermarkt heeft daarmee een belangrijke functie voor inwoners van het centrum van Helmond. De beoogde uitbreiding van Lidl geeft invulling aan de bestaande lege winkelruimte die nog niet is ingevuld met detailhandel en draagt bij aan het realiseren van een moderne en toekomstbestendige supermarkt.

1.2 Trends en ontwikkelingen

Veranderend consumentengedrag

- De hedendaagse consument besteedt steeds **minder tijd aan de boodschappen** en aan het bereiden van een maaltijd. De aankoop en de consumptie van levensmiddelen valt steeds vaker samen. Winkels spelen op deze behoefte in, door 'ready to eat' producten en 'vers-/maaltijdboxen' aan te bieden en verse gerechten in de zaken te bereiden (vermenging met horeca).
- De consument is kritisch en mobiel. De keuze voor een aankooplocatie worden onder andere gebaseerd op de **aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en de verschijningsvorm (inrichting, uitstraling)**. Online kopen is onderdeel van deze afweging.
- Tegelijkertijd is de consument steeds meer op zoek naar een **unieke belevingen en uniciteit**. Het bezoeken van bijzondere locaties en het aankopen van bepaalde producten is onderdeel van het bevestigen van de eigen leefstijl.
- **Service, persoonlijke aandacht en gepersonaliseerde producten** worden steeds relevanter. Dit speelt in de hele detailhandelssector. Naar verwachting groeit de vraag naar personalisatie van producten en diensten verder door.
- **Duurzaamheid van producten** wordt steeds relevanter. Er is in de dagelijkse sector meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch en eerlijk, ter plekke klaarge maakte producten, lokaal en regionaal geproduceerd, etc. Dit komt zowel bij supermarkten als versspeciaalzaken tot uiting. Supermarkten nemen ook steeds vaker (regionale) producten en gemaksvuodsel van hoge kwaliteit in het assortiment op. In het bijzonder is er ook meer aandacht voor plantaardig eten. Het aanbod van vega(n) producten en daarin gespecialiseerde winkels neemt toe. Ook is het afnemen van producten of versboxen van zogenaamde 'stadsboeren' in opkomst.

- Door 'blurring' en branchevervaging zien steeds meer **nieuwe concepten** het licht. De grenzen vervagen tussen detailhandel, horeca, dienstverlening en andere functies, tussen food retail en non-food retail en tussen online en offline.

Dagelijks aanbod en supermarkten

- Een sterk dagelijks aanbod vormt **de basis voor wijk-verzorgende centra** en dit begint met stevige supermarkten. De gemiddelde omvang van supermarkt is de afgelopen jaren toegenomen. Gemiddeld genomen is het aantal supermarkten met een omvang tussen 1.000 en 1.500 m² wvo toegenomen, maar ook supermarkten met een omvang tussen 1.500 en 2.000 m² wvo. Kleinere supermarkten (< 1.000 m² wvo) verdwijnen steeds vaker uit de structuur, met uitzondering van kleine etnische en stadssupermarkten (< 500 m² wvo) in de grootste steden van ons land.
- Deze moderne maat sluit uitstekend aan bij de wens van de hedendaagse consument, die behoefte heeft aan supermarkten met een **uitgebreid assortiment (keuze en gemak) en een ruime opzet (comfort)**. Zeker service-supermarkten die vaak net dat beetje extra willen bieden voor de consument, zoals live cooking, sushi bar en demonstraties, hebben behoefte aan significante uitbreiding, maar ook discountsupermarkten hebben een steeds grotere omvang nodig.
- Supermarkten hebben een **belangrijke trekkersfunctie**. Een gemiddelde service supermarkt van circa 1.200 m² wvo trekt wekelijks zo'n 10.000 bezoekers, waar ook omliggende winkels en voorzieningen van middels combinatiebezoek van profiteren. Een discountsupermarkt trekt wekelijk minder bezoekers, maar heeft doorgaans wel een groter verzorgingsgebied. Hierdoor zijn zowel service- als discountsupermarkten structuurbepalend voor winkelgebieden.

- De boodschappensector heeft vooralsnog in beperkte mate last van het internet. Toch doen consumenten in toenemende mate **boodschappen online**. Bij online-diensten van de bekende formules, zoals Albert Heijn en Jumbo, maar ook bij pure aanbieders zoals Hello Fresh en Picnic. Met name Picnic haalt in grote gemeenten al snel een omzet die gelijk staat aan circa twee full-service supermarkten.
- De impact van de coronacrisis op de dagelijkse sector is beperkt. Sterker nog, de bestedingen aan dagelijkse producten zijn alleen maar toegenomen (zowel online als offline). Dit heeft voornamelijk te maken met een **verschuiving van bestedingen** van de horeca naar supermarkten en speciaalzaken.

Relatie trends en ontwikkeling en initiatief

De consument kiest steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare supermarkten. Vanwege de toenemende druk in de supermarktsector ligt de focus in veel gebieden op het verhogen van de kwaliteit van het bestaande aanbod. In veel gevallen gaat dit samen met schaalvergroting zodat een groter vloeroppervlak gebruikt kan worden om aan de behoeften van de consument te voldoen. Het initiatief van Lidl past hiermee binnen de huidige trends en ontwikkelingen, door een bestaande supermarkt uit te breiden en zo aansluiting te zoeken bij de behoeften van de consument (o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel). Meer ruimte voor het assortiment betekent immers meer aanbod en keuzemogelijkheden voor de consument.

1.3 Analyse aanbod en vraag

1.3.1 Dagelijks aanbod gemeente Helmond

Tabel 1 geeft het dagelijkse artikelenaanbod in de gemeente Helmond weer, op basis van gegevens van Locatus (peildatum januari 2021).

- In de gemeente Helmond zijn 130 zaken in de dagelijkse sector gevestigd met een gezamenlijke omvang van 35.226 m² wvo, waarvan 28 supermarkten met een totale omvang van 26.753 m² wvo. De gemiddelde schaalgrootte van het supermarktaanbod in de gemeente Helmond is met 955 m² wvo iets kleiner dan het gemiddelde in vergelijkbare plaatsen (963 m² wvo).
- Het supermarktaanbod in de gemeente Helmond varieert tussen circa 180 m² wvo tot 3.900 m² wvo. Dit betekent dat de gemeente zeer kleine supermarkten telt, maar ook moderne, grote supermarkten. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.500 - 2.000 m² wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al circa 1.000 - 1.500 m² wvo omvatten.
- Het supermarktenaanbod in aantal verkooppunten in Helmond is vergelijkbaar met plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal. Ook het aantal verkooppunten in de levensmiddelenpeciaalzaken en de persoonlijke verzorging komt nagenoeg overeen met het aanbod in vergelijkbare plaatsen.

In tabel 2 is de top 10 supermarkten naar omvang in Helmond weergegeven. Hieruit blijkt dat de grootste supermarkt de Albert Heijn XL aan de Torenstraat (3.902 m² wvo) is. De Lidl aan de Taftstraat 2 heeft een omvang van 1.137 m² wvo en staat daarmee op plek 9. De overige 18 supermarkten in Helmond hebben een omvang kleiner dan 1.000 m² wvo.

Tabel 1: Aanbod dagelijkse sector gemeente Helmond (Locatus, januari 2021)

	Helmond (92.423 inwoners) ³			Vergelijkbare plaatsen (50.000 tot 100.000 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	Gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	Gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	112	31.496	281	111	32.071	289
Waarvan supermarkten	28	26.753	955	28	26.710	963
Persoonlijke verzorging ⁴	18	3.730	207	18	4.344	235
Totaal	130	35.226	271	129	36.415	281

Tabel 2: Top 10 supermarkten naar omvang gemeente Helmond (Locatus, januari 2021)

Naam	Adres	m ² wvo	Winkelgebied
Albert Heijn XL	Torenstraat 1	3.902	Torenstraat Helmond
Lidl	Geysendorfferstraat 23	1.350	Straakven
Jumbo	Huiskensstraat 2	1.335	Brandevoort
Plus	Nieuwveld 19	1.280	De Bus
Albert Heijn	de Plaetse 87	1.280	Brandevoort
Jan Linders	Dijksestraat 131	1.252	Vondellaan
Lidl	Heistraat 65	1.235	Heistraat
Jumbo	Azalealaan 64	1.213	Bebouwde kom
Lidl	Taftstraat 2	1.137	Bebouwde kom
Jan Linders	Janssen en Fritsenplein 11	1.050	Hoofdstraat Helmond

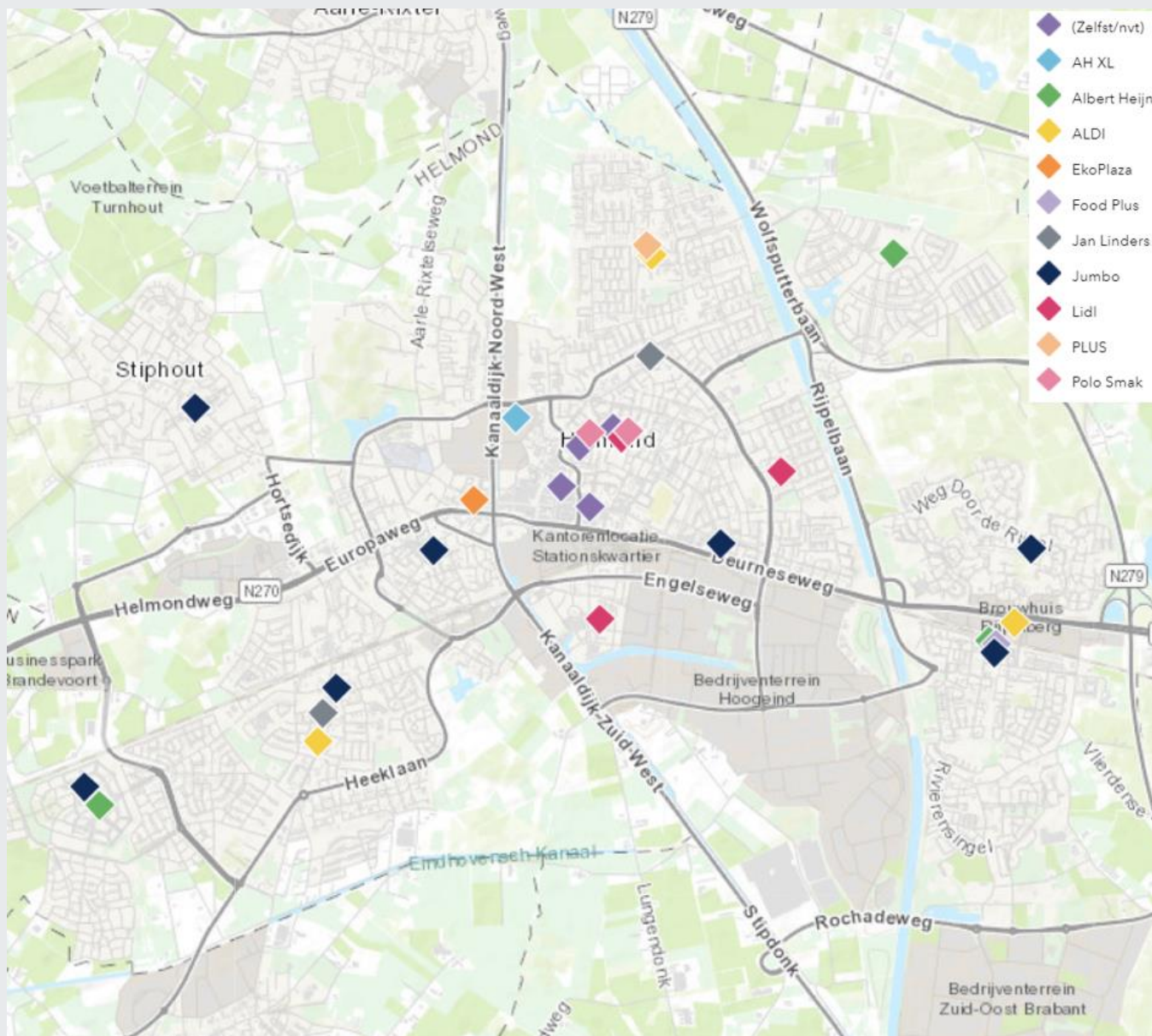
³ CBS, Regionale kerncijfers Nederland, totale bevolking 1 januari 2020.

⁴ De categorie persoonlijke verzorging is exclusief de branche apotheken omdat deze ook niet zijn meegenomen in de omzetkengetallen.

Uit figuur 2 blijkt dat de 28 supermarkten in Helmond verspreid aanwezig zijn over de verschillende buurten van Helmond, waaronder Brandevoort, Mierlo-Hout, Stiphout, De Eeuwsels, Binnenstad en Brouwhuis. Jumbo heeft de meeste vestigingen (7) binnen de gemeente Helmond, gevolgd door Albert Heijn (4, incl. AHXL). Lidl aan de Taftstraat 2 ligt in de nieuwe centrumwijk Suytkade, nabij het centrum van Helmond. In de directe nabijheid van Lidl zijn geen andere supermarkten aanwezig.

Leegstand

- In de gemeente Helmond staan momenteel 122 panden leeg met een totale omvang van 25.953 m² vvo. Uitgedrukt in het leegstandspercentage betekent dit een winkelleegstand van 12,6% van het aantal verkooppunten en 12,1% van de omvang in m² vvo. In vergelijking met het provinciaal (9,9% van het aantal verkooppunten en 8,5% van de omvang) en het landelijk gemiddelde (8,4% van het aantal verkooppunten en 8,0% van de omvang) is dit relatief veel.
- De leegstand in Helmond betreft voor het grootste gedeelte langdurige leegstand (46% van het aantal leegstaande verkooppunten staat 1 tot 2 jaar leeg). Ongeveer een derde van de verkooppunten betreft structurele leegstand (34% van het aantal leegstaande verkooppunten staat meer dan 2 jaar leeg).
- Het merendeel van de leegstand in omvang, circa een derde, is aanwezig in het centrum van Helmond (9.186 m² vvo). In tabel 3 is een overzicht opgenomen van de grootste leegstaande panden (> 800 m² vvo) in de gemeente Helmond. Helmond telt drie leegstaande panden met een omvang groter dan 800 m² vvo, waarvan het grootste pand is gelegen aan de Nijverheidsweg 1 (7.000 m² vvo) in winkelgebied Engelseweg (perifere detailhandelslocatie).



Figuur 2: Aanbod supermarkten Helmond (Locatus, januari 2021)

Plannen en initiatieven

Naast onderhavig initiatief om Lidl aan de Taftstraat uit te breiden, spelen er binnen de gemeente Helmond nog andere supermarktiniciatieven:

- De Albert Heijn XL aan de Torenstraat krijgt een grondige opknappbeurt, waarbij onder meer de gevel compleet wordt vervangen. Dit in het kader van de plannen voor Oranjekade, waarbij op de plek waar nu nog oude gebouwen van Edah staan 250 nieuwe woningen worden gerealiseerd.⁵ In 2019 is de Albert Heijn XL aan de binnenkant grondig verbouwd en opnieuw ingericht.
- Voor het pand van de oude bibliotheek in het centrum van Helmond zijn (zachte) plannen om een foodhall te openen met een kleine supermarkt en circa zestien kramen.⁶

Tabel 3: Grootchalige leegstaande panden (> 800 m² vwo)

Adres	Winkelgebied	m ² vwo
Nijverheidsweg 1	Engelseweg	7.000
Heistraat 32	Heistraat	1.200
Herselsestraat 3	Brandevoort	800

Tabel 4: Bevolkingsprognose gemeente Helmond

	2020	2025	2030	Ontwikkeling 2020-2030
Gemeente Helmond	92.423	95.660	99.045	+7,2%

1.3.2 Consumentendraagvlak

De gemeente Helmond telt 92.423 inwoners (CBS, stand 1 januari 2020). In tabel 4 is de bevolkingsprognose van de provincie Noord-Brabant⁷ voor de gemeente Helmond weergegeven. Hieruit blijkt dat de gemeente in de periode 2020-2030 te maken krijgt met een bevolkingsgroei van ca. 7,2%, tot 99.045 inwoners in 2030. Ook na 2030 groeit de bevolking nog door tot ca. 104.615 inwoners in 2040. Een groei van de bevolking betekent een toename van het consumentendraagvlak, wat van invloed is op het bestedingspotentieel voor detailhandel.

1.4 Economisch functioneren

1.4.1 Uitgangspunten distributieve berekening

Om een indicatie te geven het economisch functioneren van het dagelijks aanbod in de gemeente Helmond zijn distributieplanologische berekeningen gemaakt, zowel voor het huidige als toekomstig functioneren. In tabel 5 zijn de uitgangspunten voor de distributieve berekening weergegeven.

Verzorgingsgebied

Als verzorgingsgebied wordt de gemeente Helmond aange-merkt. De discountsupermarkt aan de Taftstraat heeft een belangrijke functie voor inwoners die verder reikt dan de eigen wijk.

Bestedingen

- In algemene zin nemen de bestedingen in de dagelijkse sector al jaren toe. De verwachting is dat deze ontwikkeling zich de komende jaren voortzet. Er moet ook rekening gehouden worden met de toename van online ver-

koop van dagelijkse goederen. Hoewel het aandeel online in de dagelijkse sector nog relatief beperkt is, neemt dit wel toe. Dit maakt dat enerzijds de verwachting is dat de bestedingen in de dagelijkse sector in de toekomst toenemen, anderzijds is de verwachting dat de bestedingen in de fysieke supermarkt afnemen als gevolg van online verkoop. In het distributieve model strepen wij deze effecten tegen elkaar weg.

- Een extra element waar specifiek in de gemeente Helmond rekening mee gehouden moet worden is de aanwezigheid van online bezorgdienst Picnic. Sinds mei 2018 is bezorgdienst Picnic actief in Helmond. Uit onderzoek van Supermarkt en Ruimte blijkt dat de omzet van Picnic in Amersfoort (de eerste stad in Nederland waar Picnic actief was) na ruim een jaar ongeveer gelijk stond aan de omzet van één full-service supermarkt. Een jaar later is deze omzet van Picnic in Amersfoort gestegen naar een waarde van circa twee full-service supermarkten. Aangezien Picnic op stadsniveau waarschijnlijk een effect heeft op bestedingen in (fysieke) supermarkten, houden wij in de berekening rekening met een correctie van circa 5% op de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector. Het gaat hier nadrukkelijk om een inschatting aangezien geen eenduidigheid bestaat over het verwachte effect van online verkoop op de bestedingen in fysieke supermarkten.

Koopstromen

- Op basis van het Koopstromenonderzoek MRE blijkt dat de binding in de gemeente Helmond in 2014 in totaal 81% bedroeg voor dagelijkse artikelen. Wij achten dat dit percentage anno 2021 iets hoger ligt, omdat het aanbod in de periode 2014-2021 per saldo is gegroeid van 21

⁵ <https://www.ed.nl/helmond/oranjekade-helmond-250-nieuwe-woningen-op-ah-xl-terrein-ad21a2fc/>

⁶ <https://www.ed.nl/helmond/foodhall-in-oude-bieb-op-de-markt-in-helmond-krijgt-ook-een-supermarkt-a92548ca/>

⁷ Provincie Noord-Brabant (2020). De bevolkings- en woningbehoefte prognose Noord-Brabant.

naar 28 supermarkten. Zo zijn de afgelopen jaren onder andere een Aldi, Lidl en meerdere Poolse/Turkse supermarkten geopend. Bovendien heeft bij verschillende bestaande supermarkten een uitbreiding van het winkelvloeroppervlak plaatsgevonden. Wij gaan daarom uit van een koopkrachtbinding van 85% in de huidige situatie en in het minimale toekomstige scenario.

- Voor de toekomst verwachten wij dat als gevolg van de uitbreiding van Lidl (Taftstraat) en recente uitbreidingen van Lidl (Geysendorfferstraat), Jumbo (2e Haagstraat) en de modernisering van Albert Heijn XL (Torenstraat) meer koopkracht uit de eigen gemeente gebonden kan worden. Deze uitbreidingen/modernisering zorgen ervoor dat het dagelijks aanbod aantrekkelijker wordt voor de consument waardoor de binding op het aanbod naar verwachting zal toenemen. In het maximale scenario hanteren wij een binding van maximaal 88%.
- Op basis van het Koopstromenonderzoek MRE (2014) blijkt dat de koopkrachttoevloeiing in Helmond in totaal 14% bedroeg. Deze toevloeiing is vooral afkomstig van inwoners van omliggende gemeenten zoals de gemeenten Geldrop-Mierlo en Laarbeek.

1.4.2 Economisch functioneren

Huidig en toekomstig functioneren

Op basis van de vraag- en aanbodanalyse van de bestaande situatie in de dagelijkse artikelensector is een benadering gemaakt van het huidig (2020) en toekomstig (2030) economisch functioneren in tabel 6. Hieruit blijkt:

- In de huidige situatie bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector circa € 6.550 per m² wvo, dit ligt circa 13% onder het landelijk gemiddelde. Een eventuele toevoeging van aanbod in de dagelijkse sector moet goed overwogen worden. Benadrukt moet worden dat de gemiddelde vloerproductiviteit van super-

Tabel 5: Uitgangspunten distributieve berekening dagelijkse sector gemeente Helmond

Variabele	Waarde	Bron
Inwonertal	2020: 92.423 inwoners 2030: 99.045 inwoners	CBS kerncijfers (2020) Bevolkingsprognose provincie Noord-Brabant (2020)
Bestedingen (winkel omzet) per hoofd (€)	- Landelijk gemiddelde is € 2.602 per persoon per jaar. - Het gemiddeld inkomen per inwoner in de gemeente Helmond verschilt -8% met het landelijk gemiddelde. Er wordt daarom een correctie op de bestedingen toegepast. Na correctie worden de bestedingen € 2.522.	CBS (2018), gemiddeld besteedbaar inkomen Notitie omzetkengetallen 2019 (Retail Insiders, juli 2020)
Koopkrachtbinding	85-88%	Koopstromenonderzoek MRE, eerdere onderzoeken en ervaring BRO
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	14%	Koopstromenonderzoek MRE, eerdere onderzoeken en ervaring BRO
Passende gemiddelde winkel omzet per m ² wvo	€ 7.564 per m ² wvo	Notitie omzetkengetallen 2019 (Retail Insiders, juli 2020), 5-jaars gemiddelde

Tabel 6: Huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector gemeente Helmond

	Huidig (2020)	Toekomstig (2030) Minimaal scenario	Toekomstig (2030) Maximaal scenario
Aantal inwoners	92.423	99.045	99.045
Bestedingen per hoofd (€)	2.522	2.396	2.396
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	233,1	237,3	237,3
Koopkrachtbinding	85%	85%	88%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	198,1	201,7	208,8
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	14%	14%	14%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	32,3	32,8	34,0
Totale besteding (€ mln.)	230,4	234,5	242,8
Winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	35.226	35.226	35.226
Omzet per m ² wvo (€)	6.550	6.675	6.900
Gemiddelde vloerproductiviteit / norm (€ per m ² wvo)	7.564	7.564	7.564

markten in sommige gevallen ook goed op een lager niveau kan functioneren dan het landelijk gemiddelde, vanwege bijvoorbeeld lagere huurprijzen, kleinschaligere winkels, etc. Ook in de notitie 'Omzetkengetallen 2019' wordt aangegeven dat het landelijk gemiddelde niet per definitie de norm is voor goed functioneren.

- **Minimaal scenario:** tot 2030 zal het inwonertal in de gemeente Helmond nog fors toenemen. Tegelijkertijd verwachten we een daling van de bestedingen (-5%) o.a. als gevolg van online-aanbieder Picnic. De verwachting voor het minimale scenario is dat de koopkrachtbinding gelijk zal blijven (85%). De toekomstige vloerproductiviteit komt in het minimale scenario op € 6.675 per m² wvo te liggen, oftewel circa 12% onder het landelijk gemiddelde. Ten opzichte van het huidig functioneren (€ 6.550 per m² wvo) ligt de toekomstige vloerproductiviteit in het minimale scenario circa 2% hoger.
- **Maximaal scenario:** tot 2030 zal het inwonertal toenemen en verwachten we een daling van de bestedingen (-5%), maar ook een toename van de koopkrachtbinding tot 88% (als gevolg van uitbreiding Lidl Taftstraat en recente modernisering van andere supermarkten in Helmond). Door hiermee rekening te houden, komt de toekomstige vloerproductiviteit op € 6.900 per m² wvo te liggen, circa 9% onder het landelijk gemiddelde. Ten opzichte van het huidig functioneren (€ 6.550 per m² wvo) ligt de toekomstige vloerproductiviteit in het maximale scenario circa 5% hoger.

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De bevolkingsontwikkeling kan anders gaan, bestedingen kunnen

sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

1.4.3 Effectenanalyse

Omzeteffecten

- **Minimaal scenario:** door de uitbreiding van de Lidl Taftstraat neemt het functionele aanbod in de dagelijkse sector in de gemeente Helmond toe met circa 333 m² wvo. Door rekening te houden met de uitbreiding van Lidl komt de toekomstige vloerproductiviteit op circa € 6.600 per m² wvo te liggen. Dit is hoger dan de huidige vloerproductiviteit (1%) en dat betekent dat er geen negatieve omzeteffecten te verwachten zijn als gevolg van de uitbreiding van Lidl. Het dagelijks aanbod functioneert

in de huidige situatie immers op een lager niveau dan in het toekomstige scenario wordt verwacht.

- **Maximaal scenario:** door de uitbreiding van de Lidl Taftstraat neemt het functionele aanbod in de dagelijkse sector toe met circa 333 m² wvo. In het maximale scenario komt de toekomstige vloerproductiviteit op € 6.850 per m² wvo te liggen. Dit ligt circa 5% hoger dan de bestaande vloerproductiviteit (€ 6.550 per m² wvo).

Ruimtelijk-functionele effecten

Het is niet de verwachting dat de uitbreiding van de Lidl aan de Taftstraat onaanvaardbare effecten heeft op het bestaande winkelaanbod, de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand.

- *Versterking detailhandelsstructuur:* uitgangspunt van het lokale detailhandelsbeleid is het handhaven van het boodschappenaanbod in de buurt van inwoners. Met de realisatie van de uitbreiding van Lidl neemt de totale omvang van het dagelijkse winkelaanbod toe met 333 m² wvo, een toename van 0,9%. Hiermee is het niet de verwachting dat overig dagelijks aanbod c.q. supermarkten in Helmond dusdanig onder druk komen te staan dat zij verdwijnen. De ligging van Lidl Taftstraat aan de centrumring van Helmond maakt dat de supermarkt ook mensen van buiten het directe verzorgingsgebied bedient. De supermarkt heeft daarmee een belangrijke functie voor inwoners van het centrum van Helmond. Met de beoogde uitbreiding van de supermarkt wordt deze positie binnen de detailhandelsstructuur van Helmond behouden en versterkt. Juist met de groei van online boodschappen doen is het belangrijk dat fysieke supermarkten de ruimte krijgen om de concurrentie met online te kunnen aangaan.
- *Versterking consumentenverzorging:* de druk in de supermarktsector neemt toe (o.a. door groei online) waardoor de focus komt te liggen op het verhogen van de

kwaliteit van het bestaande aanbod. In veel gevallen betekent dit schaalvergroting. Via schaalvergroting kan beter in de behoeften van de consument worden voorzien (o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel). De beoogde uitbreiding van de Lidl aan de Taftstraat biedt meer ruimte voor het gewenste assortiment. Dit vergroot het aanbod voor de consument en biedt hen meer keuzemogelijkheden. Bovendien sluit het initiatief aan bij de kwalitatieve behoeften van de consument aan service, gemak en comfort in een hedendaagse supermarkt van moderne omvang en met voldoende parkeercapaciteit.

- *Benutten leegstand:* de winkelleegstand in de gemeente Helmond is relatief hoog, zowel in aantal verkooppunten als in omvang. Door een bestaande (in pandige) lege winkelruimte te gebruiken draagt het initiatief van Lidl bij aan het verminderen van de winkelleegstand in Helmond. Dit is een bijbehorend doel van het beoogde initiatief. Negatieve effecten op de leegstand als gevolg van verdringen worden niet verwacht.
- *Woon-, leef- en ondernemersklimaat:* Mede op basis van het bovenstaande zijn onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat niet te verwachten. Per saldo draagt het initiatief juist positief bij aan het woon- en leefklimaat, omdat het voorzieningenaanbod ten aanzien van dagelijkse artikelen voor de inwoners van de gemeente Helmond versterkt wordt. Ook het ondernemersklimaat neemt per saldo niet af, omdat er vanwege het positieve omzeteffect niet verwacht wordt dat er zaken zullen verdwijnen als gevolg van het initiatief van Lidl.

Bijlage 2

Europese Dienstenrichtlijn

Bijlage 2: Europese Dienstenrichtlijn

Het Europese Hof van Justitie heeft de prejudiciële vragen beantwoord⁸ die door de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State (Afdeling) aan het Hof zijn voorgelegd over de Europese Dienstenrichtlijn (richtlijn 2006/123) in relatie tot detailhandel in goederen. Uit het antwoord volgt dat de Dienstenrichtlijn van toepassing is op de uitoefening van detailhandelsactiviteiten.

Voorwaarden vestigingsbeperking Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn heeft als doelstelling dat dienstverleners in de Europese Unie zich onbelemmerd in een andere lidstaat kunnen vestigen of tijdelijk diensten kunnen verrichten. De vervolgvraag is dan of vestigingsbeperkingen zijn toegestaan die de uitoefening van detailhandelsactiviteiten beperken, zoals regels omtrent branchering, min./max. oppervlakte of max. aantal vestigingen. De Dienstenrichtlijn staat aan dergelijke beperkingen niet in de weg, mits voldaan wordt aan de voorwaarden uit artikel 15, lid 3, van de Dienstenrichtlijn inzake non-discriminatie, noodzakelijkheid en evenredigheid:

- non-discriminatie, doordat ze geen direct of indirect onderscheid maken naar nationaliteit, of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel;
- noodzakelijk, vanwege een dwingende reden van algemeen belang en;
- evenredig, doordat ze geschikt zijn voor hun doel, niet verder gaan dan nodig om hun doel te bereiken en het doel niet met andere, minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.

Non-discriminatie, noodzakelijkheid en evenredigheid

De eis omtrent **non-discriminatie** is niet aan de orde, omdat de vestigingsbeperkingen voor eenieder gelden ongeacht nationaliteit of vestigingsland.

Verder kunnen vestigingsbeperkingen aan eis van **noodzakelijkheid** voldoen als de dwingende reden van algemeen belang is gericht op het behoud van de leefbaarheid van het (stads)centrum of in de wijken en het voorkomen van leegstand in het kader van ruimtelijk beleid.

Wanneer de vestigingsbeperkingen voldoen aan de eis noodzakelijkheid, is het vervolgens van belang dat deze **evenredig** zijn in relatie tot het doel ervan. Dat wil zeggen dat de vestigingsbeperkingen geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken, dat deze niet verder gaan dan nodig is en niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt. Van belang hierbij is dat vestigingsbeperkingen die opgenomen zijn in de planregels, in feite een regeling is met voorafgaande administratieve toestemming⁹. Het vaststellen van een planregeling is daarmee een evenredig middel om te bewerkstelligen dat gronden in het plangebied in overeenstemming met een goede ruimtelijke ordening worden gebruikt. Bij een andere regeling dan het stellen van een algemeen verbindend voorschrift vooraf bestaat het gevaar dat het toegestane gebruik of de toegestane bebouwing niet kenbaar is of, bijvoorbeeld bij controle achteraf, dat gronden op een zodanige wijze worden gebruikt of bebouwd dat de uiteindelijk gewenste bestemming niet meer kan worden verwezenlijkt. Oftewel, als de vestigingsbeperkingen niet worden opgenomen in de planregels kunnen ontwikkelingen plaatsvinden waarvan de (in ruimtelijke zin onaanvaardbare) gevolgen niet meer 'teruggedraaid' kunnen worden, waarmee het

doel dan ook niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.

Altijd al toets aan 'goede ruimtelijke ordening'

Overigens, ook los van de Dienstenrichtlijn moet gemotiveerd worden dat vestigingsbeperkingen in een bestemmingsplan nodig zijn in het kader van een goede ruimtelijke ordening, dat deze niet verder strekken dan nodig is om het doel te bereiken en dat doel ook niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt. Met de gebruikelijke toets aan 'de goede ruimtelijke ordening' zal dan ook in de meeste gevallen voldoende gemotiveerd zijn dat aan de Dienstenrichtlijn wordt voldaan.

⁸ Bij arrest van 30 januari 2018 (ECLI:EU:C:2018:44)

⁹ Zie uitspraak van ABRvS van 2 mei 2012 (ECLI:NL:RVS:2012:BW4538)

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Tegelen

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01