

Stein, Toetsing uitbreiding Aldi aan de Ladder voor duurzame verstedelijking

Ontwikkelingsmaatschappij KIBO BV



Stein, Toetsing uitbreiding Aldi aan de Ladder voor duurzame verstedelijking

Ontwikkelingsmaatschappij KIBO BV

Rapportnummer:	203X01141.080769_7
Datum:	17 mei 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevrouw S. Westerveld, de heer W. Huijers
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Centrumplan, supermarkten, nieuwvestiging, herbouw
Bron foto kaart:	Hollandse Hoogte 9
Beknopte inhoud:	Toetsing van de uitbreiding van de Aldi supermarkt in Stein, aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hiervoor is een studie verricht naar de marktruimte en economische effecten van relocatie en beperkte uitbreiding van de Aldi-supermarkt binnen het centrumplan 'Hart van Stein'.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. CONCLUSIES	6
3. AANBOD EN VRAAG	10
3.1 Inleiding	10
3.2 Kwaliteiten van het aanbod	11
3.3 Het aanbod kwantitatief	13
3.4 Vraagpotentieel	14
3.5 Koopstromen	16
3.6 Conclusie	17
4. BELEID, PLANNEN EN TRENDS	19
4.1 Beleid	19
4.2 Plannen in de regio	20
4.3 Trends en ontwikkelingen	21
4.4 Supermarkten en combinatiebezoek	22
4.5 Conclusie	23
5. MARKTRUIMTE	25
5.1 Marktruimte	25
5.2 Kwalitatieve overwegingen	27
5.3 Conclusie	28
6. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	29
6.1 Initiatief	29
6.2 Algemeen	29
6.3 Nieuwe stedelijke ontwikkeling	30
6.4 Actuele regionale behoefte	30
6.5 Conclusie trede 1 en 2	34
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Supermarktaanbod regio Stein	1
Bijlage 2: Definities	3

1. INLEIDING

Aanleiding

Het hoofdwinkelcentrum van Stein is in 2009 afgebrand en de winkels en andere voorzieningen zijn voor een beperkte tijdsduur ondergebracht in een tijdelijk onderkomen. De herbouw van het centrumplan is inmiddels gestart, onder de naam 'Hart van Stein'. Het onderzoek van BRO uit 2010¹ vormt de basis voor de omvang en de samenstelling van het detailhandelsprogramma in het 'Hart van Stein'.

De eerste fasen van het centrumplan 'Hart van Stein' worden momenteel gerealiseerd. In totaliteit wordt volgens het meest actuele plan ca. 11.500 m² bvo aan retail, horeca en dienstverlening gerealiseerd. Hiermee blijft het centrumplan als geheel, zeer ruim binnen de hiervoor toegestane ruimte in het bestemmingsplan Centrum van 14.500 m² bvo.

Supermarkten als trekkers

In het centrumplan 'Hart van Stein' is plaats voor twee moderne en complementaire supermarkten, die de trekkers zijn voor het hernieuwde centrum:

- Aldi zal in het centrum een nieuwe supermarkt betrekken met een oppervlak van ca. 1.018 m² winkelvloeroppervlak² (wvo) (1.328 m² bedrijfsvloeroppervlak³, bvo); een vergroting met 289 m² wvo t.o.v. de huidige omvang van de tijdelijke (nood)winkel van 729 m² wvo.
- Jumbo zal in het centrum een nieuwe supermarkt betrekken met een oppervlak van ca. 1.517 m² wvo (2.469 m² bvo); een vergroting met 417 m² wvo t.o.v. de huidige omvang van de tijdelijke (nood)winkel van 1.100 m² wvo.
- Het totale winkelvloeroppervlak van de supermarkten neemt hierdoor beperkt toe met circa +706 m² wvo (ca. 1.000 m² bvo), ten opzichte van de huidige, tijdelijke (nood)winkels.

Verplaatsing, nieuwbouw en uitbreiding Aldi-supermarkt

In het uitgevoerde onderzoek staat, naast de totale marktruimte voor dagelijkse artikelen, de verplaatsing, nieuwbouw en uitbreiding van de Aldi supermarkt in het centrumplan 'Hart van Stein' centraal. Deze individuele uitbreiding past namelijk niet geheel binnen het bestemmingsplan 'Centrum'. De nieuwbouw en uitbreiding van de eveneens te verplaatsen Jumbo-supermarkt past wel binnen het bestemmingsplan. In het bestemmingsplan worden reeds twee supermarkten mogelijk gemaakt.

¹ BRO: Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel gemeente Stein (9 juni 2010)

² Winkelvloeroppervlak (wvo) : dit is het (in pandige) voor de consument toegankelijke en zichtbare deel van een winkel, inclusief o.a. etalages, ruimte voor winkelwagens en ruimten achter en rond kassa's en toonbanken

³ Bedrijfsvloeroppervlak (bvo): de totale vloeroppervlakte van de ruimte binnen een functie die wordt gebruikt voor een bedrijf, inclusief opslag-, administratie-, personeelsruimten en dergelijke. Het bestemmingsplan Centrum hanteert het bedrijfsvloeroppervlak als uitgangspunt

Geringe overschrijding bestemmingsplanruimte

De verplaatsing, nieuwbouw en uitbreiding van de bestaande Aldi-supermarkt, leidt tot een geringe overschrijding van het toegestane totale oppervlak voor centrumsupermarkten. Conform het bestemmingsplan 'Centrum' bedraagt de maximale totale toegestane hoeveelheid supermarktruimte 3.400 m² bedrijfsvloeroppervlak (bvo). Deze bestemmingsplanruimte wordt met het initiatief voor Aldi met 397 m² bvo overschreden. Dit is ongeveer 260-300 m² wvo⁴.

Tabel 1.1: Huidige en toekomstige omvang centrumsupermarkten Stein i.r.t. bestemmingsplanruimte

	m ² wvo			m ² bvo
	huidig	toekomst	verschil	toekomst
Aldi	729	1.018	+289	1.328
Jumbo	1.100	1.517	+417	2.469
Totaal	1.829	2.535	+706	3.797
Bestemmingsplanruimte supermarkten				3.400
Saldo t.o.v. bestemmingsplan			ca. 260 – 300	+397

De relatief beperkte overschrijding van de beleidsmatig vastgestelde bestemmingsplanruimte, is aanleiding om de actuele marktmogelijkheden voor de detailhandel in de dagelijkse artikelensector in het centrum van Stein, de actuele regionale behoefte en de effecten van de uitbreiding van de Aldi-supermarkt in beeld te brengen.

Vraagstelling

De vraagstelling voor het onderzoek is als volgt:

- Wat zijn anno 2016, zowel kwantitatief als kwalitatief, de lokale en regionale behoefte en de ontwikkelingsmogelijkheden voor de dagelijkse sector in het centrum van Stein?
- Wat zijn de effecten van uitbreiding van de Aldi-supermarkt op de consumentenverzorging, het functioneren van het (nieuwe) centrum en de overige detailhandelsstructuur in de gemeente kern Stein en omliggende regio?

Opzet rapportage

In dit rapport worden de resultaten van de studie gepresenteerd. Allereerst worden in hoofdstuk 2 de conclusies geschetst. Hoofdstuk 3 beschrijft de aanbod- en vraagstructuur. In hoofdstuk 4 zijn de relevante plannen, trends en ontwikkelingen beschreven. Hoofdstuk 5 beschrijft de marktruimte voor dagelijks aanbod in het centrum van Stein, ook in relatie tot het landelijk en Europees beleid.

Een deel van de uitbreiding van de Aldi-supermarkt als onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein' (zie boven) moet worden beschouwd als een 'nieuwe stedelijke ontwikke-

⁴ Uitgaande van een verhouding wvo – bvo tussen 65% en 75%. Dit cijfer fluctueert in praktijk namelijk nogal.

ling'. Hierop wordt in hoofdstuk 5 dan ook de Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast.

2. CONCLUSIES

Het uitgevoerde onderzoek naar dagelijkse artikelensector in Stein en de uitbreiding van de Aldi-supermarkt is in de volgende hoofdstukken beschreven. Dit hoofdstuk vat de voornaamste conclusies van de hoofdstukken 3 tot en met 5 samen. De Ladder voor duurzame verstedelijking wordt beschreven in hoofdstuk 6.

Initiatief

Als onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein' wordt de reeds in het centrum van Stein gevestigde Aldi-supermarkt verplaatst en uitgebreid. De tijdelijke noodvestiging van 729 m² wvo wordt gesloopt. De supermarkt meet na verplaatsing 1.018 m² wvo (1.328 m² bvo). Deze ontwikkeling resulteert in een geringe overschrijding van de toegestane totale bestemmingsplanruimte voor centrumsupermarkten. Conform het bestemmingsplan 'Centrum' bedraagt de maximale totale toegestane hoeveelheid supermarktruimte 3.400 m² bedrijfsvloeroppervlak (bvo). Deze bestemmingsplanruimte wordt met het initiatief voor Aldi met 397 m² bvo overschreden. Dit is ongeveer 260-300 m² wvo. Voorliggend rapport beschrijft de behoefte aan uitbreiding van supermarktruimte in het centrumplan 'Hart van Stein' en geeft de effecten van het initiatief aan.

Kwalitatieve impuls voor het centrum

De kern Stein beschikt over 22 verkooppunten in de dagelijkse sector, met een gezamenlijke winkelruimte van 5.443 m² wvo. Het aanbod sluit kwantitatief goed aan op het inwonertal, maar is in het centrum kwalitatief nog beneden de maat. Aan dit laatste wordt momenteel echter hard gewerkt met het centrumplan 'Hart van Stein'. Ook de recente herontwikkeling van het supermarktcluster Jan Linders/Lidl op de hoek Heerstraat Noord/Industrieweg in Stein-Noord draagt bij aan een sterkere dagelijkse verzorgingsstructuur in Stein.

Het dagelijkse winkelaanbod in het centrum (Omphaliusplein, Haalbrugskensweg) omvat totaal 2.901 m² wvo, verdeeld over twee supermarkten (Jumbo en Aldi), tien speciaalzaken, twee drogisterijen en één apotheek.

Voldoende markt- en uitbreidingsmogelijkheden

In het centrum van Stein is voor dagelijkse artikelen, rekening houdende met het aanbod elders in de kern Stein, tot het jaar 2025, de volgende markt- en uitbreidingsruimte te benaderen:

- Totaal te onderbouwen marktruimte: 3.800 à 4.200 m² wvo
- Huidig aanwezig aanbod: 2.901 m² wvo
- Distributieve uitbreidingsruimte tot 2025 (wvo): **900 à 1.300 m² wvo**
- Distributieve Uitbreidingsruimte tot 2025 (bvo, indicatief): 1.200 à 1.700 m² bvo

De beoogde uitbreiding van Aldi in het centrum beslaat circa 289 m² wvo. Samen met de uitbreiding voor de Jumbo-supermarkt is de uitbreidingsvraag ca. 700 m² wvo (ca. 1.000 m² bvo), ten opzichte van het nu gevestigde, tijdelijke aanbod. Deze gezamenlijke uitbreidingsruimte ligt ruim ónder de ondergrens voor de benaderde distributieve uitbreidingsruimte van respectievelijk minimaal 900 m² wvo en 1.300 m² bvo tot het jaar 2025.

Bovendien betreft de verplaatsing, uitbreiding en nieuwbouw van de Aldi-supermarkt een initiatief voor nieuwbouw van een reeds langer in het centrum gevestigde supermarkt, die nauw aansluit en inspeelt op de vigerende trends in de detailhandel. In de benadering is er vanuit gegaan dat het bestaande dagelijkse aanbod in omvang gelijk blijft, maar gezien de cijfermatig benaderde ruimte is er, naast de versterking van beide supers, ook ruimte beschikbaar voor uitbreiding van ander dagelijks artikelenaanbod. Het is binnen de huidige stand van zaken en trends in de dagelijkse sector overigens onwaarschijnlijk dat de speciaalzaken en drogisten in het centrum hun totale vloeroppervlak nog wezenlijk zullen uitbreiden ten opzichte van de huidige omvang in het tijdelijke noodwinkelcentrum.

Supermarkten: toenemende dominantie van de dagelijkse sector

Het marktaandeel van de supermarkten binnen de totale dagelijkse sector groeit nog steeds, in zowel bestedingen als vloeroppervlak. Momenteel bedraagt dit aandeel in vloeroppervlak landelijk 69%, met een toename van 2 procentpunt alleen al in de afgelopen 5 jaar. Indien we een verdere toename van dit aandeel veronderstellen tot 70% à 72% richting 2025, rechtvaardigt dit in het centrum van Stein een supermarktoppervlak van 2.660 à 3.024 m² wvo (ongeveer 3.800 à 4.320 m² bvo⁵), uitgaande van de hierboven omschreven marktruimte. Het maximaal toelaatbare oppervlak voor supermarkten in het bestemmingsplan 'Centrum' ad 3.400 m² bvo blijft vanuit dat perspectief in de toekomst dus beduidend beneden het landelijk gemiddelde.

Effecten op de bestaande detailhandelsstructuur

In de ruimtelijke ordening wordt op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontworpen van de voorzieningsstructuur. Het gaat hierbij om de effecten op de structuur, dus het geheel van de winkelvoorzieningen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is geen ruimtelijk relevant argument. Essentieel is dat de consument moet blijven beschikken over voldoende keuzemogelijkheden op 'aanvaardbare' afstand van de eigen woning (conform de Europese Dienstenrichtlijn).

De realisatie van het centrumplan, met een gemoderniseerde Aldi-supermarkt en een tweede (naar marktsegment) complementaire supermarkt, zal de gemeentelijke verzorgingsstructuur aanzienlijk versterken. De keuzemogelijkheden voor de consument nemen toe en door het complete en moderne aanbod, zal Stein-centrum meer klanten aan zich weten te binden, vooral uit het primaire verzorgingsgebied, de gemeente Stein. Er zal hierdoor minder koopkracht afvloeien naar het winkelaanbod in de omliggende kernen.

⁵ Uitgaande van de verhouding 1,00 m² bvo = 0,70 m² wvo

In de regio is sprake van een veelal modern en deels grootschalig dagelijks aanbod. Ten behoeve van een geografische evenwichtige verdeling moet ook in het centrum van Stein een modern aanbod worden gerealiseerd.

Het is mogelijk dat de koopstromen ook binnen de gemeente veranderen, waardoor individuele zaken omzeteffecten kunnen ondervinden. Kleinschalige supermarkten, versspecializaten op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt hebben het de afgelopen jaren door de voortgaande schaalvergroting en de economische recessie moeilijker gekregen. De komende tijd kan hier dan ook een verdere sanering worden verwacht, ook in de gemeente Stein.

Voorsorteren op de toekomst

Een vitaal hoofdwinkelcentrum van een gemeente met de omvang van Stein heeft minimaal twee complementaire supermarkten. Dit voor een optimale verzorging van de gemeentelijke bevolking en regionale inwoners. De nieuwbouw in het centrum van Stein anticipeert op de voortgaande schaalvergroting in de supermarktbranche, die zich de afgelopen decennia overduidelijk manifesteerde en die naar alle waarschijnlijkheid nog geruime tijd zal voortduren.

Economische impuls voor het centrum

Supermarkten zijn de grote trekkers voor gemeentelijke hoofdwinkelcentra als Stein. Alternatieven van gelijke orde zijn er op dit verzorgingsniveau niet. Behalve dagelijkse- en niet-dagelijkse winkels profiteren ook andere functies nadrukkelijk van hun wervingskracht, zoals dienstverlening, horeca en leisure, maar ook maatschappelijke functies. De centrumfunctie van Stein, als 'visitekaartje' voor de gehele gemeente, wordt hierdoor verbreed. Moderne supermarkten verlengen de gemiddelde verblijfsduur van bezoekers, wat leidt tot hogere bestedingen en (indirect) meer werkgelegenheid. Door het complementaire karakter van de beide supermarkten in het centrum van Stein wordt een brede doelgroep aangesproken, vanuit een groter verzorgingsgebied dan nu het geval is.

Tot slot

Het herbouwen van de Aldi-supermarkt als onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein' past binnen het vigerende bestemmingsplan, zij het dat de planmatige aangegeven maximale ruimte voor supermarkten van 3.400 m² bvo, met 397 m² bvo (globaal ca. 260-300 m² wvo) in relatief zeer beperkte mate wordt overschreden. Het uitgevoerde distributie planologische onderzoek toont echter duidelijk aan dat de uitbreiding van de Aldi-supermarkt wél ruim binnen de distributieve ruimte voor dagelijkse artikelen én de benaderde lokale en regionale behoeften valt. Er zijn zodoende geen negatieve effecten op de verzorgingsstructuur te verwachten.

Daarnaast wordt met de verplaatsing, uitbreiding en nieuwbouw van de Aldi-supermarkt, in het centrum van Stein een meer realistische, toekomstgerichte verhouding tussen supermarkten en dagelijkse specializaten geboden dan nu het geval is.

3. AANBOD EN VRAAG

3.1 Inleiding

Dagelijkse boodschappen worden door consumenten in de regel dichtbij huis gedaan. De keuze voor een aankoopplaats of supermarkt wordt gemaakt op basis van de afstand, bereikbaarheid (te voet, fiets, auto), kwaliteit, assortiment en marktsegment van de winkel of supermarkt. In dorpscentra zoals Stein, spelen ook de combinatiemogelijkheden met andere centrumvoorzieningen een belangrijke rol.

Gebiedsafbakening

Voor het bepalen van de regionale behoefte en de inschatting van het lokale en bovenlokale koopgedrag, is een goed inzicht in de lokale en regionale aanbod- en vraagstructuur belangrijk. Er wordt een onderscheid gemaakt in het primaire en secundaire verzorgingsgebied. Dit is ook van belang voor het goed doorlopen van de Ladder voor duurzame verstedelijking (hoofdstuk 6).

Primair verzorgingsgebied

De dagelijkse artikelenwinkels en supermarkten in het centrum van Stein, waaronder de te verplaatsen Aldi-supermarkt, hebben in de huidige en toekomstige situatie, primair een functie voor de inwoners van de gemeente Stein. De inwoners in dit gebied zijn in hoge mate op het aanbod in Stein georiënteerd.

Voor het primaire verzorgingsgebied zijn het winkelaanbod (in kwantiteit en kwaliteit) en de bevolkingsontwikkeling in beeld gebracht. Voor dit gebied wordt ook de behoefte aan winkelruimte aangegeven (hoofdstuk 5) en worden eventuele effecten inzichtelijk gemaakt.

Secundair verzorgingsgebied

Het secundaire verzorgingsgebied voor de winkels in Stein, waaronder de Aldi-supermarkt, bestaat uit de omliggende gemeenten en woonplaatsen. Gezien de geografische ligging en ruimtelijke en functionele relaties hiertussen, betreft dit de aangrenzende gemeente Beek, de plaats Geleen en de Belgische grensgemeente Maasmechelen.

Voor dit gebied is het winkelaanbod in beeld gebracht. Daar waar mogelijk kwantitatief op basis van beschikbare cijfers (Nederland), aangevuld met een kwalitatief oordeel (Nederland en België). De situatie in deze regio wordt meer indirect betrokken in de afweging voor de verplaatsing, uitbreiding en nieuwbouw van de Aldi supermarkt, als onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein'. Dit vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening en een bredere afweging van mogelijkheden en effecten.

3.2 Kwaliteiten van het aanbod

Winkelstructuur dagelijkse artikelen gemeente Stein

De gemeente Stein telde in 2015 ca. 25.125 inwoners, waarvan 10.820 in de gelijknamige hoofdkern⁶. In Elsloo wonen 8.690 mensen en in Urmond 5.615.

De belangrijkste aankoopplaats binnen de detailhandelsstructuur van de **kern Stein** is het **centrum**. In totaal zijn hier twee supermarkten en 13 dagelijkse artikelenwinkels gevestigd. In het tijdelijke winkelcentrum aan het Omphaliusplein zijn de twee tijdelijke supermarkten (Jumbo, Aldi), acht dagelijkse speciaalzaken en één drogist gevestigd. Er is een groot parkeerterrein aan de overzijde van de Stadhouderslaan, waar in de toekomst het nieuwe winkelcentrum wordt gerealiseerd. Aan de Haalbrugskensweg (tegenover het vroegere winkelcentrum) liggen nog vier dagelijkse winkels.

Aan de **noordzijde** van Stein, op de hoek Heerstraat Noord/Industrieweg zijn recent twee op deze locatie herontwikkelde supermarkten geopend. Jan Linders (ca. 1.300 m² wvo) en Lidl (ca. 1.100 m² wvo) vormen samen een modern en goed bereikbaar supermarktcluster.

In de kern **Elsloo** is de omgeving Dorine Verschureplein/Stationsstraat het belangrijkste winkelcentrum. Hier is onder meer een middelgrote Albert Heijn (1.092 m² wvo) gevestigd, zes dagelijkse speciaalzaken en één drogist. Op het plein is ruime parkeergelegenheid. 350 meter noordelijk ligt tussen de Koolweg en de Vunderkestraat een opvallend kleine, nogal verscholen Aldi supermarkt (615 m² wvo). De bereikbaarheid van deze winkel is zeer matig en de parkeercapaciteit beperkt.

In het dorp **Urmond** wordt het dagelijkse aanbod gedomineerd door de Jumbo aan de Paalweg. Deze relatief kleine supermarkt (730 m² wvo) ligt op een bedrijventerrein, afzijdig van de woonwijken in Urmond. De presentatie van deze Jumbo sluit niet aan op het beoogde kwaliteitsprofiel van deze keten. Verder zijn er in dit dorp nog drie dagelijkse speciaalzaken.

Aankoopplaatsen in de oostelijke regio

De regio oostelijk van de gemeente is relatief dichtbevolkt; de gemeenten Beek en Sittard-Geleen en Beek hebben samen ongeveer 110.000 inwoners. In Maasmechelen wonen ca. 37.400 mensen. Er is een ruime keuze aan winkels, ook in de dagelijkse sector.

In **Beek** bevindt zich in het centrum aan de Markt een moderne Plus en Jan Linders. Laatstgenoemde winkel is recentelijk gemoderniseerd. In het shopping center Makado Beek is Albert Heijn een grote trekker, met ruime parkeergelegenheid. De winkel is met 3.915 m² wvo momenteel de grootste vestiging van deze bekende winkelketen in Nederland en heeft een regionale verzorgingsfunctie. De omvang van deze Albert Heijn zal

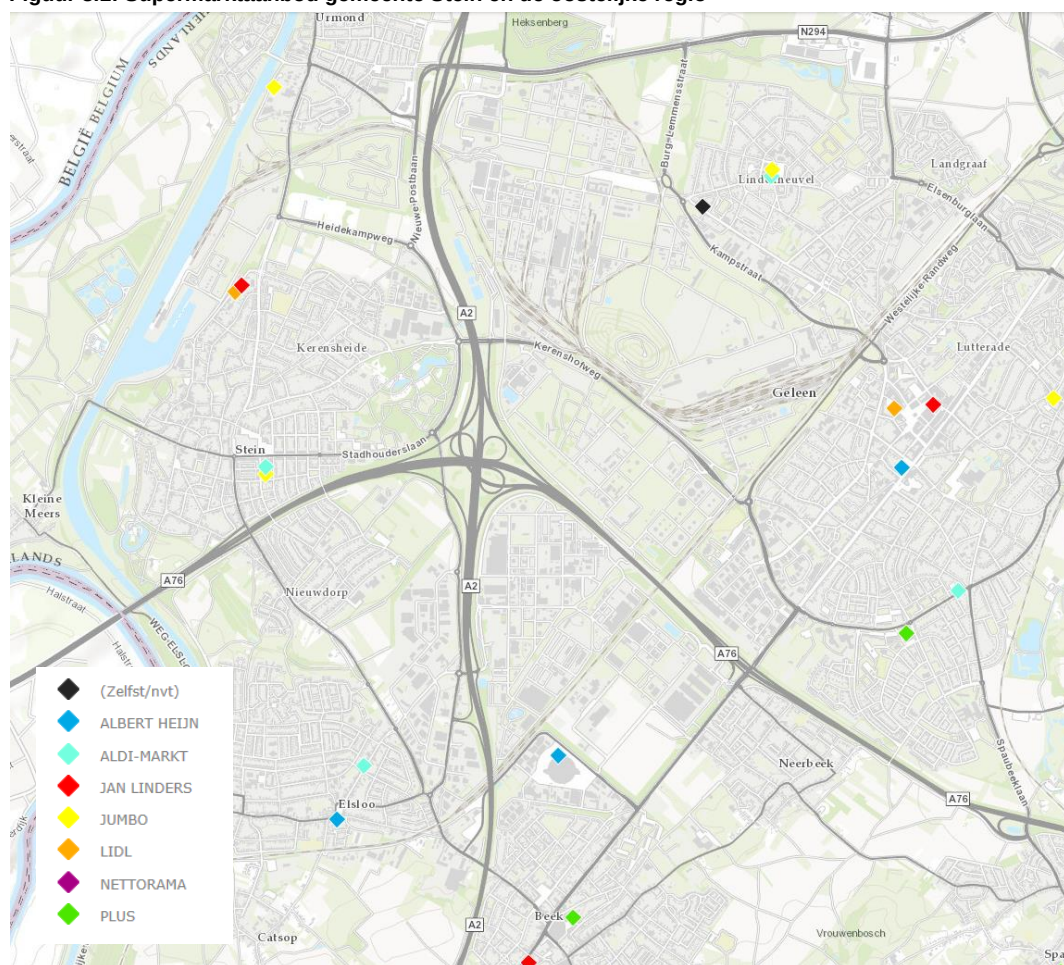
⁶ CBS Statline, kerncijfers wijken en buurten 2015.

echter fors worden ingekrompen (zie paragraaf 4.2). In de kern **Spaubeek** is een kleinschalige Plus aanwezig. Deze supermarkt heeft vooral een functie voor de inwoners van het dorp.

In **Geleen** biedt het recent vernieuwde centrum o.a. een moderne, middelgrote Jan Linders en een moderne Lidl supermarkt. Langs de Rijksweg-Zuid ligt een Albert Heijn. In Geleen-Zuid ligt in het recent gemoderniseerde buurtcentrum Zuidhof een Plus supermarkt. Iets verderop aan de Jos Klijnenlaan is in een oude winkelstrip een kleine Aldi gehuisvest. De parkeerplaats aan de achterzijde ligt nogal verborgen en is lastig bereikbaar. In Geleen-Noord ligt op een solitaire locatie (Pastoor Vonckenstraat) een Jumbo. In de wijk Lindenheuvel zijn in het winkelcentrum Bloemenmarkt Jumbo en Aldi belangrijke trekkers. Tenslotte in deze wijk ook nog een kleinschalige zelfstandige supermarkt aanwezig, namelijk Atlas Markt.

In het navolgende kaartbeeld is het supermarktaanbod naar formule weergegeven voor de gemeente Stein, de gemeente Beek en de kern Geleen.

Figuur 3.1: Supermarktaanbod gemeente Stein en de oostelijke regio



Aankoopplaatsen in België

In de Belgische grensgemeente **Maasmechelen** is een aantal groot aantal Belgische supermarkten en hypermarkten aanwezig (o.a. Carrefour, Delhaize, Colruyt, Aldi, Lidl, zie in bijlage tabel B1.2). De kwaliteit en aantrekkelijkheid wisselt sterk, vooral bij de verspreid gevestigde supermarkten. In het M2 Shopping Center zijn met Carrefour en Aldi twee grootschalige, eigentijdse supermarkten gevestigd, die goed bereikbaar zijn, met overvloedige parkeerruimte. Vlakbij is aan de Koninginnelaan ook een moderne Lidl-supermarkt aanwezig. De supers hebben naast een lokale functie, door hun omvang en bereikbaarheid ook een beperkte regionale aantrekkingskracht. Dit gegeven is meegewogen in de door BRO geraamde toekomstige koopkrachtbinding en -toevloeiing (zie par. 3.5 en 5.1). In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van het supermarktaanbod in Maasmechelen.

3.3 Het aanbod kwantitatief

Stein

De **gemeente** Stein telt 40 dagelijkse winkels, met in totaal ca. 8.739 m² wvo. Hiervan wordt ca. 6.666 m² (76%) ingenomen door de supermarkten.

In de **kern** Stein zijn 22 dagelijkse winkels, met in totaal ca. 5.443 m² wvo. Hiervan wordt 4.229 m² (78%) ingenomen door de vier supermarkten Aldi, Jan Linders, Lidl en Jumbo. De gemiddelde omvang ligt met ca. 1.057 m² wvo iets boven het landelijke gemiddelde van 923 m² wvo. Jan Linders aan de Heerstraat Noord is met ca. 1.300 m² wvo momenteel de grootste supermarkt in de kern.

Tabel 3.1: Aanbod kern Stein naar branche⁷

	Stein (10.953 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (10.000 tot 15.000 inwoners) ⁸		
	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	19	4.960	261	16	4.271	269
Persoonlijke verzorging	3	483	161	4	604	160
dagelijkse artikelen	22	5.443	247	20	4.875	248

De totale omvang van het dagelijkse winkelaanbod in het **centrum** (Omphaliusplein, Haalbrugskensweg) bedraagt 2.901 m² wvo, verdeeld over twee supermarkten, tien speciaalzaken, twee drogisterijen en één apotheek.

⁷ Bron: Locatus, opnamedatum november 2015, bewerkt door BRO. Parfumeriezaak Pour Vous, is recent opgeheven. Voor de twee supermarkten aan de Omphaliusplein is uitgegaan van 1.300 m² wvo (Jumbo) en 729 m² wvo (Aldi)

⁸ Gewogen naar het inwonertal van Stein.

In de kern Stein ligt het aanbod aan dagelijkse artikelen per inwoner boven het gemiddelde van vergelijkbare plaatsen. Per inwoner is in de kern Stein 0,50 m² wvo aan dagelijkse artikelen beschikbaar, t.o.v. 0,39 m² wvo gemiddeld in kernen met een vergelijkbaar inwonertal (10.000-15.000 inw.) Het verschil is te verklaren door de sterke en bovengemiddelde verzorgingsfunctie van de kern Stein voor onder andere de overige gemeentekernen (samen met de kern Stein ca. 25.000 inwoners) en inwoners van de relatief dichtbevolkte regio.

Supermarktaanbod in de regio

In bijlage 1 is in tabel B1.1 het aanbod aan supermarkten, naar formule, omvang en schaal in Stein en de omliggende Nederlandse plaatsen opgenomen. Deze hebben een relatief beperkte verzorgingsfunctie voor de inwoners uit de gemeente Stein.

Het supermarktaanbod in Stein en omgeving is redelijk afwisselend. Naast supermarkten in het lagere marktsegment (Aldi, Lidl) zijn er ook winkels in het hogere segment (Albert Heijn, Jumbo, Plus) aanwezig. Het middensegment is matig vertegenwoordigd, met alleen Jan Linders (drie winkels). De supermarkten in regio ten oosten van de gemeente Stein hebben een gemiddelde omvang van ca. 1.200 m² wvo. Dit is iets boven het landelijke gemiddelde van 923 m² wvo. De grootste supermarkt in de regio is momenteel Albert Heijn in winkelcentrum Makado te Beek (Wethouder Sangersstraat), met 3.915 m² wvo.

Met name de vier Aldi supermarkten in Stein en omgeving zijn met gemiddeld 675 m² wvo opvallend klein en sluiten niet meer aan op de hedendaagse consumentenwensen. Ter illustratie: de grote tegenhanger van Aldi in het discountsegment (Lidl) beschikt in de regio over twee moderne winkels, met gemiddeld 1.225 m² wvo. Met de eventuele komst van een Lidl in Makado Beek (zie paragraaf 4.2) wordt het marktaandeel van Lidl in de regio ten opzichte van Aldi nog groter.

Van het totale verkoopvloeroppervlak van supermarkten in Stein en omgeving (ruim 22.000 m² wvo) wordt 23% ingenomen door de discountformules Aldi en Lidl. Dit cijfer ligt hoger dan hun gezamenlijke landelijke marktaandeel (in omzet) van ruim 17%⁹, dat overigens nog steeds groeit. Een belangrijke oorzaak is het relatief lage besteedbare inkomen in de regio en de twee opvallend grote Lidl-supermarkten.

3.4 Vraagpotentieel

Bevolking en ontwikkeling

De gemeente Stein had in 2015 ca. 25.405 inwoners, als volgt verdeeld over de belangrijkste kernen¹⁰:

- Stein: 10.820 inw.

⁹ Distrifood/Nielsen, januari 2015.

¹⁰ Bron: CBS Statline, kerncijfers wijken en buurten 2015.

- Elsloo: 8.690 inw.
- Urmond: 5.615 inw.
- Totaal: 25.125 inw.

Op basis van een drietal prognoses (CBS 2014, Primos 2015 en Progneff 2015) moet geconcludeerd worden dat het aantal inwoners in de **gemeente** Stein de komende jaren zal afnemen. Er bestaan echter verschillen tussen de prognoses. De prognose van het CBS is het meest optimistisch, terwijl de prognose van de provincie (Progneff) het meest negatief is¹¹. In de navolgende tabel zijn de verschillende prognoses weergegeven. De bevolking in de **kern** Stein zal naar verwachting redelijk stabiel blijven. De daling doet zich naar verwachting vooral voor in de kleinere kernen en het buitengebied. Voor het inwonertal van de **kern** Stein wordt voor het jaar 2025 uitgegaan van een prognose van ca. 10.700 inwoners.

Jaar	CBS 2014	Primos 2015	Progneff 2015	Gemiddelde
2020	24.500	24.626	24.246	24.457
2025	24.200	24.034	23.331	23.855
2030	24.300	23.253	22.323	23.292

In de berekeningen is uitgegaan van het gemiddelde aantal inwoners in 2025 op basis van de drie prognoses.

Bestedingen

Het gemiddelde inkomensniveau in de gemeente Stein is met een bedrag van € 15.100,- per hoofd van de bevolking gelijk aan het landelijk gemiddelde van € 15.100,- per hoofd¹². Er wordt daarom gerekend met de landelijk gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking in de detailhandel aan dagelijkse artikelen. In Nederland werd volgens de meest actuele cijfers, in 2014 circa € 2.594,- per hoofd van de bevolking besteed in de dagelijkse artikelensector¹³.

Effect internet

De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 2% gestegen, de verwachting is dat de groei ook de komende jaren gestaag door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

¹¹ Progneff houdt geen rekening met woningbouw, waardoor de prognose automatisch lager uitvalt.

¹² CBS: gemiddeld inkomen per hoofd van de bevolking, gemeente Stein 2012.

¹³ Bron: Detailhandel.info, cijfers 2014, bewerking BRO.

3.5 Koopstromen

In de koopstromen maken we onderscheid in koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. De mate waarin de lokale consument zijn bestedingen doet in het winkelaanbod van de eigen gemeente c.q. kern of centrum wordt **koopkrachtbinding** genoemd. Daarnaast bestaat een deel van de omzet uit bestedingen van consumenten die niet afkomstig zijn uit het lokale marktgebied. Dat deel wordt **koopkrachttoevloeiing** genoemd. Deze koopkrachttoevloeiing wordt uitgedrukt als aandeel van de totale omzet in het onderzoeksgebied.

Koopkrachtbinding

BRO heeft in 2010 de koopstromen geraamd voor Stein. Er is toen een onderscheid gemaakt tussen de koopstromen in de gehele kern Stein en specifiek voor het hoofdwinkelcentrum, voor de brand. Het 'oude' winkelcentrum functioneerde destijds in economisch opzicht bovengemiddeld. Destijds werd voor het centrum uitgegaan van 66% koopkrachtbinding.

Er zijn voor Stein of de regio (Zuid-)Limburg geen recente koopstroomgegevens beschikbaar. Als referentie voor de benadering van het koopgedrag zijn wel andere onderzoeken in randregio's van Nederland beschikbaar, zoals het recente koopstromenonderzoek Oost-Nederland¹⁴. Hierin is voor kernen met 5.000 tot 10.000 inwoners een gemiddelde koopkrachtbinding aan dagelijkse artikelen gemeten van ca. 71% en voor iets grotere kernen met 10.000 tot 20.000 inwoners ca. 88% koopkrachtbinding. Hoewel de lokale situatie in de vraag- en aanbodstructuur altijd sterk bepalend is voor de haalbare binding en toevloeiing, geven deze cijfers voor Stein wel een indicatie.

Gezien het complete en afwisselende **toekomstige** winkelaanbod in Stein, met onder andere vier eigentijdse supermarkten op goed bereikbare plekken, mag voor de kern Stein als geheel in de toekomst uitgegaan worden van een relatief hoge binding van ca. 85 tot 90%. Voor het centrumaanbod is een binding van 63 tot 66% van de koopkracht van de inwoners van de kern Stein, een realistisch uitgangspunt.

Koopkrachttoevloeiing

De koopkrachttoevloeiing is het aandeel van de omzet dat afkomstig is van buiten de kern Stein. In dit geval uit onder andere de gemeente kernen Elsloo en Urmond, inwoners in het secundaire verzorgingsgebied en bezoekers van verder weg. De koopkrachttoevloeiing wordt uitgedrukt als percentage van de totale omzet.

Voor de dagelijkse artikelensector wordt uitgegaan van een omzetaandeel uit toevloeiing van buiten de kern Stein van ca. 40% tot 43%. De koopkrachttoevloeiing is vooral afkomstig uit de overige gemeente Stein en daarnaast uit de aangrenzende gemeente Beek, de

¹⁴ I&O: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 (september 2015).

plaats Geleen, de Belgische grensgemeenten en bezoek van verder weg (werk gerelateerd, familiebezoek e.d.)

Met een versterking van het centrum zal de toekomstige koopkrachttoevloeiing op minimaal het genoemde percentage uitkomen. De beide supermarkten zullen een hoger aandeel uit toevloeiing realiseren. Uit recent bezoekersonderzoek van Aldi blijkt dat voor de kleinere, tijdelijke noodwinkel, in de huidige situatie al meer dan 41% van haar bezoekers van buiten de kern Stein komt. Ook heeft de supermarkt in de huidige, tijdelijke situatie, een aanzienlijke trekkracht op consumenten uit België. Circa 20% van haar bezoekers komt hier vandaan.

3.6 Conclusie

De verplaatsing en uitbreiding van de Aldi-supermarkt is een belangrijk onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein'. Het nieuwe centrum en de Aldi-supermarkt hebben in de toekomst vooral een functie voor de gemeente Stein. Dit is het primaire verzorgingsgebied. Daarnaast hebben de winkels in 'Hart van Stein' inclusief de Aldi-supermarkt, een aanvullende functie voor de inwoners van de aangrenzende gemeenten in het secundaire verzorgingsgebied.

Het centrum van Stein is de belangrijkste aankoopplaats in de gemeente. Er zijn twee supermarkten gevestigd die samen met de twee andere supermarkten aan de Industrieweg, de basis vormen voor het dagelijkse artikelenaanbod in de kern Stein. In Elsloo is een winkelconcentratie aanwezig van een wat kleinere omvang. Het winkelaanbod in de regio is zeer divers van omvang en kwaliteit.

De bevolking in de gemeente Stein zal de komende jaren iets afnemen. De verwachting is evenwel dat de bevolking in de kern Stein zal stabiliseren. Gezien de aanwezigheid van sterke supermarkten in de kern Stein en de nieuwbouw van het centrum, waaronder verplaatsing en uitbreiding van de Aldi, is het realiseren van een gemeentelijke koopkrachtbinding van 85 tot 90% realistisch. Gezien de vraag- en aanbodsituatie in het primaire en secundaire verzorgingsgebied, is voor het centrumaanbod is een koopbinding van 63 tot 66% van de koopkracht van inwoners van de kern Stein en een koopkrachttoevloeiing van 40 tot 43% van de totale omzet een realistisch uitgangspunt.

4. BELEID, PLANNEN EN TRENDS

4.1 Beleid

Algemeen

Voor het beleid sluiten we aan op het ontwikkelingsperspectief dat in 2010 werd opgesteld door BRO¹⁵. De volgende algemene uitgangspunten worden hierin gehanteerd:

- Streven naar een evenwichtige opbouw van de winkelstructuur op gemeentelijk niveau. Binnen deze structuur heeft winkelcentrum Stein met afstand het beste perspectief om zich verder te ontwikkelen tot hét dominante hoofdwinkelcentrum van de gemeente. De beschikbare marktmogelijkheden dienen hiervoor met prioriteit te worden ingezet.
- Winkelcentrum Stein moet uitgebouwd worden tot het multifunctionele hart van de gemeente met een brede mix aan functies (winkelen, horeca, dienstverlening en wonen).
- De nieuwe ontwikkeling van winkelcentrum Stein biedt prima mogelijkheden om de randvoorwaarden voor het functioneren van het winkelcentrum te optimaliseren. Hierbij gaat het dan vooral om compactheid, van introvert naar extrovert, routing, ruimtelijk-stedenbouwkundige structuur, trekkerbeeld, parkeren en bereikbaarheid etc. Het verdient ook aanbeveling om bij de nieuwbouw van het winkelcentrum te kijken naar de mogelijkheden voor duurzaam bouwen en een duurzame inrichting van de omgeving.
- De overige winkelconcentraties dienen, bij voorkeur complementair te zijn aan de functie van winkelcentrum Stein, waarbij ook met realisme naar het draagvlak in met name de kleine kernen gekeken dient te worden.
- Voor zover mogelijk en haalbaar dient de leefbaarheid van de kleine kernen middels een basispakket aan voorzieningen gehandhaafd te blijven.
- Ongewenste ontwikkelingen op ongewenste locaties dienen voorkomen en teruggedrongen te worden.
- Duidelijkheid in vestiging perifere detailhandel naar branche en locatie.

Winkelcentrum Stein en de wenselijke positionering

Winkelcentrum Stein heeft een goed perspectief om zich verder te ontwikkelen tot het hoofdwinkelcentrum voor de gemeente. Het centrum dient daarbij zowel een functie voor de kern Stein als voor de andere kernen in de gemeente te vervullen. Daarnaast kan ook ingespeeld worden op de kansen voor het kooptoerisme (vooral de dagelijkse sector) vanuit België. Bij de nieuwe ontwikkeling is het daarom ook van belang om zowel de boodschappenfunctie van het centrum, als de recreatieve winkelfunctie te versterken. Tevens is aandacht gevraagd voor het inpassen van horeca en maatschappelijke en commerciële vormen van dienstverlening.

¹⁵ BRO: Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel gemeente Stein (9 juni 2010).

Winkelcentrum Stein dient zich in het lokale én regionale marktgebied een eigen positie te verwerven ten opzichte van de grotere winkelconcentraties (en de grootschalige winkels) zoals Sittard-Geleen, Makado Beek, Maastricht, Heerlen maar ook Maasmechelen.

In de planvorming voor het 'Hart van Stein' wordt onder andere gestreefd naar:

- Compact en efficiënt winkelen met een volledig centrumaanbod in een aantrekkelijke en 'dorpse' omgeving, in combinatie met culturele en maatschappelijke voorzieningen.
- Laagdrempelig parkeren en goede bereikbaarheid.
- Twee naar marktsegmentatie complementaire en in omvang eigentijdse supermarkten als trekkers voor het centrum en als basis voor het dagelijkse artikelenaanbod.
- Een goede mix tussen het lokaal en specialistisch ondernemerschap enerzijds en de filiaalbedrijven anderzijds.
- Het inzetten van de 'couleur locale' voor het onderscheidend boodschappen doen en winkelen.
- Het maximaal inspelen op de bevolkingsontwikkeling en -krimp met de senioren (65+) als belangrijke doelgroep.
- Het beter bedienen van de Belgische consument die voor met name ook de boodschappen sterk naar het Nederlandse aanbod lonkt. Juist deze consument kan ook verleid worden door de aanwezigheid van een goed winkelondersteunend horeca-aanbod.

4.2 Plannen in de regio

Zoals eerder beschreven is het dagelijkse winkelaanbod in de gemeente Beek, de plaats Geleen en grensgemeente Maasmechelen in bescheiden mate concurrerend met de winkels in de gemeente Stein. In het secundaire verzorgingsgebied bestaan de volgende plannen en ontwikkelingen m.b.t. detailhandel:

Gemeente Stein

- Herontwikkeling centrum Stein, waarbij naast uitbreiding van de dagelijkse sector ook uitbreiding van de niet-dagelijkse sector wordt beoogd.
- Plannen voor grootschalige leisurefuncties op de voormalige Superconfexlocatie, met wellicht op termijn toevoeging van detailhandel in PDV-branches. Vooralsnog ligt het accent in de ontwikkeling evenwel op leisure en horeca.

Gemeente Beek

- Voor Makado Beek wordt een uitbreiding van maximaal 7.500 m² bvo beoogd, met ca. 500 extra parkeerplaatsen. Albert Heijn heeft momenteel een omvang van 3.915 m² vwo. De omvang van Albert Heijn wordt fors ingekrompen. Het pand wordt gesplitst en er komt waarschijnlijk een discounter (Lidl) bij. De omgevingsvergunning is afgegeven door de gemeente Beek en de uitvoering is gestart. Vanwege bestuurs-

rechtelijke procedures (o.a. vernietiging bestemmingsplan door de Raad van State in maart 2015) is nog onzeker of en hoe de voltooiing zal plaatsvinden.

Plaats Geleen

- Op de grens van Geleen en Sittard, zijn in Sittard-Zuid plannen voor een herstructurering van het supermarktaanbod t.b.v. een betere wijkverzorging, door concentratie op een goed bereikbare locatie. Op dit moment zijn daarvoor nog twee locaties in beeld, namelijk het stadiongebied en de Rijksweg-Zuid in het 'middengebied' tussen Sittard en Geleen. Een wezenlijke uitbreiding van het aanbod in m² is hierbij niet aan de orde. Belangrijke voorwaarde is verplaatsing van bestaande winkels.
- Uitbreiding Gardenz Woon- en Tuinboulevard Geleen met diverse nieuwe winkels.
- Vestiging Hornbach nabij Gardenz (onlangs geopend)

Maasmechelen

- De afgelopen jaren is het super- en hypermarktenaanbod in Maasmechelen verder versterkt. Onder andere op het M2 Shopping Center en omgeving, door opening van een Aldi en de nabijgelegen Lidl supermarkt.
- De komende jaren moet enerzijds rekening gehouden worden met verdere optimalisering van de supermarkten in Maasmechelen, maar ook met het verdwijnen van slecht gesitueerd, kleinschalig en verouderd supermarktaanbod. De regionale en zeker de grensoverschrijdende functie van dit aanbod blijft echter relatief beperkt.

4.3 Trends en ontwikkelingen

De consument is veranderlijk. De eisen en het koopgedrag van vandaag zijn al heel anders dan ongeveer tien jaar geleden. Ook de komende jaren zal de consument zich anders gedragen dan vandaag en dit onder invloed van talloze ontwikkelingen: vergrijzing, eenpersoonshuishoudens, internet, etc. Het winkellandschap krijgt te maken met een ander soort klant die actiever en creatiever moet worden benaderd.

Schaalvergroting

De trend tot schaalvergroting zet zich door in vrijwel alle winkelbranches. Voor een rendabele bedrijfsvoering is een steeds groter winkelvloeroppervlak nodig. Dat geldt zeker voor de supermarktbranche. Om in te kunnen spelen op de consumentenwensen, worden supermarkten steeds groter. Zo speelt men in op de wens voor meer comfort, een ruimere opzet van de winkel, met meer overzicht en meer ruimte voor specifieke of luxere producten (wijn, groente en fruit, bediening in brood, vlees en vis). De omvang van het assortiment blijft veelal gelijk. Het aantal producten per m² neemt daardoor af. Daarnaast groeit ook de behoefte aan extra magazijn- en bedrijfsruimte. Bijvoorbeeld voor personeelsruimten en extra ruimte voor nieuwe diensten en services, zoals het afhalen van pakketten en pickup-points voor online bestelde boodschappen (m.n. AH en Jumbo)

Deze schaalvergroting is ook duidelijk zichtbaar bij discountformules. Moderne vestigingen van Aldi of Lidl omvatten minimaal 1.000 m² vwo. Duidelijk groter dus dan in Stein en omgeving nu het geval is.

Consument wordt mobieler

Door de toenemende mobiliteit kiest de consument er steeds makkelijker voor om buiten de eigen wijk c.q. kern inkopen te doen en te winkelen. De dagelijkse boodschappen doet men echter bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Er dus in principe altijd voldoende perspectief voor dagelijkse aanbod in kernen van voldoende omvang. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc.

Parkeren & bereikbaarheid steeds belangrijker

Het aantal auto's en het autogebruik groeien nog steeds. Het belang van een goede bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden voor winkels en zeker voor supermarkten neemt toe. De consument parkeert de auto liefst 'in' de winkel. Niet voor niets wordt vaak gezegd 'no parking, no business'.

Populariteit webwinkelen stijgt, introductie Pick Up Points en maaltijden aan huis

De online consumentenbestedingen nemen nog steeds toe. Kleding, reizen en consumentenelektronica voeren daarbij de boventoon. Dagelijkse artikelen worden nog maar beperkt via internet aangeschaft, maar dit aankoopkanaal wint wel aan betekenis. Met name de komst van Pick Up Points (waar o.a. Albert Heijn en Jumbo mee experimenteren) en van maaltijdboxen die aan huis worden bezorgd (o.a. Hello Fresh) zijn opvallende ontwikkelingen.

4.4 Supermarkten en combinatiebezoek

De rol van supermarkten in boodschappencentra

Binnen de in eerste instantie op boodschappen gerichte kernverzorgende centra als Stein nemen supermarkten een centrale rol in. Zij zijn op dat niveau door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. Een doorsnee-supermarkt van 1.000 à 1.200 m² vwo trekt ca. 12.000 bezoekers per week. Alle andere winkels (dagelijks en niet-dagelijks) en voorzieningen profiteren van deze wervingskracht.

De consument combineert het bezoek aan een supermarkt namelijk vaak met andere zaken. Onderzoek geeft aan dat in wijkwinkelcentra ca. 70% van de bezoekers in eerste instantie voor supermarktbezoek komt en hiervan combineert bijna de helft (45%) het bezoek ook met andere winkels¹⁶.

¹⁶ Strabo 2010: De veranderende rol van de supermarkt in winkelcentra

Een ander onderzoek¹⁷ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een zeer hoog niveau ligt. Hierbij wordt het combinatiebezoek positief beïnvloed als de supermarkt zeer dicht bij de andere winkels is gelegen. Uit dit onderzoek onder 4.750 bezoekers van supermarkten in 30 centra komt het volgende verder naar voren:

- Gemiddeld loopt 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
- In centra waar de supermarkt een directe ruimtelijke relatie heeft met het overige winkelaanbod (op zeer korte afstand, tot 50 meter en entree in het zicht) ligt het combinatiebezoek door supermarktklanten (73%) beduidend hoger dan in centra waar de supermarkt op afstand en/of buiten het zicht ligt (49%).
- Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten (75%) hoger dan bij klanten van discountsupermarkten (40%).
- De omvang van de supermarkt heeft geen invloed op het aandeel supermarktklanten dat één of meer andere winkels binnen loopt tijdens hetzelfde bezoek.

De onderzoekers komen tot de slotconclusie dat supermarkten een zeer belangrijke bijdrage leveren aan het voortbestaan van een gevarieerd aanbod dagelijkse en niet-dagelijkse speciaalzaken in dorps- en wijkcentra.

4.5 Conclusie

De nieuwbouw en versterking van het centrum van Stein past in het gemeentelijk beleid. Het centrum krijgt de kans om zich te ontwikkelen tot hoofdwinkelcentrum van de gemeente in combinatie met horeca en aanvullende culturele en maatschappelijke centrumvoorzieningen.

De verplaatsing en uitbreiding van de Aldi-supermarkt is hier een belangrijk onderdeel van. In kernverzorgende centra als Stein zijn de supermarkten door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers.

De beoogde uitbreiding van Makado Beek is het meest relevante plan dat invloed zal hebben op het functioneren van het supermarktaanbod in Stein. Enerzijds zal Albert Heijn fors inkrimpen, wat in theorie meer potentie oplevert voor het supermarktaanbod in Stein. Anderzijds wordt deze ruimte opnieuw ingevuld met een discounter (waarschijnlijk Lidl). Deze discounter zal daarmee meer concurreren met Aldi en Lidl in Stein.

Met de nieuwe maatvoering van de Aldi-supermarkt speelt men in op de consumentenwensen voor meer comfort, een ruimere opzet van de winkel, met meer overzicht en meer ruimte voor specifieke of luxere producten. Daarnaast groeit ook de behoefte aan extra magazijn- en bedrijfsruimte. Bijvoorbeeld voor personeelsruimten en extra ruimte

¹⁷ DTnP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

voor nieuwe diensten en services, zoals het afhalen van pakketten en pickup-points voor online bestelde boodschappen (m.n. AH en Jumbo)

Tot slot leveren supermarkten, door onder andere hun zelfstandige trekkracht en het combinatiebezoek met andere functies, een zeer belangrijke bijdrage aan het voortbestaan van een gevarieerd aanbod aan dagelijkse en niet-dagelijkse speciaalzaken en andere centrumvoorzieningen in dorps- en wijkcentra.

5. MARKTRUIMTE

5.1 Marktruimte

Uitgangspunten

De detailhandelsstructuur van Stein wordt aanmerkelijk versterkt door het nieuwe hoofdwinkelcentrum. Het centrum wordt immers gevarieerd, modern, sfeervol en goed bereikbaar, met voldoende parkeerplaatsen. De twee moderne, elkaar aanvullende supermarktfomules zullen leiden tot zowel een hogere koopkrachtbinding als –toevloeiing dan nu het geval is. Alle winkels in het centrum kunnen daarvan profiteren.

Ten aanzien van de toekomstige distributieve mogelijkheden hanteren we de volgende uitgangspunten:

- Vestiging van twee (ook qua omvang) moderne, elkaar aanvullende supermarktfomules (naast Aldi ook Jumbo) in het centrum.
- Het inwonertal in de kern Stein ontwikkelt zich zoals aangegeven.
- Zowel de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking als de normatieve vloerproductiviteit veronderstellen we constant t.a.v. de huidige situatie.
- De gehanteerde koopkrachtbinding en –toevloeiing in de dagelijkse sector zijn gebaseerd op de historische en huidige situatie, landelijke referenties en het eerder uitgevoerde DPO voor het centrum van Stein (BRO, 2010).
- De gemoderniseerde supermarkten van Jan Linders en Lidl in Stein-Noord hebben de totale koopkrachtbinding en -toevloeiing binnen de kern naar verwachting reeds een forse impuls gegeven. De veronderstelde koopstromen naar dit supermarktcluster zijn verdisconteerd in de navolgende raming voor het centrum van Stein.
- Met name de moderne Aldi supermarkt (ruim, goed bereikbaar, goede parkeergelegenheid) kan een grote trekkracht krijgen op consumenten van buiten de kern Stein. Dit ook vanwege de kleine omvang per supermarkt (500 tot maximaal 780 m² wvo), de opvallend matige huisvesting, uitstraling en bereikbaarheid van de Aldi supermarkten in de omgeving.
- De vloerproductiviteit is een belangrijke indicator voor de duurzaamheid van de detailhandelsstructuur. De (rekenkundig) gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo is de referentie waartegen het functioneren wordt afgezet. De gemiddelde vloerproductiviteit in Nederland bedraagt in de dagelijkse artikelensector circa € 7.659,- per m² wvo¹⁸.
- De distributieve mogelijkheden worden weergegeven voor het jaar 2025.

¹⁸ Bron: Detailhandel.info, cijfers 2014, bewerking BRO.

Marktruimte

Bovenstaande aannames leiden tot de volgende raming van de distributieve uitbreidingsruimte voor de dagelijkse sector in het centrum van Stein.

Tabel 5.1: Toekomstige marktruimte dagelijkse artikelen in het centrum van Stein (2025)

	2025	
	Minimum	Maximum
Aantal Inwoners kern Stein	10.700	10.700
Bestedingen per hoofd (in €)	2.594	2.594
Bestedingspotentieel (in mln. €)	27,8	27,8
Koopkrachtbinding op centrum	63%	66%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	17,5	18,3
Koopkrachttoevoeiing centrum (in % totale omzet)	40%	43%
Omzet door toevoeiing (in mln. €)	11,7	13,8
Totale omzet in centrum (in mln. €)	29,1	32,1
Normatieve omzet per m ² wvo (in €)	7.659	7.659
Theoretisch haalbaar vloeroppervlak centrum (m ² wvo)	3.799	4.191
Huidig vloeroppervlak in m ² wvo in centrum	2.901	2.901
Uitbreidingsruimte in centrum Stein in m ² wvo	+898	+1.290
Uitbreidingsruimte in centrum Stein in m ² bvo ¹⁴ (indicatief)	+1.200	+1.700

In het centrum van Stein bestaat, rekening houdende met het dagelijkse aanbod elders in de kern (Stein-Noord), een totale marktruimte voor 3.800 à 4.200 m² wvo aan dagelijkse artikelen. Dit uitgaande van de structuurversterking als beschreven. Er is, gegeven het reeds aanwezige aanbod, tot het jaar 2025 in het centrum nog distributieve ruimte voor uitbreiding met minimaal +900 m² en maximaal +1.300 m² wvo. Indicatief resulteert dit in circa 1.200 tot 1.700 m² bvo¹⁹. We benadrukken dat deze uitbreidingsruimte indicatief is en gebaseerd op diverse aannames (zie hoofdstuk 3).

De beoogde uitbreiding van de Aldi-supermarkt bedraagt in de huidige planvorming (jan. 2016) 289 m² wvo. Inclusief de uitbreiding van Jumbo bedraagt de uitbreiding 700 m² wvo. Er bestaat dus ruim voldoende distributieve ruimte voor de uitbreiding en verplaatsing van de Aldi supermarkt, naast de verplaatsing van de Jumbo-supermarkt. Daarbij zijn geen negatieve effecten op de verzorgingsstructuur te verwachten.

Bovendien betreft het hier in beide gevallen een schaalvergroting van bestaande supermarkten, met elk hun eigen plaats en functie in de structuur, die nauw aansluit op de vigerende trends in de detailhandel en het consumentengedrag.

¹⁹ Uitgaande van de verhouding 1,00 m² bvo = 0,70 m² wvo

5.2 Kwalitatieve overwegingen

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op diverse aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld versnellen of juist vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen stijgen of 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 en richtinggevend.

Het gaat om de kwaliteit van de aanbodstructuur

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. De Europese Dienstenrichtlijn (EDR) stelt dat de overheid zich niet mag mengen in concurrentieverhoudingen. De belangrijkste consequentie hiervan is dat ruimtelijke ordening op basis van economische motieven niet meer mag.

Distributieplanologisch onderzoek dient in dit licht vooral als hulpmiddel om de effecten van een bepaald detailhandelsinitiatief in te schatten en inzicht te krijgen in de consumentenbehoefte naar bepaalde winkelvoorzieningen. Daarop aanvullend dient een initiatief beoordeeld te worden op basis van zogenaamde 'dwingende redenen van algemeen belang'. Voor detailhandel zijn in de dienstenrichtlijn vermelde redenen 'consumentenbescherming', 'ruimtelijke ordening' en 'milieu' relevant. Hierbij zijn aspecten als complementariteit van winkelgebieden op basis van koopmotieven, effecten op de detailhandelsstructuur, concentratie van detailhandelsvoorzieningen en ruimtelijke kenmerken leidend.

De beoogde nieuwe vestiging van Aldi is een exponent van de 'nieuwste generatie' discountsupermarkten. Een belangrijk kenmerk daarvan is het wat grotere vloeroppervlak dan in de oudere vestigingen, vooral bedoeld voor meer bewegingsruimte voor bezoekers en meer ruimte voor een attractieve opstelling en presentatie van het assortiment. Het relatief beperkte assortiment (ca. 900 artikelen, nauwelijks A-merken) blijft qua aantal artikelen ongeveer gelijk. Aangezien de praktijk leert dat dit type supermarkten relatief minder frequent en vooral doelgericht worden bezocht voor 'bulkaankopen' (bijvoorbeeld maandelijks) is een optimale bereikbaarheid per auto en voldoende parkeerruimte essentieel. In Stein doet de tamelijk unieke situatie zich voor dat een dergelijke plek kan worden geboden aansluitend aan het hoofdwinkelcentrum. Het alternatief, een locatie aan bijvoorbeeld de dorpsrand, levert aanmerkelijk minder spin-off op voor de overige detailhandel in het centrum.

Consumentenbescherming

Uitgangspunt is de voorzieningenstructuur en het winkelaanbod zo in te richten, dat het aan de consumentenvraag in het verzorgingsgebied zo optimaal mogelijk voldoet. Dit betekent een evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur waarbij de verschillende winkelgebieden door hun eigen kenmerken, keuzemogelijkheden, kwaliteiten en locatie aansluiten bij de koopmotieven van de consument (boodschappen doen, doelgericht winkelen, recreatief winkelen). Versterking van het dagelijks aanbod als beschreven versterkt de variatie en biedt de consument in de gemeente Stein en de regio meer keuze.

Ruimtelijke ordening

De ruimtelijke inpassing en de ruimtelijke impact van detailhandel moeten zorgvuldig worden afgewogen. Het initiatief is onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein' en maakt gebruik van de infrastructuur en de stedenbouwkundige kaders van dit nieuwe centrum. Het biedt bovendien uitstekende mogelijkheden voor combinatiebezoeken met andere winkels, dienstverlening en horeca.

Duurzame ontwrichting

Effecten op de consumentenverzorging kunnen ook ruimtelijke gevolgen hebben. Een belangrijk aspect is de kans op duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur, waardoor consumenten niet meer op 'aanvaardbare' afstand van hun woning hun dagelijkse inkopen kunnen doen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is in principe ruimtelijk niet relevant.

Uit de kwantitatieve benadering van het toekomstig functioneren in dit onderzoek, komt naar voren dat er ruim voldoende distributieve ruimte is te benaderen. Het is daarmee met aan zekerheid grenzende waarschijnlijkheid, uit te sluiten dat het initiatief zal leiden tot duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur van Stein. Zelfs in het fictieve scenario dat een bestaande supermarkt in de kern of de gemeente Stein moet sluiten door toenemende concurrentie, komt de totale winkelfunctie niet wezenlijk onder druk te staan. Er is immers modern aanbod bij gekomen, wat de consument in dat geval klaarblijkelijk waardeert. Er is geen sprake van duurzame ontwrichting, omdat de consument nog steeds op aanvaardbare afstand boodschappen kan doen.

5.3 Conclusie

Op basis van de uitgevoerde berekeningen wordt geconcludeerd dat er distributieve ruimte is aan te tonen voor uitbreiding van de dagelijkse artikelensector in het centrum van Stein, met circa 900 tot 1.300 m² wvo (1.200-1.700 m² bvo) De benodigde extra ruimte voor herbouw en uitbreiding van de Aldi-supermarkt beslaat slechts 289 m² wvo (ca. 385 m² bvo) van deze uitbreidingsruimte. Deze ruimte valt binnen de benaderde uitbreidingsmogelijkheden. Hierbij is rekening gehouden met bestaande aanbodstructuur in Stein, regionale plannen en de bevolkingsontwikkeling.

6. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

6.1 Initiatief

Verplaatsing en uitbreiding Aldi-supermarkt

In deze toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking staat de verplaatsing, nieuwbouw en uitbreiding van de Aldi supermarkt in het centrumplan 'Hart van Stein' centraal. De nieuwbouw en uitbreiding van de eveneens te verplaatsen Jumbo-supermarkt past in het bestemmingsplan 'Centrum' en is reeds planologisch mogelijk gemaakt. Bij het inschatten van de regionale behoefte en effecten is met beide ontwikkelingen rekening gehouden.

6.2 Algemeen

Algemene uitgangspunten Ladder voor duurzame verstedelijking

De overheid hecht steeds meer waarde 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'.

Deze ladder stelt de volgende voorwaarden:

- a. er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte (trede 1);
- b. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins (trede 2), en;
- c. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld (trede 3).

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening. Het onderzoek mag derhalve geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot

vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. van het Bro is toegevoegd.

6.3 Nieuwe stedelijke ontwikkeling

Eerst dient bepaald te worden of er sprake is van een ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ zoals bedoeld in artikel 1.1.1, eerste lid, aanhef en onder i, van het Bro:

“Ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.”

Bij de vestiging van een supermarkt gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het een detailhandelsontwikkeling betreft (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen). In voorliggende stedelijke ontwikkeling gaat het om een verplaatsing en uitbreiding van een bestaande supermarkt naar nieuw vastgoed, waarbij het bestaande vastgoed wordt geamoveerd. Het is echter wel een nieuwe stedelijke ontwikkeling. In het kader van een zorgvuldige belangenafweging, worden onderstaand de drie treden van de Ladder van duurzame verstedelijking doorlopen.

6.4 Actuele regionale behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze met name tot doel heeft, na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening en voorziet in een actuele behoefte. Deze behoefte kan zowel kwantitatief als kwalitatief van aard zijn. Verder is aangegeven dat het begrip ‘actueel’ niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. De afbakening van de regio moet aansluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling. De behoefte kan dus ook louter lokaal zijn, maar moet wel regionaal worden afgewogen.

Regio-afbakening

De handreiking bij de Ladder stelt dat voor stedelijke detailhandel, de regio-afbakening sterk vergelijkbaar zal zijn met de indeling bij wonen en werken, waarin woon-werkafstanden een belangrijke rol spelen. Voor de Aldi in Stein is uitgegaan van een primair en secundair verzorgingsgebied, afgestemd op het koopgedrag, afstanden, concurrerend aanbod en bekendheid van de consument met de diverse aankoopplaatsen.

Primair verzorgingsgebied

De Aldi supermarkt in het centrum van Stein heeft in de huidige en toekomstige situatie, primair een functie voor de inwoners van de gemeente Stein. De inwoners in dit gebied zijn in hoge mate op het aanbod in de kern Stein en de overige gemeente georiënteerd. Slechts een klein deel van de koopkracht vloeit af naar aankoopplaatsen buiten de gemeente.

Voor het primaire verzorgingsgebied zijn het winkelaanbod (in kwantiteit en kwaliteit), de bevolkingsontwikkeling en het koopgedrag in beeld gebracht. Voor dit gebied is ook de behoefte aan winkelruimte benaderd en zijn eventuele effecten inzichtelijk gemaakt.

Secundair verzorgingsgebied

Het secundaire verzorgingsgebied voor de Aldi-supermarkt bestaat uit de omliggende gemeenten en woonplaatsen. Gezien de geografische ligging en ruimtelijke en functionele relaties hiertussen, betreft dit de aangrenzende gemeente Beek, de plaats Geleen en de Belgische grensgemeente Maasmechelen. Voor dit gebied is het winkelaanbod in beeld gebracht. Daar waar mogelijk kwantitatief op basis van beschikbare cijfers (Nederland), aangevuld met een kwalitatief oordeel (Nederland en België)

Met deze indeling is sprake van de meest zinvolle regioafbakening. Het is daarmee een goede basis voor het bepalen van de actuele regionale behoefte en het inschatten van eventuele effecten.

Kwantitatieve behoefte

Op basis van het uitgevoerde onderzoek wordt geconstateerd dat er in de gemeente Stein en het omliggende gebied, voldoende behoefte en distributieve ruimte bestaat voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelsector, en dan met name voor supermarkten. Daarbij is rekening gehouden met bestaande regionale plannen en lopende stedelijke ontwikkelingen.

De herbouw van het centrum van Stein als geheel en de verplaatsing, uitbreiding en nieuwbouw van de Aldi-supermarkt als belangrijk onderdeel daarvan, voorziet kwantitatief in een (toekomstige) lokale en regionale behoefte.

Overigens is de Aldi-supermarkt al jaren in het centrum van Stein gevestigd en functioneert de winkel zeer goed. Er is een grote bezoek- en omzetdruk op het vloeroppervlak. De winkel is, kortom, soms te druk voor bezoekers om prettig boodschappen te kunnen doen. De behoefte voor deze discount-supermarkt is hiermee feitelijk ook al aangetoond.

Kwalitatieve behoeften

Realisatie en beperkte uitbreiding van de Aldi-supermarkt, als onderdeel van de herbouw van het centrum van Stein, speelt óók in kwalitatieve zin in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector. Consumenten willen ook voor dagelijkse artikelen keuzemogelijkheden in de woonomgeving, waarbij het marktaandeel van discountsupermarkten de afgelopen jaren sterk is gegroeid.

In alle marktsegmenten binnen de supermarktbranche doet zich een opvallende schaalvergroting voor. Niet omdat de supermarktketens dat nou zelf per se willen, maar omdat klanten behoefte hebben aan een ruime, overzichtelijke en goed bereikbare winkel.

Kwaliteitsslag in het centrum

Met de realisatie van het centrumplan 'Hart van Stein', waar de Aldi-supermarkt een belangrijke trekker in is, wordt ook tegemoet gekomen aan de al langer bestaande wens van gemeente, bewoners en marktpartijen om in het centrum van Stein, een aanzienlijke kwaliteitsslag te maken. Naast de belangrijke functie van een winkelcentrum en het realiseren van woningen en een multifunctioneel centrum, krijgt de gemeente Stein door realisering van het nieuwe centrumplan ook haar kloppend hart terug. Het centrum van Stein moet weer een ontmoetingsplek worden voor jong en oud, waar naast het winkelen ook de verblijfsfunctie belangrijk is.

De hernieuwbouw van onder andere de Aldi-supermarkt in het centrumplan 'Hart van Stein', resulteert in de aanpak van meerdere ruimtelijke knelpunten in en direct aansluitend op het plangebied, waaronder;

- aanpak van onzorgvuldig ruimtegebruik, door het herbouwen van het centrumhart op de plek van het afgebrande centrum;
- verhoging van de belevingswaarde door nieuwbouw van een multifunctioneel, extra-vert centrumhart, met onder andere eigentijdse supermarkten als winkeltrekkers;
- tegengaan van verdere veroudering van het centrumgebied en omgeving;
- versterking van het na de brand economisch verzwakte centrumgebied van Stein;
- het terugbrengen van draagvlak voor voorzieningen in het hart van de kern en de gemeente Stein;
- het door haar ligging en bereikbaarheid beter benutten van de multimodale bereikbaarheid van het centrum van Stein.

Passend in bestemmingsplan

De verplaatsing, uitbreiding en herbouw van de Aldi-supermarkt, past in het vigerende bestemmingsplan 'Centrum' en daarmee in het gemeentelijke beleid.

Voor de overschrijding van de bestemmingsplanruimte met 397 m² bvo (ca. 260-300 m² wvo), is met het uitgevoerde onderzoek aangetoond dat hierdoor geen nadelige effecten op de verzorgingsstructuur zijn te verwachten.

Behoefte is niet beter te voorzien op een andere locatie

De centrumontwikkeling 'Hart van Stein' en daarbinnen de herbouw van de Aldi-supermarkt, vindt plaats op een bestaande centrumlocatie, die door de gemeente Stein ook als zodanig is aangegeven en bestemd. Door nieuwbouw van het centrumhart op de locatie van het afgebrande centrum wordt voorkomen dat er uitbreiding plaatsvindt op een nieuwe locatie elders binnen of buiten het bestaand stedelijk gebied.

Door de ligging van de ontwikkelingslocatie op de plek van het voormalige centrum, passend bij de gebiedsvisie en ambities van de gemeente Stein, wordt voorzien in de eerder beschreven behoefte aan een centraal gelegen centrumvoorzieningen, in een reeds bestaande ontwikkeling. Andere bestaande locaties kunnen niet beter in deze behoefte voorzien en worden hierdoor ook niet bedreigd.

De supermarktorganisatie Aldi voorziet voor een deel vooral ook zélf in de grootste behoefte aan een eigentijdse discountsupermarkt in het centrum van Stein. Belangrijke uitgangspunten in hun locatie-eisen zijn:

- herbouw en nieuw vestiging van de twee supermarkten in elkaars nabijheid (complementariteit);
- op een bestaande centrumlocatie;
- ondersteund door andere centrumfuncties;
- op goed bereikbare en multimodaal ontsloten locatie;
- op een zo kort mogelijke afstand van de huidige tijdelijke supermarkten.

Het plan voor de herbouw van twee complementaire supermarkten, als onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein', voorziet hierin op alle punten. Andere locaties in Stein of omgeving kunnen niet aan deze vereisten voldoen.

Geen effect op leegstand

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven, dat bij detailhandel moet worden aangegeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten en of en in hoeverre het initiatief tot (extra) leegstand leidt.

De verplaatsing, uitbreiding en nieuwbouw van de Aldi-supermarkt is een onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein', dat de herbouw van een voormalig (afgebrand) winkelcentrum betreft. Huisvesting in bestaande leegstaande panden elders is geen optie en zou het centrumplan eerder verzwakken. Het voormalige 'Superconfex-pand' aan de Mauritsweg 134 (omvang 1.328 m² wvo c.f. opgave Locatus) is inmiddels gesloopt en er is dus geen sprake meer van leegstand. Bovendien is deze locatie door haar ligging (afzijdig van de woonwijken, op een bedrijventerrein) ongeschikt voor een supermarkt. Ook voldoet de locatie niet aan de kwalitatieve eisen en wensen van gemeente en marktpartijen, om te komen tot een sterk en multifunctioneel centrumhart in Stein.

De conclusie uit het uitgevoerde onderzoek toont aan dat er ruimte is voor uitbreiding van de dagelijkse artikelsector in het centrum van Stein met circa 900 tot 1.300 m² wvo (1.200-1.700 m² bvo). De benodigde ruimte voor herbouw en uitbreiding van de Aldi-supermarkt beslaat slechts 289 m² wvo (ca. 385 m² bvo).

De voorgenomen stedelijke ontwikkeling in het centrum van Stein zal dan ook niet leiden tot structurele leegstand elders en versterkt het beleidsmatige en door consumenten gewenste multifunctionele centrum in de gemeente Stein.

6.5 Conclusie trede 1 en 2

Voorliggende stedelijke ontwikkeling voor de verplaatsing, uitbreiding en nieuwbouw van de Aldi-supermarkt als onderdeel van het multifunctionele centrumplan 'Hart van Stein', op een bestaande stedelijke locatie in het centrum van Stein, voorziet in een kwantitatieve en kwalitatieve lokale en regionale behoefte, zoals vastgesteld met behulp van het uitgevoerde onderzoek. Door het verwijderen van het noodwinkelcentrum en herbouw van het centrumhart in enkele fasen, wordt voor de Aldi-supermarkt netto 289 m² wvo (ca. 385 m² bvo) aan supermarktruimte bijgebouwd. Deze behoefte valt zowel kwantitatief als kwalitatief goed te onderbouwen.

De behoefte wordt ingevuld in het door de gemeente Stein aangewezen ontwikkelingsgebied voor het centrumplan 'Hart van Stein'. De herbouw van de Aldi-supermarkt past in de bestemming van het vigerende bestemmingsplan en sluit uitstekend aan op de eisen en wensen van de lokale consumenten, de gemeente Stein en de supermarktorganisaties.

Andere stedelijke locaties komen niet beter in aanmerking voor deze stedelijke ontwikkeling en worden hierdoor ook niet bedreigd. Ook andere leegstaande panden komen niet in aanmerking voor vestiging van de voorgestane stedelijke ontwikkeling. De voorgestane stedelijke ontwikkeling zal, gezien de uitkomsten van het uitgevoerde onderzoek, niet leiden tot leegstand elders.

Het herbouwen van de Aldi-supermarkten als onderdeel van het centrumplan 'Hart van Stein', voldoet aan alle door de Ladder voor duurzame verstedelijking gestelde voorwaarden. De stedelijke ontwikkeling past in het vigerende bestemmingsplan, zij het dat de planmatige aangegeven maximale ruimte voor supermarkten van 3.400 m² bvo, met 397 m² bvo (globaal ca. 260-300 m² wvo) in relatief zeer beperkte mate wordt overschreden.

In het onderzoek is echter aangetoond dat de uitbreiding van de supermarkten ruim binnen de distributieve ruimte voor dagelijkse artikelen én de benaderde lokale en regionale behoeften valt. Bovendien wordt met de verplaatsing, uitbreiding en nieuwbouw van de Aldi-supermarkt, in het centrum een meer realistische, toekomstgerichte verhouding tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken geboden dan nu het geval is. Negatieve effecten op de verzorgingsstructuur zijn derhalve niet te verwachten.

Trede 3 van de Ladder is niet aan de orde omdat de locatie voor de voorgestane stedelijke ontwikkeling, in het stedelijk gebied ligt.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Supermarktaanbod regio Stein

Tabel B1.1: Supermarktaanbod regio Stein in Nederland*

Gemeente	Kern	Formule	Adres	Omvang (m² wvo)
Stein	Stein Lb	Lidl	Industrieweg	1.100
	Stein Lb	Jan Linders	Heerstraat Noord	1.300
	Stein Lb	ALDI-Markt	Omphaliusplein	729
	Stein Lb	Jumbo	Omphaliusplein	1.100
	Elsloo Lb	ALDI-Markt	Koolweg	615
	Elsloo Lb	Albert Heijn	Stationsstraat	1.092
	Urmond	Jumbo	Paalweg	730
subtotaal				6.666
Geleen	Geleen	Albert Heijn	Rijksweg Zuid	1.021
	Geleen	Jan Linders	Markt	1.250
	Geleen	ALDI-Markt	Jos Klijnenlaan	575
	Geleen	Jumbo	Pastoor Vonckenstraat	950
	Geleen	Plus	Zuidhof	1.315
	Geleen	Atlas Markt	Burg. Lemmensstraat	330
	Geleen	ALDI-Markt	Bloemenmarkt	780
	Geleen	Jumbo	Bloemenmarkt	1.106
	Geleen	Lidl	Annastraat	1.350
subtotaal				8.677
Beek	Beek Lb	Albert Heijn	Wethouder Sangersstr.	3.915
	Beek Lb	Plus	Markt	1.489
	Beek Lb	Jan Linders	Maastrichterlaan	1.154
	Spaubeek	Plus	Bongerd	415
subtotaal				6.973
Regio totaal				22.316

*Bron: Locatus (opnamedatum mei 2016, bewerkt door BRO)

*Van het aanbod in de Belgische gemeente Maasmechelen zijn geen kwantitatieve gegevens beschikbaar

Tabel B1.2: Supermarktaanbod in België

Gemeente	Formule	Adres
Maasmechelen	Aldi	Rijksweg 463
	Carrefour Market	Heirstraat 210
	D'amici	Oude Baan 332
	Felicetti / Vincenzo	Thomasboslaan 86
	Baldi Supermarkt	Oude Baan 139
	AD Delhaize Eisden	Oude Baan 94
	Lidl	Koninginnelaan 141
	Eldi	Koninginnelaan 119
	Ucar / Muzaffer	Mie Merkenstraat 6
	Carrefour Market	Pauwengraaf 33
	Arslan H.	Langstraat 85
	Colruyt	Rijksweg 583
	Proxy Delhaize	Heirstraat 482
	Proxy Rekem	Populierenlaan 40
	Aldi	Steenweg 50

Bijlage 2: Definities

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse 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.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

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)

Het (in pandige) voor de consument toegankelijke en zichtbare deel van een winkel, inclusief o.a. etalages, ruimte voor winkelwagens en ruimten achter en rond kassa's en toonbanken.

Bedrijfsvloeroppervlak (bvo)

De totale vloeroppervlakte van de ruimte binnen een functie die wordt gebruikt voor een bedrijf, inclusief opslag-, administratie-, personeelsruimten en dergelijke.

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. De koopkrachttoevloeiing wordt uitgedrukt als aandeel van de totale omzet.

Koopkrachttoevloeiing

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

