

Oisterwijk, ruimtelijk-functionele effectenanalyse relocatie Lidl supermarkt (actualisatie 2019)

Gemeente Oisterwijk



Oisterwijk, ruimtelijk-functionele effectenanalyse relocatie Lidl supermarkt (actualisatie 2019)

Gemeente Oisterwijk

Rapportnummer:	P01952_3
Datum:	14 juni 2019
Contactpersoon opdrachtgever:	mevrouw E. Gans
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Roos Hoedjes
Trefwoorden:	Supermarkten, effecten, haalbaarheid, verzorgingsstructuur
Bron foto kaft:	BRO
Beknopte inhoud:	Er zijn plannen om de Lidl supermarkt in Oisterwijk te verplaatsen naar de Boerenbondlocatie tussen het KVL-terrein en het centrum. Deze locatie wordt herontwikkeld en de verplaatsing gaat gepaard met een vergroting van de winkel naar een moderne omvang. Op basis van de analyses komt BRO tot de conclusie dat deze ontwikkeling positief is voor de consumentenverzorging in en detailhandelsstructuur van Oisterwijk. De ontwikkeling voorziet daarnaast zowel in kwantitatief als kwalitatief opzicht in de behoefte, waarmee de ladder voor duurzame verstedelijking in positieve zin doorlopen kan worden.

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

Inhoudsopgave

pagina

1.INLEIDING	2
1.1 Achtergrond en vraagstelling	2
1.2 Het initiatief	2
2.CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN	6
2.1 Conclusies analyses	6
2.2 Juridisch-planologische aspecten	8
2.2.1 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast	8
2.2.2 Ten slotte	9
3.ANALYSE	10
3.1 Aanbodanalyse	10
3.1.1 Aanbod gemeente en kern Oisterwijk	10
3.1.2 Leegstand	12
3.1.3 Aanbod in de regio	13
3.2 Trends en ontwikkelingen	14
Trends in consumentengedrag	14
Ontwikkeling in de sector dagelijkse artikelen	14
3.3 Beleidskaders	15
3.3.1 Provinciaal	15
3.3.2 Regionaal	16
3.3.3 Lokaal	17
3.3.4 Relatie beleid en het initiatief	18
3.4 Plannen en initiatieven	18
3.5 Draagvlakontwikkeling	18
3.5.1 Bevolkingsomvang en –ontwikkeling	18
3.6 Functioneren en distributieve uitbreidingsruimte	19
3.6.1 Uitgangspunten distributieve berekening	19
3.6.2 Distributieve berekening	20
3.7 Effecten	21
BIJLAGE	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en vraagstelling

Er zijn door de eigenaar in 2015 plannen opgesteld om de locatie van de Boerenbond te Oisterwijk te herontwikkelen. In deze plannen zou de Boerenbondwinkel kleiner terugkomen en werd de vestiging van een supermarkt mogelijk gemaakt. Bij dit laatste ging het om een verplaatsing van de nu al in Oisterwijk aan de Gemullenhoekenweg gevestigde Lidl. Deze supermarkt was te klein naar de toenmalige maatstaven van het bedrijf en een uitbreiding op de huidige locatie is was niet mogelijk.

Aan BRO is in 2015 gevraagd wat de effecten waren van de voorgenomen verplaatsing van Lidl naar de Boerenbondlocatie op de lokale en regionale consumentenverzorging en detailhandelsstructuur. Dit mede omdat in verband met de benodigde aanpassing van het bestemmingsplan, de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen diende te worden. Omdat het initiatief vertraging heeft opgenomen, en er in de tussentijd het een en ander veranderd is in de toen in het rapport gebruikte gegevens, is een actualisatie van het rapport uit 2015 noodzakelijk geworden.

De volgende vragen staan evenals in 2015 centraal in het onderhavige, geactualiseerde onderzoek:

- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van dagelijkse artikelen in de plaats en de gemeente Oisterwijk momenteel opgebouwd?
- Wat zijn de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het supermarktaanbod in Oisterwijk?
- Wat zijn de effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de Lidl-supermarkt naar de beoogde locatie in combinatie met een herontwikkeling van dat gebied en de hier aanwezige Boerenbondwinkel op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in Oisterwijk en omgeving?

1.2 Het initiatief

In de plannen zal de Boerenbondwinkel in een kleinere vorm terugkomen en er wordt ruimte gemaakt voor de vestiging van een supermarkt. Het betreft hier een verplaatsing van de Lidl aan de Gemullenhoekenweg 29 in Oisterwijk van ca. 865 m² vvo. Een uitbreiding van Lidl op de huidige locatie is niet mogelijk. De beoogde nieuwe locatie zal wel voldoende ruimte bieden en kent daarnaast een betere bereikbaarheid en meer parkeergelegenheid. De Lidl zal in de nieuwe situatie ca. 1.345 m² vvo omvatten, wat neerkomt op een uitbreiding ten opzichte van de huidige vestiging van ca. 480 m² vvo. De Boerenbond zal verkleinen en in de nieuwe situatie ca. 1.600 m² bvo bedragen (exclusief buitenruimte).

De beoogde nieuwe locatie (planlocatie) ligt ten noorden van het spoor. Aan de andere kant van het spoor begint het kernwinkelgebied van het centrum van Oisterwijk. De huidige Lidl-locatie ligt ten oosten van het kernwinkelgebied aan de rand van het centrum. De Gemullenhoekenweg is een belangrijke fysieke barrière tussen Lidl en het centrum (De Lind). Daarnaast sluit de Lidl ook niet optimaal aan op De Lind, aangezien Lidl op enige afstand ligt. De Lind is eigenlijk een

uitwaaiert van het kernwinkelgebied, waardoor Lidl in de huidige situatie weinig synergiewerking heeft met het kernwinkelgebied.

Figuur 1.1: Omgevingskaart



Het KVL-terrein, een voormalige leerfabriek van ca. 11 ha groot, is voor een groot deel al herontwikkeld tot een terrein waar een mix van horeca, cultuur, zorg, onderwijs, wonen en detailhandel centraal staat. De herontwikkeling van het KVL-terrein is een belangrijk onderdeel van de leisure doelstellingen van de regio Midden-Brabant. Hier zal onder meer een cluster van kennisinstellingen (bedrijven, onderwijs en overheid) in de vrijetijdseconomie komen. De Boerenbondlocatie, zoals weergegeven op de volgende kaart, grenst direct aan het KVL-terrein. De Boerenbondlocatie vormt een belangrijke schakelfunctie en zal een belangrijke entreefunctie voor het centrum krijgen. Hiermee draagt het planinitiatief bij aan het versterken van de positie van het KVL-terrein. Bovendien versterkt het planinitiatief de ruimtelijke en functionele relatie tussen het centrum van Oisterwijk en het KVL-terrein.

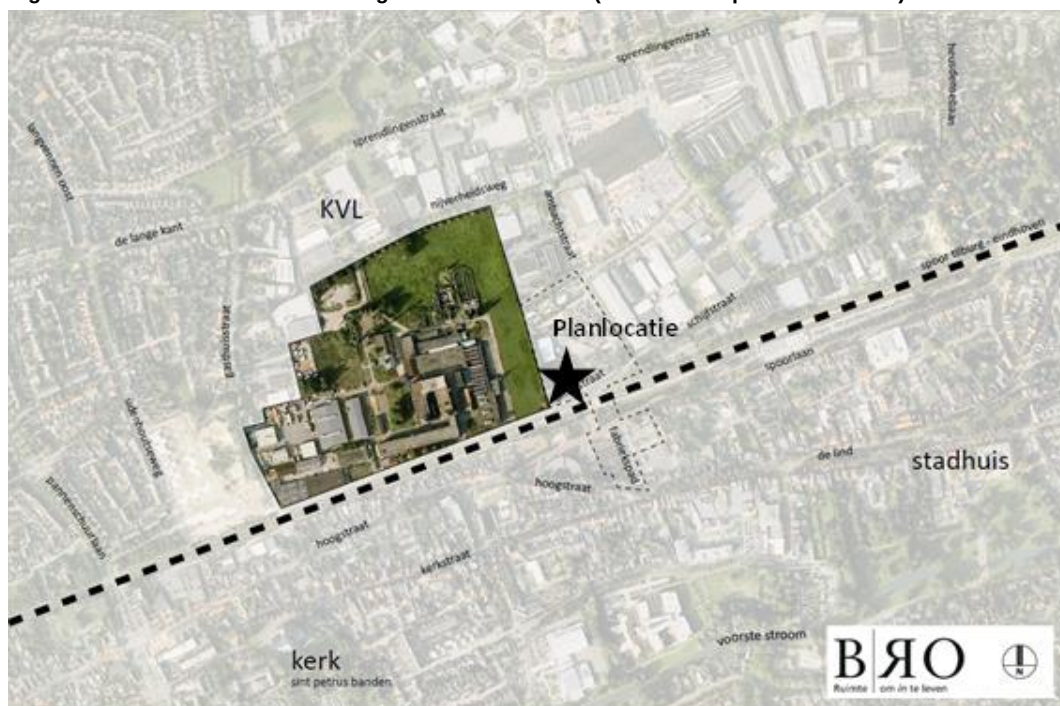
In het masterplan voor het KVL-terrein¹ wordt de verbinding met het centrum van Oisterwijk als belangrijk aandachtspunt benoemd. De Boerenbond-locatie ligt op een strategische plek in deze relatie. De spoorwegovergang aan de Almystraat zal de belangrijkste verbinding gaan vormen tussen het centrum en het KVL-terrein.

De afstand tussen de beoogde Lidl-supermarkt op de Boerenbond-locatie en het centrum is klein. Via het Fabriekspad is de Dorpsstraat op korte afstand te bereiken. De Boerenbond-locatie heeft een goede zichtrelatie vanuit de Ambachtsstraat en vanuit het centrum. Het centrum krijgt er dus een goed bereikbaar en zichtbaar bronpunt bij.

Daarnaast wordt de entreefunctie van het centrum sterk verbeterd met de ontwikkeling van de Boerenbond-locatie. De verbreding van de spoorwegovergang met verfraaiing van straatmeubilair en een betere geleiding van langzaam en snel verkeer betekent een meer comfortabele en verkeersveilige verbinding tussen centrum en het KVL-terrein.

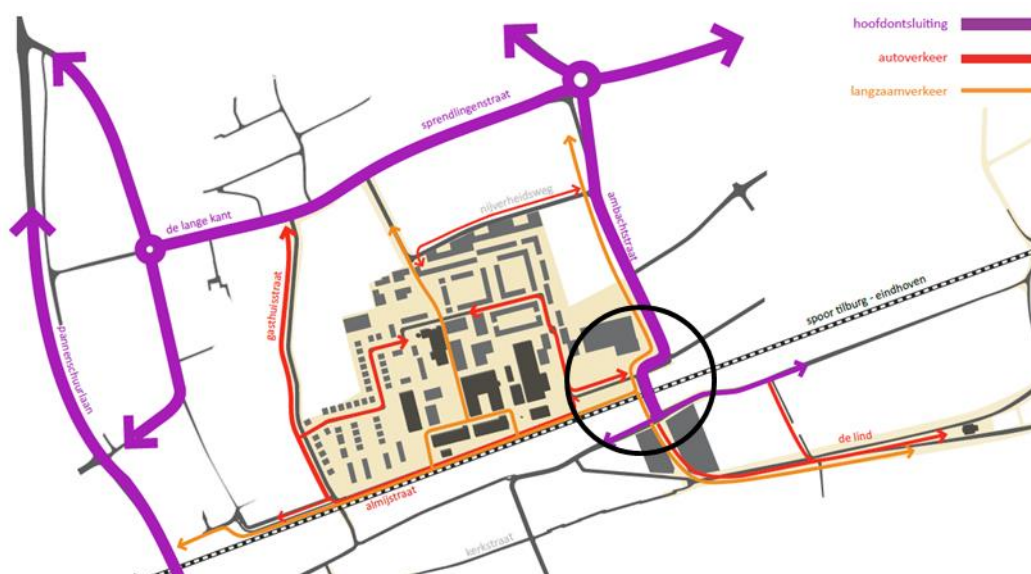
¹ De leerfabriek, masterplan, beeldkwaliteitplan, stedenbouwkundigplan, KVL-terrein Oisterwijk (2013)

Figuur 1.2: Plankaart herontwikkeling Boerenbondlocatie (Bron: Masterplan KVL-terrein)



De Ambachtsstraat is de ontsluitingsweg van en naar de N65, het KVL-terrein en het bedrijven-terrein. De huidige verkeerssituatie met de T-splitsing op de Almystraat ten noorden van de spoorwegovergang is beknellend. Door de Ambachtsstraat vanaf de spoorwegovergang recht-door te trekken, ontstaat een optimale verkeersontsluiting. De planlocatie heeft dus een belangrijke verbindende functie. Momenteel zijn er werkzaamheden om deze straten aan te pakken. Deze zijn vooral aan de noordkant van het spoor, de huidige Schijfstraat, Ambachtstraat en een stukje van de Almystraat. Bovendien wordt het kruispunt Blokshekken/Spoorlaan (bij de Jumbo) aangepakt.

Figuur 1.3: Verbindingen (Bron: Masterplan KVL-terrein)



De Lidl op de beoogde nieuwe locatie zal een belangrijke verzorgende functie hebben voor de inwoners van het KVL-terrein. Daarnaast zal de Lidl in de nieuwe situatie van meer toegevoegde waarde zijn voor het centrum en meer samenhang creëren met de bestaande Jumbo-supermarkt.

Ten aanzien van de huidige locatie Gemullenhoekenweg is het belangrijk met de verplaatsing van de Lidl de supermarktbestemming van het pand wordt afgehaald. Omdat Lidl zelf eigenaar van het huidige pand is en de gemeente Oisterwijk positief staat tegenover functietransformatie, zal dit geen problemen geven.

2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN

In dit hoofdstuk worden eerst de belangrijkste conclusies van het onderzoek naar de distributieplanologische mogelijkheden voor en effecten van de uitbreiding en verplaatsing van de Lidl-supermarkt in Oisterwijk samengevat weergegeven. Verder wordt de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen en is er aandacht voor de recente ontwikkelingen rondom de Europese Dienstenrichtlijn.

2.1 Conclusies analyses

De belangrijkste conclusies uit het onderzoek worden aan de hand van de vraagstelling weergegeven.

Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van dagelijkse artikelen in de plaats en de gemeente Oisterwijk momenteel opgebouwd?

- De dagelijkse artikelensector in de gemeente Oisterwijk kent in totaliteit een relatief bescheiden omvang.
- Sinds 2015 is het aantal winkels en de omvang van de verkoopp ruimte in deze sector afgenomen. De Aldi in Moergestel is gesloten.
- De omvang van het dagelijkse aanbod in Oisterwijk ken is eveneens beperkt voor een kern met ca. 20.150 inwoners.
- Oisterwijk kern beschikt momenteel over twee supermarkten in het discount/prijsvriendelijke segment, te weten Lidl en Nettorama en vier supermarkten in het midden-/service segment, te weten Jumbo (2), Albert Heijn en Attent. In Moergestel is Jumbo aanwezig. De consument in de gemeente Oisterwijk heeft daarmee een ruim en naar formule gedifferentieerd supermarktaanbod.
- In de gemeente is sprake van een redelijk grote leegstand van winkelpanden, maar in de kern Oisterwijk is de leegstand tamelijk gering. Geen van de aanwezige lege panden is qua omvang en/of locatie geschikt voor de vestiging van een supermarkt.
- Het aantal inwoners van zowel de gemeente als kern Oisterwijk ligt momenteel hoger dan de prognoses aangaven. Voor de nabije toekomst wordt een geringe verdere groei verwacht, die groei zal met name in Oisterwijk kern plaats vinden.

Wat zijn de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het supermarktaanbod in Oisterwijk?

- Uit de benadering van het functioneren van de dagelijkse sector in Oisterwijk kern volgt het aanwezige aanbod in dagelijkse artikelensector momenteel gemiddeld goed functioneert.
- Naar de toekomst toe is er theoretisch ca. 410 m² wvo distributieve ruimte aanwezig is ter uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod. Dit is bij benadering voldoende voor de gewenste uitbreiding.

Wat zijn de effecten van de verplaatsing en uitbreiding van de Lidl-supermarkt naar de beoogde locatie in combinatie met een herontwikkeling van dat gebied en de hier aanwezige Boerenbondwinkel op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in Oisterwijk en omgeving?

- De beoogde schaalvergroting en modernisering van de supermarkt speelt in op de algemene trends en ontwikkelingen in het aanbod en op de behoefte van de consument aan keuzemogelijkheden, comfort en beleving.
- De verplaatsing van de Lidl-supermarkt naar een nieuwe, beter bereikbare en centrale locatie, draagt positief bij aan een versterking van de detailhandelsstructuur. Het planinitiatief zorgt voor meer complementariteit met de bestaande detailhandel in het centrum van Oisterwijk. Het is bovendien te verwachten dat een Lidl supermarkt ten noorden van het spoor meer bezoekers trekt uit de regio.
- De boerenbond-locatie is een belangrijk schakelpunt in de verbinding tussen het te ontwikkelen KVL-terrein en het centrum van Oisterwijk. Herontwikkeling van de boerenbond-locatie zal dit huidige, weinig aantrekkelijke tussengebied omvormen tot een meer aantrekkelijk gebied. De verplaatsing van de Lidl supermarkt naar deze locatie versterkt dan ook de relatie tussen het centrum en het KVL-terrein.
- Het planinitiatief heeft niet alleen een belangrijke entreefunctie voor het KVL-terrein. Door toevoeging van een bronpunt² met goede bereikbaarheid, zichtbaarheid en voldoende parkeerplaatsen wordt ook de entreefunctie van het centrum versterkt. Daarnaast draagt de verbetering van de verkeersontsluiting en van de spoorwegovergang bij aan het opwaarderen van de entreefunctie van het centrum.
- De nieuwe situatie biedt een betere bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid voor consumenten ten opzichte van de oude locaties in Oisterwijk. Ook verbetert door verplaatsing het woon- en leefklimaat voor de inwoners van het omringende woongebied van de huidige locatie (minder verkeer).
- Het effect van de verplaatsing van de Lidl in Oisterwijk op de structuur van het boodschappenaanbod in de gemeente Oisterwijk en omgeving zal gering zijn. De uitbreiding zal niet leiden tot significante omzetverschuivingen voor het bestaande aanbod.
- Naar verwachting merken vooral de kleinere supermarkten in Oisterwijk en omgeving de (beperkte) effecten. Echter, ook gezien de naar verwachting reeds sterke oriëntatie op het supermarktaanbod in Oisterwijk en het feit dat deze supermarkten beschikken over een 'eigen' marktgebied zullen de effecten niet dusdanig zijn dat een van deze supermarkten in zijn bestaan bedreigd wordt. Maar zelfs al zou er een supermarkt verdwijnen, dan nog komt de verzorgingsstructuur niet in gevaar. Het versnelt hooguit het proces dat deels ook wordt veroorzaakt door trends zoals schaalvergroting, gemak en mobiliteitseisen, veroudering ondernemersbestand, etc..
- Het effect indien geen verplaatsing plaatsvindt, is dat Boerenbondvestiging eveneens niet gemoderniseerd wordt. Hierdoor bestaat de kans dat de Boerenbond zich elders (perifeer) gaat vestigen waardoor een publiekstrekker voor het centrum verdwijnt. Het eventueel verdwijnen van een supermarkt en een Boerenbond is een negatieve ontwikkeling voor zowel het KVL-terrein als het centrum.

² Een bronpunt is de plek waar bezoekers hun bezoek aan een winkelgebied beginnen en eindigen. Gewoonlijk betreft het een locatie met een sterk publiek aantrekkend (winkel)aanbod in combinatie met parkeermogelijkheden.

2.2 Juridisch-planologische aspecten

2.2.1 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Bij de beoogde relocatie van de Lidl gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het om detailhandelsontwikkelingen gaat en omdat er sprake is van functieverandering en nieuwbouw van een zekere omvang³.

Per 1 juli 2017 luidt de tekst van het tweede lid van art. 3.1.6: *“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 stedelijke gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien”*.

Aangezien de Boerenbondlocatie is het stedelijke gebied van Oisterwijk ligt, beperkt de toelichting zich tot de behoefte. Lid 4 van art. 3.1.6 geeft ten aanzien van de behoefte overigens nog het volgende aan: *Een onderzoek naar de behoefte als bedoeld in het tweede lid, heeft, in het geval dat een bestemmingsplan als bedoeld in het tweede lid ziet op de vestiging van een dienst als bedoeld in [artikel 1 van de Dienstenwet](#) en dit onderzoek betrekking heeft op de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van die vestiging, slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.*

Voor wat betreft de behoefte moet op basis van onderhavige rapportage geconstateerd worden dat er in Oisterwijk naar de toekomst theoretisch voldoende distributieve ruimte bestaat voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector. Er wordt daarmee in kwantitatieve zin voorzien in de behoefte. Ook in kwalitatieve zin speelt het initiatief in op de behoefte. De uitbreiding en schaalvergroting zal bijdragen aan een betere consumentenverzorging omdat ingespeeld wordt op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument). De consumenten in Oisterwijk, en de nieuwe bewoners van het KVL-terrein specifiek, krijgen de beschikking over een moderne supermarkt die centraal gelegen is en een goede bereikbaarheid heeft. De supermarktversterking betekent tevens een impuls voor de in het centrum gevestigde winkels. Ook zal de supermarkt, met bijbehorende parkeerplaats, als bronpunt kunnen dienen voor centrumbezoekers.

Het is op voorhand niet uit te sluiten dat er door de veranderende concurrentieverhoudingen er effecten zullen zijn op bestaande supermarkten of andere dagelijkse artikelenwinkels in Oisterwijk of omgeving. Het is echter onwaarschijnlijk dat door het initiatief bestaand aanbod verdrongen wordt. Maar zelfs in het onwaarschijnlijke geval dat er een supermarkt zou verdwijnen uit Oisterwijk, dan nog blijft een goede supermarktstructuur gewaarborgd. De effecten op de consumentenverzorging of de detailhandelsstructuur van het initiatief zijn daarmee aanvaardbaar.

³ ABRS 5 maart 2014, 201303469/1/R3 (Ekkersrijt, Son en Breugel)

Specifiek geldt dat de ontwikkeling in hoge mate bijdraagt aan een verbetering van de verbinding tussen het KVL-terrein en het centrum van Oisterwijk. In het masterplan voor het KVL-terrein is de Boerenbondlocatie dan ook als studiegebied omschreven. De vestiging van een supermarkt in het studiegebied wordt in het masterplan beschouwd als positief voor zowel de ontwikkelingen van het KVL-terrein als het centrum. Wel wordt aangegeven dat het om een verplaatsing van een bestaande supermarkt uit Oisterwijk dient te gaan. Lidl is daarmee een geschikte kandidaat. De Boerenbondlocatie kan tot een aantrekkelijk gebied transformeren en daarmee als intermediair of stepping stone functioneren tussen het centrum en het KVL-terrein. Hiermee kan ook de entree tot het centrum een passende functie en uitstraling krijgen.

De gemeente is bovendien voornemens de verbinding tussen de Boerenbondlocatie en het KVL-terrein te verbeteren. Verbreding van de overgang met verfraaiing van straatwerk en betere geleiding van de diverse verkeersdeelnemers (zone voor voetgangers, fietsers/brommers en auto's apart) betekent een meer comfortabele en verkeersveilige verbinding tussen centrum en KVL. Dit betekent in de toekomst tevens een betere samenhang tussen de Boerenbond en de supermarkt en het centrum. Zo gezien is er sprake van een positief effect op het leef-, woon- en ondernemersklimaat.

De verplaatsing van de Lidl naar de nieuwe locatie zal in eerste instantie leegstand veroorzaken op de bestaande supermarktlocatie. De hervestiging van een supermarkt in dit pand zal juridisch-planologisch uitgesloten worden. Dit pand is in eigendom van Lidl en deze organisatie is voornemens het bestaande pand te transformeren naar een andere functie. De omliggende dagelijkse winkels zullen mogelijk op termijn weinig toekomstperspectief meer hebben na verplaatsing van Lidl op termijn, en een transformatie naar niet-winkelfuncties is waarschijnlijk. Het initiatief zal daardoor niet zorgen voor meer leegstand. Wel zal het kernwinkelgebied compacter worden.

Verder dient vermeld te worden dat het initiatief past in de uitgangspunten van het detailhandelsbeleid van de betrokken overheden (faciliteren dynamiek, concentratie voorzieningen).

2.2.2 Ten slotte

Er is in Oisterwijk voldoende distributieve ruimte aanwezig voor uitbreiding van het dagelijks aanbod om de uitbreiding van Lidl te verantwoorden. In kwalitatieve zin draagt de ontwikkeling bij aan een versterking van het supermarktaanbod in Oisterwijk en daarmee de consumentenverzorging. De Boerenbondlocatie zal een belangrijke entreefunctie krijgen voor zowel het KVL-terrein als het centrum, waarbij de supermarkt een centrale rol in zal spelen. Daarnaast is een moderne Lidl-supermarkt op de beoogde locatie een belangrijke trekker voor het kernwinkelgebied in het centrum van Oisterwijk. Via combinatiebezoek zal het bestaande aanbod in het centrum daardoor ook versterkt worden.

De modernisering van de supermarkt speelt tevens in op de trends en ontwikkelingen op het gebied van vraag en aanbod, zoals de vraag naar gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument en schaalvergroting. Het initiatief voorziet daarmee vooral in kwantitatieve zin in de behoefte van de inwoners en levert een positieve bijdrage aan het woon-, leef-, en ondernemersklimaat in Oisterwijk. Daarnaast zijn er niet of nauwelijks negatieve effecten op het functioneren van het bestaande aanbod en de leegstand elders in Oisterwijk of omgeving te verwachten. Kortom, het initiatief resulteert per saldo in een structurele versterking van het voorzieningenaanbod en het leefmilieu in Oisterwijk.

3. ANALYSE

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies van de marktmogelijkheden en effecten zoals behandeld in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een aanbodanalyse gemaakt van het gevestigde aanbod in de branchegroep dagelijkse artikelen in Oisterwijk en de relevante kernen in de directe omgeving. Vervolgens wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op de dagelijkse artikelensector, beleidskaders, plannen en initiatieven in de omgeving en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden vervolgens gebruikt voor het benaderen van het functioneren en de distributieve ruimte voor een uitbreiding van het aanbod en de effecten van het initiatief op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur.

3.1 Aanbodanalyse

Aangezien de ontwikkeling vooral draait om de verplaatsing en uitbreiding van een supermarkt staat in de analyse de dagelijkse artikelensector centraal. De dagelijkse sector bestaat uit zowel zaken in levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelen speciaalzaken) als in persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën). Ook wordt de leegstand in Oisterwijk in kaart gebracht. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner⁴.

3.1.1 Aanbod gemeente en kern Oisterwijk

Gemeente

De dagelijkse sector in de gemeente Oisterwijk bestaat uit 34 winkels met een totale omvang van ca. 9.160 m² wvo, verdeeld over de kernen Oisterwijk en Moergestel. Per 1.000 inwoners bedraagt het winkelaanbod ca. 350 m² wvo. Het landelijk gemiddelde bedraagt ca. 377 m² wvo. In vergelijking tot het landelijk gemiddelde heeft de gemeente Oisterwijk daarmee een qua omvang beneden gemiddeld aanbod. Ten opzichte van 2015 is de omvang van het aanbod per saldo afgenomen met 12 winkels en 325 m² wvo.

Tabel 3.1: Aanbod gemeente Oisterwijk naar kern

	Levensmiddelen		Persoonlijke Verzorging		Totaal Dagelijks	
	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo
Oisterwijk	23	6.633	6	999	29	7.632
Moergestel	4	1.343	1	185	5	1.528
Dagelijkse artikelen	27	7.976	7	1.184	34	9.160

Oisterwijk-kern

De kern Oisterwijk telt ca. 29 winkels met een totale omvang van ruim 7.600 m² wvo in de dagelijkse sector. Dit betekent een aanbod van ca. 379 m² wvo per 1.000 inwoners. Ten opzichte van het landelijke gemiddelde voor plaatsen met 15.000 tot 20.000 inwoners (414 m² wvo) of 20.000-30.000 inwoners (403 m² wvo) is de verkoopprijsruimte per 1.000 inwoners beperkt van omvang.

⁴ Checkdatum medio augustus 2018.

Tabel 3.2: Aanbod kern Oisterwijk naar hoofdbranche ten opzichte van vergelijkbare plaatsen

	Kern Oisterwijk (20.141 inwoners ⁵)			Plaatsen met 15.000 tot 20.000 inwoners		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per
			per winkel			winkel
Levensmiddelen	23	6.633	288	25	6.913	277
w.v. supermarkt	6	5.922	987	5	5.059	1.012
Persoonlijke verzorging	6	999	167	6	1.049	167
Totaal Dagelijkse artikelen	29	7.632	263	31	7.962	255

In vergelijking met 2015 is de omvang van de verkoopruimte vrijwel gelijk gebleven (toen 7.603 m² wvo), maar het aantal winkels is fors afgenomen (- 8). Er is dus sprake geweest van schaalvergroting.

In de kern Oisterwijk zijn naast het centrum nog twee andere winkelgebieden te onderscheiden, namelijk De Kuil en Pannenschuurplein. Winkelgebied De Kuil bestaat uit een Nettorama van 980 m² wvo, aangevuld met een bakker en een winkel in zoetwaren. De Nettorama heeft geen optimale ligging. Het Pannenschuurplein is een buurtcentrum met een Jumbo en Jumbo slijter van gezamenlijk 1.071 m² wvo. Het centrum van Moergestel heeft Jumbo van 1.245 m² wvo als belangrijkste trekker. Deze worden aangevuld met een bakkers, een slager, een slijter en een drogist. Het overige aanbod is verspreid gelegen.

Supermarkten

De belangrijkste dagelijkse publiekstrekkingen binnen de dagelijkse artikelensector zijn de supermarkten (6 in Oisterwijk, 1 in Moergestel). Zij hebben samen een totale omvang van ruim 7.170 m² wvo, iets meer dan in 2015. Bovenaan de hiërarchie van winkelgebieden staat het centrum van Oisterwijk. Hier zijn de Albert Heijn van 1.370 m² wvo, Jumbo van 1.425 m² wvo en Lidl 865 van m² wvo de belangrijkste trekkers.

De belangrijkste mutaties sinds 2015 in het supermarktaanbod zijn het vertrek van de Aldi uit Moergestel, de omzetting van de Emté-supermarkten naar de Jumbo-formule en de vergroting van de Jumbo's in Moergestel en Oisterwijk (Fabriekspad).

Tabel 3.3: Supermarktaanbod gemeente Oisterwijk

Naam	Adres	Woonplaats	wvo (m ²)	Winkelgebied
Jumbo	Rootven 38	Moergestel	1.245	Centrum Moergestel
Albert Heijn	Dorpstraat 30	Oisterwijk	1.370	Centrum Oisterwijk
Emté	Pannenschuurplein 32	Oisterwijk	1.050	Pannenschuurplein
Attent Gillis	Prinses Marijkestraat 16	Oisterwijk	232	Bebouwde kom
Jumbo	Fabriekspad 1	Oisterwijk	1.425	Centrum Oisterwijk
Lidl	Gemullenhoekenweg 29	Oisterwijk	865	Centrum Oisterwijk
Nettorama	De Kuil 1	Oisterwijk	980	De Kuil

⁵ Aantal inwoners per 30-4-2019. Kern Oisterwijk inclusief de 307 inwoners van Heukelom.

Figuur 3.1: Supermarktstructuur gemeente Oisterwijk



3.1.2 Leegstand

In de gemeente Oisterwijk staan 29 panden leeg, met een totale omvang van ruim 6.800 m² wvo. Dit komt neer op ca. 267 m² wvo per 1.000 inwoners. Landelijk bedraagt de leegstand gemiddeld ca. 182 m² wvo per 1.000 inwoners, waardoor de leegstand in Oisterwijk ten opzich-

te van het landelijk gemiddelde relatief wat hoger ligt. Dit wordt met name veroorzaakt door de leegstand van enkele grotere panden in zowel Oisterwijk als Moergestel. De onderstaande tabel geeft een overzicht van de grootste leegstaande panden in de gemeente Oisterwijk. De panden Kerkstraat 57 van 1.176 m² wvo en Heusdensebaan 50 van 880 m² wvo zijn de twee grootste leegstaande panden van de gemeente Oisterwijk.

Tabel 3.4: Top 5 grootste leegstaande panden gemeente Oisterwijk

Adres	Woonplaats	wvo (m ²)	Winkelgebied
Kerkstraat 57	Oisterwijk	1.176	Bebouwde kom
Heusdensebaan 50	Oisterwijk	880	Bebouwde kom
Schoolstraat 27	Moergestel	791	Centrum Moergestel
Raadhuisstraat 1	Moergestel	608	Centrum Moergestel
Fabriekspad 3	Oisterwijk	488	Centrum Oisterwijk

In de gemeente Oisterwijk staat ca. 6,5% van het aantal panden leeg en ca. 9,2% van het aantal m² wvo. In de kern Oisterwijk staat ca. 5,4% van het aantal panden leeg en ca. 6,4% van het aantal m² wvo. In vergelijkbare plaatsen staat circa 6,5% van de panden leeg en 7,1% van het aantal m² wvo. De leegstand in Oisterwijk kern is dus relatief beperkt.

3.1.3 Aanbod in de regio

In de directe omgeving van Oisterwijk zijn meerdere supermarkten gevestigd. In het centrum van Haaren zijn bijvoorbeeld twee supermarkten aanwezig, evenals in het centrum van Berkel-Enschot. Met de realisatie van een nieuw winkelcentrum in Laatstgenoemde plaats zullen ook de beide supermarkten groter worden. Udenhout telt 3 supermarkten, waarvan twee in het centrum.

Tabel 3.5: Supermarktaanbod in de regio

Formule	Adres	Kern	wvo (m ²)	Winkelgebied
Albert Heijn	Mgr. Bekkersplein	Haaren	1.065	Centrum Haaren
Jumbo	Driehoeven 56	Haaren	1.132	Centrum Haaren
Albert Heijn	Heuneind 21	Berkel-Enschot	810	Centrum Berkel-Enschot
Jumbo	Eikenbosch 17	Berkel-Enschot	779	Centrum Berkel-Enschot
ALDI	Tongerplein 23	Udenhout	497	Centrum Udenhout
Jumbo	Kreitenmolenstraat 149	Udenhout	1.115	Kreitenmolenstraat
Plus	Tongerloplein 19	Udenhout	760	Centrum Udenhout

3.2 Trends en ontwikkelingen

Trends in consumentengedrag⁶

- Veel consumenten verlangen tegenwoordig verantwoorde producten die gemakkelijk te bereiden of kant-en-klaar zijn op de momenten die voor de consument logisch zijn. Er wordt minder tijd dan voorheen besteed aan het boodschappen doen en het bereiden van een maaltijd. Maaltijdboxen en foodserviceconcepten stijgen dan ook in populariteit. Daarnaast zijn afhaalpunten in opkomst.
- De verandering in samenstelling van huishoudens en de vergrijzing zorgen ervoor dat er andere doelgroepen gaan ontstaan. In Nederland bereikt de vergrijzing een hoogtepunt in 2040, wanneer het land 4.8 miljoen 65-plussers telt. Deze nieuwe senioren hebben naar verwachting andere koopgewoonten dan de huidige generatie 65-plussers. Maar zij blijven behoefte hebben aan dagelijkse artikelen. Bekend is in ieder geval dat de 65-plussers geld over hebben voor gezonde en luxe voeding. Zij besteden ook niet minder in supermarkten dan de andere leeftijdsgroepen, maar kopen wel relatief veel dicht bij huis (bij de winkels in de eigen kern of wijk).
- Inzicht in hoe producten gemaakt worden, wat er aan zouten, vetten en suikers is toegevoegd en waar de grondstoffen vandaan komen, is tegenwoordig belangrijk voor de consument. Door deze bewustwording groeit het biologische segment en is er veel transparantie door ratingssites en keurmerken.
- De bestedingen in de dagelijkse artikelensector nemen al geruime tijd jaarlijks gestaag toe (om en nabij 2% per jaar). In 2017 was er zelfs sprake van een toename van 3% en dat geldt ook voor de eerste helft van 2018⁷. De omzet van de supermarkten groeit daarbij veel sterker dan de omzet van de levensmiddelen speciaalzaken.
- De consument koopt steeds meer levensmiddelen online. Toch is het aandeel online, ten opzichte van de totale omzet in de dagelijkse artikelensector, nog altijd zeer beperkt (ca. 2% in 2017). Uit onderzoek van Supermarkt & Ruimte blijkt dat het aandeel online bij geen enkele supermarkt-artikelgroep boven de 5% uitkomt⁸. Er is veel onzekerheid over de ontwikkeling van de online boodschappen en met name de rol van het afhaalpunt hierin. Een snelle groei zou mogelijk zijn door de opmars van innovatieve concepten als Picnic of Hello Fresh. Maar de groei kan ook achter blijven omdat online aankopen geen prijsvoordeel opleveren, er geen ruimere keus is en de webshops niet of nauwelijks winst opleveren voor de exploitanten. Bovendien kent Nederland een zeer hoge dichtheid aan supermarkten en andere dagelijkse artikelenwinkels, waardoor de consument voor de dagelijkse inkopen gewoonlijk dus geen grote afstanden afgelegd dienen te worden.

Ontwikkeling in de sector dagelijkse artikelen

De dagelijkse artikelen sector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder zijn de laatste jaren sterk in beweging:

- De afgelopen jaren heeft over de hele linie schaalvergroting plaatsgevonden. Voor een rendabel functioneren is vaak een groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² vwo. terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.500 m² vwo omvatten⁹.

⁶ Onder meer gebaseerd op Rabobank (2017), Cijfers en Trends, Supermarkten.

⁷ Bron: CBS

⁸ Supermarkt en Ruimte (2015). Online supermarktomzet deert omzet fysieke supermarkt (nog) niet.

⁹ Detailhandel.info (2017). Supermarkten.

- Binnen de levensmiddelensector vormen supermarkten ca. 80% van het aandeel voor wat betreft omzet en werkgelegenheid. Qua vloeroppervlak is dit aandeel ca. 70%. Het markt-aandeel van supermarkten ten opzichte van de speciaalzaken is al jaren gegroeid.
- De concurrentie voor (traditionele) supermarkten neemt toe. Enerzijds komen er door branchevervaging steeds meer aanbieders op de markt met een dagelijks assortiment, zoals Ikea, Xenos of Action, Anderzijds groeit ook het aandeel online. Daarnaast doen supermarkten zelf ook aan branchevervaging / *blurring* door zich steeds meer te vermengen met horeca, zoals de integratie van La Place door Jumbo¹⁰ of de actiematige verkoop van non-foodartikelen (Aldi, Lidl).
- Het merendeel van de online-verkoop wordt nog thuisbezorgd, maar verliest wel aandeel aan afhaalpunten. De belangrijkste reden hiervoor is dat de consument bij voorkeur zelf bepaalt wanneer hij of zij de boodschappen afhaalt. Een aantal grote supermarktketens oriënteert zich steeds meer op afhaalpunten terwijl tegelijkertijd nieuwe concepten starten die wel boodschappen thuis leveren zoals de online supermarkt Picnic en de maaltijdboxen van onder andere Hello Fresh.
- Supermarkten hebben te maken met een hybride consument. Een supermarkt moet daarom of zo goedkoop mogelijk zijn, of een meerwaarde creëren om consumenten te trekken¹¹. Daarnaast ontstaan concepten met een hoge toegevoegde waarde, zoals het bieden van volledige service. Conceptontwikkeling is essentieel en hierbij moet worden ingespeeld op de locatie en de klanten die er komen.
- Mede door het veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn), een toename van gespecialiseerde supermarkten (Marqt en Estafette, allochtone supermarkten) en kleinere gemakswinkels (Spar, AH to go en Jumbo City Stores).

Conclusie

De consument wil enerzijds meerwaarde in de vorm van service, comfort, beleving en hoogwaardige producten en anderzijds verlangt de consument goedkope producten. Een modern supermarktaanbod past dus bij deze hybride consument. Het initiatief van de uitbreiding en modernisering van de Lidl in Oisterwijk speelt in op de trends en ontwikkelingen in zowel consumentengedrag als aanbod omdat de winkel groter en moderner wordt en daardoor meer keuzemogelijkheden (ook naar prijs) en winkelcomfort kan bieden. De beoogde ruime parkeermogelijkheden sluiten ook aan op de consumentenwensen, aangezien de boodschappen nog altijd vaak met de auto gedaan worden.

3.3 Beleidskaders

3.3.1 Provinciaal

In eerdere versies van de Verordening Ruimte en in andere beleidsstukken zijn enkele aantal opmerkingen en spelregels opgenomen ten aanzien van detailhandel, zoals:

- Streef naar concentratie van detailhandel en voorkom verspreide bewinkeling.
- Scherp de toepassing van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' aan door detailhandelsontwikkelingen in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden te accommoderen.

¹⁰ Rabobank (2017), Cijfers en Trends, Supermarkten.

¹¹ Deloitte (2015). Consumentenonderzoek 2015.

- Wees terughoudend met perifere detailhandelsontwikkelingen (zowel wat uitbreiding als branchering betreft).

De provincie laat haar detailhandelsbeleid door de regio's in samenspraak met de provincie uitwerken in de regionale detailhandelsvisies. De kern van de afspraken is daarbij dat er per saldo geen winkelmeters meer bij mogen komen en dat de gemeenten inzetten op compacte(re) winkelgebieden in het centrum. Tegelijkertijd moet er ruimte blijven voor vernieuwing en innovatie. De provincie zorgt voor actuele informatie en analyses om zo de gemaakte afspraken te volgen.

Een van de afspraken is dat gemeenten bepaalde winkelplannen moeten afstemmen met omliggende gemeenten. Het gaat daarbij om grote winkels buiten het centrum. Ook brengt de provincie advies uit over dergelijke plannen en daarvoor is een retail adviescommissie ingesteld. Verder heeft de provincie het initiatief "Samen Hart voor de Zaak" met anderen opgepakt. Centraal hierin staan praktijkervaringen omtrent het omgaan met winkelleegstand en winkelgebieden.

Recent heeft de Gedeputeerde Staten van Noord-Brabant het ontwerp van de 'Wijziging Verordening ruimte 2014, actualisatie 2017 vastgesteld. Er zijn geen relevante wijzigingen ten aanzien van detailhandelslocaties aan sich. Wel zijn er gewijzigde afspraken vastgelegd ten aanzien van de regionale afstemming voor detailhandel. Deze zijn in navolgend kader ter kennisgeving opgenomen.

De afspraken als bedoeld in artikel 39.4, onder b, sub 3:

- a. worden ieder jaar uiterlijk 31 december gemaakt en in voldoende mate uitgewerkt ten behoeve van de verantwoording als bedoeld in artikel 4.7, derde lid;
- b. hebben betrekking op de aard en omvang van te (her)ontwikkelen of uit te breiden detailhandelslocaties;
- c. houden rekening met uitgangspunten als structuurversterking en concentratie van detailhandel;
- d. bevatten waar nodig afspraken en voorstellen over deprogrammeren, transformeren, de aanpak en het voorkomen van leegstand;
- e. bevatten voorstellen hoe wordt omgegaan met onverwachte ontwikkelingen waarmee nog geen rekening is gehouden in de afspraken;
- f. worden gemaakt in samenhang met het bepaalde van zorgvuldig ruimtegebruik als bepaald in artikel 3.1, tweede lid.

3.3.2 Regionaal

De regio Hart van Brabant heeft een relatief beperkte winkeloppervlakte ten opzichte van de andere Brabantse regio's. De regio is van mening dat het vooral belangrijk is dat nieuwe ontwikkelingen kwaliteit toevoegen en bijdragen aan het versterken van het aanbod en de structuur. Gezien de trends en ontwikkelingen en de plannen in omliggende regio's vindt de regio Hart van Brabant dat stilstand achteruitgang is.

Om de ontwikkelingen in de regio in goede banen te leiden, is een "Afsprakenkader Regio Hart van Brabant" opgesteld. Hierin is aangegeven dat de huidige verzorgingsstructuur zoveel mogelijk behouden dient te worden, en waar mogelijk versterkt. Hierbij staat winkelconcentratie centraal. Verder dient de koopkrachtafvloeiing naar de omliggende regio's en grote steden vermin-

derd te worden. Dit betreft met name de koopkrachtafvloeiing door recreatief winkelen. Er wordt benadrukt dat de verantwoordelijkheden van winkeliers en vastgoedeigenaren van bestaande winkelgebieden niet door de overheden moet worden overgenomen. De gemeenten en de provincie stellen zich faciliterend op en bewaken de kwaliteit van de openbare ruimte. Daarnaast leggen de gemeenten bij nieuwe detailhandelsontwikkelingen, en bij uitbreidingen van en investeringen in de bestaande winkelgebieden, indien mogelijk een koppeling met het belang voor het regionale speerpunt leisure. Dit is gerelateerd aan de ambitie van de regio Midden-Brabant om het grootste toeristische cluster van Europees formaat te worden.

Het voornaamste koopmotief van de consument en het type winkelgebied zijn sterk bepalend voor de wijze waarop aanbodversterking en kwaliteitsverbetering in verschillende winkelgebieden gerealiseerd kan worden volgens het afsprakenkader. Voor de winkelgebieden gericht op de dagelijkse artikelen zien de gemeenten een bepaalde minimale omvang als noodzakelijk voor het goed kunnen functioneren van een locatie of gebied. Deze omvang is echter niet eenduidig vast te stellen voor de regio, deze verschilt per buurt, wijk of kern. Het is echter wel een belangrijke basis dat een goed functionerende supermarkt aanwezig is.

Toekomstige nieuwe plannen voor uitbreiding/nieuwbouw van bovenlokale en bovenregionale winkelgebieden worden bestuurlijk afgestemd in het portefeuillehoudersoverleg Economische Zaken & Recreatie en Toerisme (PoHo EZ&RT) van de regio Hart van Brabant, waarbij de bijdrage van die plannen aan de regionale ambities voor detailhandel meegewogen wordt. Voor locaties/plannen met een vrijwel geheel lokaal verzorgingsgebied geldt dat alle gemeenten zelf hun afwegingen maken ten aanzien van locaties en plannen. Wel wordt melding gemaakt van deze locaties/plannen in het PoHo EZ&RT.

3.3.3 Lokaal

Detailhandelsstructuurvisie Gemeente Oisterwijk

In de visie wordt aangegeven dat Oisterwijk een sterk aantrekkelijke en onderscheidende uitstraling en sfeer heeft, divers aanbod voor frequente aankopen en een bijzonder hoogwaardig aanbod in mode en kunst. Hierdoor heeft het centrum ook een sterke positie in de regio. Als knelpunt wordt de kleine supermarkt (Jumbo) aan Fabriekspad genoemd, maar deze is inmiddels uitgebreid.

Met de opkomst van internetwinkelen, wordt bezoek aan het centrum meer een dagje uit. In de gemeente Oisterwijk is geen aanleiding om het aanbod uit te breiden, eerder moet op termijn rekening gehouden met verdere afname van winkels. Uitgangspunt in Oisterwijk is dat er vooral wordt ingezet op behoud en versterking van de kwaliteit in de verschillende winkelgebieden. Daarbij is het centrum van Oisterwijk het belangrijkste winkelgebied in de gemeente. Het beleid is daarom gericht op het verder versterken van de gunstige positie van het centrum. Dit houdt in zowel behoud van een zo compleet mogelijk boodschappenaanbod, als versterking van het toeristisch-recreatief winkelaanbod (diversiteit, kwaliteit), als onderdeel van het aantrekkelijke, levendige en historische centrum met andere centrumfuncties.

Het KVL-terrein is een bijzondere locatie in de detailhandelsstructuur. Reguliere detailhandel is hier niet toegestaan. Echter tussen het KVL-terrein en centrum wordt conform raadsbesluiten ruimte geboden voor vestiging van een (te verplaatsen) supermarkt en de reeds gevestigde Boerenbond.

3.3.4 Relatie beleid en het initiatief

Het initiatief levert een belangrijke bijdrage aan de herontwikkelingsopgave van het KVL-terrein in Oisterwijk. In de structuurvisie van de provincie Noord-Brabant wordt aangegeven dat ontwikkelingen die bijdragen aan herstructurering van bestaande (verouderde) voorzieningen in principe worden toegejuicht. Het initiatief zal bijdragen aan het versterken van de centrumpositie van Oisterwijk en de verbinding tussen de nieuwe wijk (KVL-terrein) en het centrum. Daarnaast draagt de ontwikkeling van het KVL-terrein in belangrijke mate bij aan de leisure doelstellingen van de regio Hart van Brabant.

3.4 Plannen en initiatieven

Los van het in de inleiding van dit rapport beschreven planinitiatief voor Oisterwijk, spelen er de volgende relevante andere planinitiatieven in Oisterwijk en omgeving.

- Het KVL-terrein zal verder worden herontwikkeld. Een mix van wonen, werken, leisure en detailhandel staat hier centraal. De komende tijd worden de straten rondom het terrein ontwikkeld en het U-gebouw wordt gesloopt.
- In Berkel-Enschot wordt het nieuwe winkelcentrum Koningsoord gebouwd. Het wordt een nieuw winkelcentrum van ruim 10.000 vierkante meter met appartementen. Zo'n 75 procent van de commerciële ruimten wordt ingevuld door de bestaande winkels uit het huidige winkelcentrum Eikenbosch. Daarnaast komt er een extra supermarkt.

3.5 Draagvlakontwikkeling

3.5.1 Bevolkingsomvang en –ontwikkeling

Het aantal inwoners van de gemeente Oisterwijk is gegroeid van 25.741 per 1-1-2015 naar 26.147 per 30-4-2019. Daarmee is de toenmalige prognose van de provincie Noord-Brabant voor 2020 (25.940 inwoners) al overtroffen en dat geldt ook voor de meest recente prognoses voor 2020 van de provincie, zoals onderstaande tabel aangeeft. Hieruit blijkt wel dat het inwonertal in de gemeente Oisterwijk tot 2030 nog licht zal toenemen. Na 2030 wordt een stabilisatie verwacht.

Tabel 3.6: Prognose bevolkingsontwikkeling gemeente Oisterwijk (afgerond)¹²

Gemeente Oisterwijk	2017	2020	2025	2030
Inwoners	25.936	26.010	26.085	26.175

De kern Oisterwijk had inclusief Heukelom per 30-4-2019 20.141 inwoners¹³. Aangezien de groei zich de komende jaren naar verwachting vrijwel volledig in de hoofdkern zal voordoen, wordt op basis van de provinciale prognose voor 2030 een inwonertal van 20.300 aangehouden.

¹² Bevolkingsprognose Noord-Brabant.

¹³ Bron: gemeente Oisterwijk

3.6 Functioneren en distributieve uitbreidingsruimte

Op basis van de resultaten van de vraag- en aanbodanalyse in de dagelijkse artikelen sector in Oisterwijk wordt in deze paragraaf een benadering gemaakt van het huidig en toekomstig (2030) economisch functioneren en de theoretische distributieve ruimte voor een uitbreiding van het aanbod. Voor de berekening zijn de volgende uitgangspunten ook nog van belang.

3.6.1 Uitgangspunten distributieve berekening

Koopkrachtbinding dagelijkse sector

BRO schat in dat het aanwezige aanbod door omvang en variatie het overgrote deel van de lokale koopkracht aan zich zal weten te binden. Weliswaar is er landelijk een trend waarneembaar dat de koopkrachtbinding gemiddeld langzaam afneemt, onder meer door de toegenomen mobiliteit, maar daar staat tegenover dat het aanbod in Oisterwijk deels gemoderniseerd is en wordt. Naar alle waarschijnlijkheid ligt de koopkrachtbinding tussen 90 en 95% en hier wordt daarom 92,5% aangehouden, ook naar de toekomst toe.

Koopkrachttoevloeiing dagelijkse sector

In het vorige rapport is aandeel omzet van buiten de kern Oisterwijk van 15% aangehouden. In de tussentijd is echter de Aldi in Moergestel verdwenen. Aangezien Oisterwijk met Lidl en Net-torama wel over discount/prijsvriendelijk supermarktaanbod beschikt, is het waarschijnlijk dat de koopkrachttoevloeiing uit Moergestel en omstreken is toegenomen. Daarom wordt nu een percentage van 17,5% aangehouden. In verband met het toenemend belang van het toeristisch-recreatieve bezoek aan Oisterwijk, onder meer aan het KVL-terrein, én de sterke aantrekkingskracht van een moderne, goed bereikbare Lidl-winkel op de consument, kan dit aandeel toene-men tot ca. 20%. Uit klantherkomstonderzoek van Lidl in 2015 bleek ook dat de tijdelijke vesti-ging ten noorden van het spoor aan de Heusdensebaan meer klanten uit de regio trok dan de vestiging aan de Gemullenhoekenweg¹⁴. Die tijdelijke vestiging trok 12% meer klanten van bui-ten Oisterwijk, waarvan 9% uit regio Oisterwijk¹⁵ en 3% van buiten regio Oisterwijk.

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. Maar er moet ook rekening gehouden worden met de toename van online verkoop van dagelijkse goederen. Hoewel het aandeel on-line in de dagelijkse sector nog relatief beperkt is, neemt dit wel toe. In het distributieve model strepen wij deze effecten tegen elkaar weg, en gaan ook in 2030 uit van het huidige beste-dingsniveau. Hiervoor gaan we uit van de landelijke gemiddelde bestedingen per persoon in dagelijkse artikelenwinkels in 2017, namelijk € 2.641,-¹⁶. Dit bedrag wordt met gecorrigeerd voor het besteedbaar inkomen in de gemeente Oisterwijk (+ 9% t.o.v. het landelijke gemiddelde)¹⁷. Uitgaande van een factor 0,4 voor het verschil komen de gecorrigeerde bestedingen per hoofd van de bevolking uit op € 2.736,-.

Vloerproductiviteit (omzet per m²wvo)

¹⁴ Bron: klantherkomstonderzoek Lidl Gemullenhoekenweg juni 2015 en Heusdensebaan juli 2015

¹⁵ Regio Oisterwijk: Haaren, Moergestel, Berkel Enscht, Udenhout, Biezenmortel, Helvoirt

¹⁶ Bron: Notitie Omzetkengetallen 2017 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek (Inretail/Panteia juni 2018)

¹⁷ Bron: CBS

Omdat Oisterwijk qua samenstelling een tamelijk gemiddeld dagelijks artikelenaanbod voor een kern van ca. 20.000 inwoners kent, wordt als indicatie voor een rendabel functioneren uitgegaan van het landelijke gemiddelde voor de sector (€ 7.984,-)¹⁸.

3.6.2 Distributieve berekening

In de volgende tabel is het huidig en toekomstig functioneren van het dagelijkse artikelenaanbod in de gemeente Oisterwijk weergegeven.

Tabel 3.7: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector kern Oisterwijk

	Huidig functioneren	Toekomstig functioneren
Aantal inwoners	Ca. 20.141	Ca. 20.300
Bestedingen per hoofd (€)	2.736	2.736
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	55,1	55,5
Koopkrachtbinding	92,5%	92,5%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	51,0	51,4
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	17,5%	20%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	10,8	12,8
Totale besteding (€ mln.)	61,8	64,2
Huidig wvo (m²)	7.632	7.632
Omzet per m² wvo (€)	8.095	8.410
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo)	7.984	7.984
Theoretisch haalbare m² wvo	7.740	8.040
Uitbreidingsruimte	Ca. 110	Ca. 410

De gemiddelde omzet per m² wvo in de dagelijkse sector in Oisterwijk bedraagt naar raming ca. € 7.955,-. Dit is vrijwel gelijk aan het landelijk gemiddelde. Dit betekent dat het gemiddeld goed functioneert maar dat er theoretische geen distributieve ruimte is aan te geven.

Naar de toekomst toe ontstaat wel enige distributieve ruimte (ca. 410 m² wvo). Dat is bijna voldoende voor de verplaatsing van de Lidl gepaard gaande uitbreiding van 480 m² wvo. Bij realisatie van de uitbreiding komt de omvang van het totale aanbod uit op 8.112 m² wvo en de gemiddelde omzet per m² wvo in 2030 op € 7.914. Dat is ca. 1% beneden het landelijke gemiddelde en het huidige niveau. Een dergelijke bescheiden daling wordt gewoonlijk tot het ondernemersrisico gerekend. Bovendien is dit te gering om verdringing van bestaand aanbod en daarmee een toename van de leegstand door het initiatief te verwachten.

Kwaliteit boven kwantiteit

Het bovenstaande 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 woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de 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.

¹⁸ Bron: Notitie Omzetkengetallen 2017

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 ont-wrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandels-structuur 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 uitbrei-dingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

3.7 Effecten

Effecten kern Oisterwijk algemeen

De huidige Lidl-vestiging in Oisterwijk ligt aan de rand van het centrumgebied (De Lind) op afstand van het kernwinkelgebied. Rond de Lidl zijn enige dagelijkse winkeltjes gevestigd, maar het cluster functioneert enigszins solitair. In lijn met het provinciaal, regionaal en lokaal beleid is het wenselijk zo min mogelijk solitaire/verspreide bewinkeling toe te staan. Concentratie van detailhandel in centra draagt bij aan een duurzame detailhandelsstructuur. Een Lidl-vestiging heeft meer toegevoegde waarde op de beoogde dan de huidige locatie, aangezien een supermarkt hier meer combinatiebezoek kan genereren met het centrum van Oisterwijk. Daarnaast zal een Lidl op de beoogde locatie meer ruimtelijke samenhang vertonen met de Boerenbond en de Jumbo-supermarkt.

De huidige Lidl is te klein naar de maatstaven van het bedrijf en een uitbreiding naar een moderne maat (en vorm) is op de huidige locatie niet mogelijk. De nieuwe locatie biedt wel de mogelijkheid om te komen tot een moderne winkel. Uit de berekening komt naar voren dat er bijna voldoende theoretisch distributieve ruimte bestaat voor uitbreiding van het dagelijks aanbod. Het is desalniettemin niet uit te sluiten dat het bestaand aanbod mogelijke effecten zal ondervinden. Deze effecten zullen zich naar verwachting vooral richten op het kleinschalig aanbod in de regio. Het toekomstperspectief van sommige van deze winkels is in het kader van de algemene trends en ontwikkelingen sowieso al onzeker. Het is daarom niet uit te sluiten dat er enig aanbod verdwijnt, zoals ook de laatste jaren al gebeurd is in Oisterwijk zelf. Vanuit de detailhandelsstructuur bezien is dit echter niet onaanvaardbaar voor de consumentenverzorging, er blijft immers voldoende aanbod aanwezig.

Mogelijke effecten zullen zich verder richten op directe concurrenten van Lidl, zoals de Net-torama. Deze winkel opereert in hetzelfde prijssegment als Lidl maar de winkel ligt ook op een nagenoeg solitaire en relatief slecht bereikbare locatie. Mocht deze zaak onverhoopt verdwij-nen, zal dat niet leiden tot negatieve effecten op de detailhandelsstructuur en de consumenten-verzorging. Er blijft in Oisterwijk nog altijd een ruim, modern en naar formule gedifferentieerd supermarktaanbod bestaan.

Het is verder niet uit te sluiten dat de Jumbo in het centrum effecten zal ondervinden. Er zal wellicht een deel van de omzet afvloeien naar Lidl, maar aan de andere kant kan de komst van Lidl ook tot synergiewerking leiden (combinatie full service en discounter), wat juist een positief effect heeft op de omzet van de Jumbo. De Albert Heijn in het centrum en de Jumbo in de wijk Pannenschuur bedienen een eigen marktsegment en/of -gebied, waardoor de effecten gering zullen zijn.

Geconcludeerd kan worden dat effecten op het bestaand supermarktaanbod niet uit te sluiten valt, maar deze zullen in geen geval leiden tot een onaanvaardbare aantasting van de detail-handelsstructuur of consumentenverzorging in Oisterwijk.

Ten aanzien van de achterblijvende winkels op de huidige locatie geldt dat het toekomstperspectief zal afnemen. De Lidl is voor de hier aanwezige op boodschappen doen gerichte winkels de belangrijkste trekker. Het is daarom niet uit te sluiten dat deze dagelijkse winkels als gevolg van de verplaatsing van Lidl op termijn zullen verdwijnen.

Effecten verplaatsing op het centrum van Oisterwijk

Het voorgaande gaf aan dat de effecten van de verplaatsing van Lidl naar de Boerenbondlocatie op de supermarkten in het centrum (Jumbo en Albert Heijn) per saldo positief zullen zijn. De nieuwe, beter bereikbare locatie van Lidl, in combinatie met een moderne omvang en betere winkelpresentatie zorgt er voor dat er meer koopkracht gebonden kan worden en meer koopkracht van buiten Oisterwijk getrokken kan worden.

Ook in kwalitatieve zin zal de verplaatsing van Lidl per saldo een positief effect hebben het aanbod in het centrum (zowel dagelijks als niet-dagelijks). De ontwikkeling van de Boerenbond/Lidl-locatie aan de noordzijde van het centrum/spoor creëert tevens een bronpunt voor centrumbezoekers. In combinatie met de ontwikkeling van de spoorovergang kan een betere ruimtelijke relatie ontstaan tussen de Boerenbond/Lidl en het centrum. Dit is tevens gunstig voor het combinatiebezoek. In z'n algemeenheid geldt dat hoe kleiner de afstand en hoe sterker de zichtrelatie is, des te groter de kans op combinatiebezoek tussen een supermarkt en andere winkels is. Dit is recentelijk nog eens opnieuw onderzocht:

In de kernverzorgende centra nemen de supermarkten een centrale rol in. Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. Een doorsnee-supermarkt trekt ca. 10.000 bezoekers per week. De andere foodspeciaalzaken, winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht van de supermarkten. Mede omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod. Recent onderzoek¹⁹ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een hoog niveau ligt.

- *Gemiddeld loopt ca. 50% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.*
- *Voorwaarde is wel dat het voorzieningenaanbod, dichtbij moet liggen (max. 80 meter) en zichtbaar moet zijn vanaf de entree van de supermarkt.*
- *Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten hoger dan bij klanten van discountsupermarkten.*

¹⁹ DTNP, Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten onder 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra, november 2016.

Effecten zonder verplaatsing

Andersom geredeneerd zullen er ook effecten ontstaan indien Lidl niet verplaatst naar de Boerenbondlocatie. De Boerenbondwinkel voldoet eveneens niet meer aan moderne maatstaven. Een renovatie is daardoor ook voor Boerenbond gewenst. De verplaatsing van Lidl naar de Boerenbondlocatie is een katalysator voor de herontwikkeling van de Boerenbond. Als Lidl niet verplaatst naar de Boerenbondlocatie bestaat de kans dat de Boerenbond zich elders vestigt, bijvoorbeeld perifeer aan het Sprendlingenpark of buiten Oisterwijk. Dit betekent dat een publiekstrekker voor het centrum verdwijnt.

Het ontbreken van een supermarkt en een Boerenbond is een gemiste kans voor zowel de herontwikkeling van het KVL-terrein als het centrum. Daarnaast is de ruimtelijke relatie tussen het KVL-terrein in de huidige situatie met het centrumaanbod weinig aantrekkelijk. Een verplaatsing naar de Boerenbondlocatie zorgt ervoor, zoals hiervoor aangegeven, dat een betere ruimtelijke relatie met het centrumaanbod ontstaat.

Omringende dorpen

De versterking van het supermarktaanbod in Oisterwijk zal er wellicht toe leiden dat er iets meer koopkracht uit Moergestel, Berkel-Enschot en Haaren getrokken zal worden. Voor alle drie geldt echter dat het lokale consumentendraagvlak voldoende groot is voor in ieder geval één service-supermarkt van moderne omvang. De effecten van het planinitiatief in Oisterwijk op de omringende dorpen blijven daardoor eveneens beperkt.

BIJLAGE

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten.

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse artikelen

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

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

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

