

Venlo, Ruimtelijk-functionele
effectenanalyse horeca foodmarkt
centrum Blerick



Venlo, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse horeca foodmarkt centrum Blerick

Rapportnummer:	P00959_8
Datum:	15 december 2020
Projectteam BRO:	RvL, LVe
Trefwoorden:	Supermarkt, effecten, ruimtelijk, functioneel, winkelcentra, foodmarkt, foodcourt
Bron foto kافت:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	Onderzoek naar de haalbaarheid en effecten van een Foodmarkt in Centrum Blerick

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	2
1.1 Aanleiding en vraagstelling	2
1.2 Het initiatief	4
1.3 Uitgangspunten onderzoek en conclusie	7
1.4 Conclusies laddertoets, behoefte en effecten	7
2. ONTWIKKELINGSKADER HORECA	11
2.1 Analyse horeca aanbod en leegstand	11
2.2 Vraagaspecten	13
2.3 Trends en ontwikkelingen	14
2.4 Beleidskader	18
2.5 Effecten	21
3. ONTWIKKELINGSKADER SUPERMARKT	22
3.1 Inleiding	22
3.2 Conclusies uitbreiding van 125 m ² netto vloeroppervlak supermarkt	22
BIJLAGE	
Bijlage 1: Marktruimte horeca stadsdeel Blerick	1

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Aanleiding

Op de huidige locatie aan het Laurentiusplein te Blerick, waar momenteel een Albert Heijn is gevestigd, wordt een foodmarkt beoogd. De samenwerking tussen Benders en Jumbo leidt tot een uniek concept, waarbij elementen van de Jumbo Foodmarkt, La Place en Beej Benders worden samengesmolten tot één uniek concept. In het vigerende bestemmingsplan (Centrum Blerick) van de planlocatie is 1.379 m² netto vloeroppervlak ten behoeve van een supermarkt alsook maximaal 303 m² netto vloeroppervlak horeca reeds toegestaan (inclusief 10% afwijkingsbevoegdheid). Het voorliggende initiatief past grotendeels binnen dit vigerende bestemmingsplan, met uitzondering van het aandeel horeca dat in het beoogde concept iets groter is dan toegestaan in het bestemmingsplan. Op basis van de recente indeling (zie figuur 1.1) ligt het aandeel uitbreiding van de netto horecameters op 240 m² netto vloeroppervlak¹ ten opzichte van de reeds toegestane aantal horecameters in het bestemmingsplan². Dit is het uitgangspunt voor de vergunningsaanvraag. In dit rapport is de (beperkte) uitbreiding van de horecameters ten opzichte van het huidige bestemmingsplan nogmaals getoetst aan de systematiek van de ladder (behoefte en effecten) op basis van de meest recente vraag- en aanbodcijfers.

Aanvullend is door BRO in dit rapport zekerheidshalve de behoefte voor en effecten van de 10% afwijking voor de supermarktmeters (125 m² netto vloeroppervlak) getoetst. Deze meters als gevolg van de binnenplanse afwijking (10%) waren immers niet getoetst in het initiële behoefte- en effectenonderzoek van BRO dat ten grondslag lag aan het bestemmingsplan.

Planinitiatief

In figuur 1.1 is een voorlopige indeling weergegeven van de inrichting van de beoogde foodmarkt. De gele zone betreft de supermarktmeters, waar droge kruidenierswaren, groente en fruit, zuivel- en diepvrieswaren worden verkocht. De oranje zones zijn bestemd als aanvullende horeca. Hier staan diverse 'keukens', verse bereiding en nuttiging centraal. In de groene zone wordt een min of meer afgesloten plek voor pure horeca voorzien met veel zitgelegenheid voor de consument. De roze zones zijn de keukens en de bakkerij³. De producten die hier worden gepresenteerd zijn bestemd voor directe consumptie en/of deze zijn vers bereid in de eigen keuken. De exacte indeling van het initiatief is

¹ Voor deze extra (buitenplanse) uitbreiding van de horeca, dat onderdeel is van het foodmarktconcept, is eerder (januari 2020) door BRO een ruimtelijk-functionele effectenanalyse opgesteld (laddertoets). Hierin werd uitgegaan van een buitenplanse uitbreiding van maximaal 342 m² netto vloeroppervlak horeca. Het aantal horecameters is dus sinds die onderbouwing afgenomen. Deze aanvraag richt zich voor de duidelijkheid dus op 240 m² netto vloeroppervlak horeca.

² Zoals blijkt uit de vlekkenkaart omvat de foodmarkt maximaal 355 m² netto vloeroppervlak. Dit zijn de voor de consument toegankelijke meters, conform de definitie uit het vigerende bestemmingsplan. Binnen het plangebied is ook de lunchroom van Berden aanwezig. Deze heeft een omvang van 160 m² netto vloeroppervlak. De totale horeca meters binnen het plangebied komen daardoor uit op maximaal 515 m² netto vloeroppervlak, waarvan reeds 275 m² netto vloeroppervlak is toegestaan in het bestemmingsplan. Dit betekent een motiveringsplicht voor 240 m² netto vloeroppervlak horeca.

³ Op basis van de definitie uit het bestemmingsplan zijn deze elementen geen onderdeel van het netto vloeroppervlak, omdat deze meters niet toegankelijk zijn voor de consument. Op basis van de Locatus-definitie behoren deze meters wel tot het winkelvloeroppervlak. Ze zijn immers wel zichtbaar.

nog niet definitief, maar de maximale supermarkt- en horecameters zoals in deze vlekkenkaart zijn opgenomen zijn uitgangspunt. Hier is de onderhavige onderbouwing op gericht.

Figuur 1.1: Jumbo Blerick centrumplan foodmarkt



In dit rapport is ten opzichte van eerdere stukken rekening gehouden met:

- Nieuwe koopstroomgegevens (KSO Limburg 2019)
- Nieuwe omzetkengetallen (Omzetkengetallennotitie 2019, INretail)
- Nieuwe aanbod- en leegstandcijfers (Locatus 2020)
- Nuanceringen op basis van situatie corona.

Ladder voor duurzame verstedelijking

Per 1 juli 2017 luidt het tweede lid van art. 3.1.6. als volgt: *“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.* Relevant bij de toepassing van de ladder is dat aandacht besteed wordt aan de leegstand van vastgoed. Hierbij betreft het primair de aanvaardbaarheid van eventuele leegstandseffecten. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand en de gevolgen voor het woon, leef- en ondernemersklimaat.

In hoeverre in dit geval sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling valt te betwisten. Het betreft immers een zeer minimale wijziging ten opzichte van de juridisch-planologische mogelijkheden. Er worden niet meer meters toegevoegd, maar binnen de totale meters wordt geschoven in functie. Desalniettemin is in dit rapport de behoefte getoetst conform de systematiek van de ladder.

Vraagstelling

De vraagstelling hebben wij als volgt geformuleerd:

- Is er een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte aan de komst van 240 m² netto vloeroppervlak horeca als onderdeel van het concept en zijn de eventuele effecten van deze ontwikkeling aanvaardbaar voor de voorzieningenstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand in de kern Venlo en specifiek stadsdeel Blerick? Past de ontwikkeling in het beleid? Zijn de conclusies sinds de eerdere onderzoeken gewijzigd?
- Kan de binnenplanse uitbreiding van 125 m² netto vloeroppervlak ten behoeve van supermarktmeters worden onderbouwd op een behoefte? Zijn de ruimtelijk-functionele effecten aanvaardbaar?

1.2 Het initiatief

Het concept

Naast de bestaande Albert Heijn (aan het Laurentiusplein) ligt een uitbreidingslocatie waar nieuwe supermarktmeters gerealiseerd kunnen worden. De Albert Heijn-supermarkt heeft momenteel een winkelverkoop-vloeroppervlakte (wvo) van 807 m². Benders wil samen met Jumbo een nieuw concept ontwikkelen, waarbij de invloeden van Jumbo Foodmarkt, La Place en Beej Benders samen komen. In de praktijk omschrijven we een dergelijk concept als een foodmarkt. Binnen dit concept komen elementen terug van detailhandel in versartikelen, verpakte kruidenierswaren (supermarkt) en nuttigen van levensmiddelen ter plaatse (horeca). Op basis van het initiatief gaat het om maximaal 1.379 m² netto vloeroppervlak ten gunste van dagelijkse detailhandel en/of supermarktactiviteiten en om maximaal 515 m² netto vloeroppervlak horeca (inclusief 160 m² bestaand van de lunchroom van Berden).

Kenmerken Foodmarkten

In Nederland zijn enkele zeer grootschalige foodmarkten geopend, waarin de nadruk sterk ligt op versproducten en bereiding van voedsel ter plekke, en de mogelijkheid geboden wordt de bereide maaltijden ter plekke te nuttigen. Voorbeelden zijn een foodmarkt van Albert Heijn in Eindhoven en de Deka

'World of Food' in Apeldoorn. Jumbo heeft dergelijke winkels (genaamd: "Jumbo Foodmarkt") in onder andere Breda, Amsterdam, Utrecht Leidsche Rijn en Veghel. De beoogde locatie in Blerick is hierin uniek, omdat de samenwerking wordt gezocht met Beej Benders, een lokale ondernemer met een versmarkt in Venlo. Beej Benders onderscheidt zich in tegenstelling tot de foodmarkten vanuit de landelijke supermarktformules sterk op het gebied van vers, beleving en horeca. Waar bij Beej Benders de nadruk in hoofdzaak op de component horeca ligt, ligt de nadruk bij foodmarkten meer op de component detailhandel en supermarkten. De foodmarkt in Blerick onderscheidt zich daardoor van de Jumbo Foodmarkten. Het onderhavige initiatief, dat is gebaseerd op 'Beej Benders' onderscheidt zich nadrukkelijk van een doorsnee foodmarkt door nog meer nadruk op horeca te leggen:

- De nadruk van het assortiment ligt veel meer op vers- en streekproducten. Hierdoor ontstaan veel keuzemogelijkheden.
- Versproducten worden voor een belangrijk deel ter plekke bereid. De consument kan de maaltijden en versproducten ter plekke nuttigen, kant-en-klaar meenemen of thuis klaarmaken/nuttigen.
- De foodbeleving staat centraal bij foodmarkten. De bereiding van maaltijden door chef-koks is goed zichtbaar voor de consument en voor deze 'kookeilanden' is extra nodig. Dit verklaart mede de zeer grootschalige omvang van foodmarkten.
- Binnen de foodbeleving wordt in foodmarkten ook sterk ingespeeld op de behoefte aan gezond eten en leven.
- Het concept onderscheidt zich naast het grootste assortiment specifiek op vers, lekker en gezond. Ook is er een foodcafé aanwezig, dat de ontmoetingsfunctie en beleving nog verder versterkt.

Figuur 1.2: Impressie Foodmarkten en Beej Benders



Figuur 1.3: Projectlocatie



De horecafunctie komt binnen het concept op drie verschillen manieren tot uitdrukking.

- Er zijn drie locaties in het concept waar de horeca een min of meer 'afgebakend' gebied betreft. Deze meters kunnen daardoor als aanvullende of pure horeca worden bestempeld.
 - Het betreft hier een breed assortiment met lekkere, gezonde producten, die grotendeels ter plekke worden vervaardigd en ter plekke of thuis kunnen worden geconsumeerd. Het assortiment in dit gebied bestaat uit sappen, pizza, broodjes, yoghurts, warme snacks en maaltijden. Doordat verschillende producten ter plekke vers bereid worden in de eigen keukens, wordt de belevingswaarde sterk vergroot. In dit gebied geldt het principe 'eat it or take it', waarbij directe consumptie ter plekke of meenemen centraal staat.
 - Op een andere plek in het concept staat vis, sushi, kip en vlees centraal. Deze producten vergen over het algemeen meer bereidingstijd, maar ook hiervoor geldt het principe 'eat it or take it', waarbij directe consumptie ter plekke of meenemen centraal staat.
 - Het derde gebied bestaat uit een koffiebar, bakkerij en tapasbar, waarbij er sprake is van een zeer eigentijdse lunchroom met een belangrijk accent op vers, lekker en voedzaam. Aansluitend op het winkelen kan hier een tussendoortje worden genomen, zoals een kop koffie, gebak, glas wijn en tapas. Voor de tapas geldt eveneens dat directe consumptie ter plekke of meenemen centraal staat.
- De overige horeca is qua assortiment, verbruik en uitstraling wel pure horeca. Deze meters moeten daardoor ook als horeca worden beschouwd.

1.3 Uitgangspunten onderzoek en conclusie

Verzorgingsgebied

- Het primaire verzorgingsgebied van het concept is gelijk aan het verzorgingsgebied van het gehele stadsdeelcentrum, namelijk stadsdeel Blerick. Aangezien de uniciteit van het concept wellicht ook bezoekers van verder weg zal aantrekken, is het secundaire verzorgingsgebied groter.
- Stadsdeel Blerick is als primair verzorgingsgebied gekozen, omdat het concept primair een verzorgingsfunctie zal hebben voor de inwoners uit Blerick. Vanuit de ladder is het gebruikelijk de behoefte aan te tonen en effecten in beeld te brengen binnen het verzorgingsgebied van het initiatief. Aan de oostzijde van de Maas, relatief dicht bij het centrum van Blerick, ligt het centrum van Venlo. Dit winkel- en horecagebied, met een groot winkel- en horeca-aanbod, zorgt ervoor dat de afvloeiing van horecabestedingen vanuit stadsdeel Blerick relatief groot is. Hier wordt in de berekening rekening mee gehouden.

Branche horeca centraal

- Hoewel de horeca in het beoogde plan qua oppervlak ondergeschikt is aan de supermarkt (dagelijkse detailhandel), staat horeca in dit onderzoek centraal.
- De beoogde horeca in het concept van Benders sluit waarschijnlijk het beste aan bij het principe van *fast casual dining* (zie trends, paragraaf 3.1). Om deze reden is in de analyse binnen de horecabranche primair ingezoomd op restaurants en fastservice.

Gebruikte bronnen

- De in deze rapportage opgenomen gegevens over de omvang van het winkelaanbod (m² vvo) zijn afkomstig uit Locatus. De meeste gegevens voor Blerick zijn in augustus 2020 gecheckt. Hiermee wordt bedoeld dat Locatus in deze maand de aanbodcijfers heeft geïnventariseerd en geactualiseerd.
- Verder is gebruik gemaakt van gegevens van het CBS, de provincie Limburg en van informatie van de gemeente Venlo.

1.4 Conclusies laddertoets, behoefte en effecten

Is er een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte aan de komst van 240 m² netto vloeroppervlak horeca als onderdeel van het concept en zijn de eventuele effecten van deze ontwikkeling aanvaardbaar voor de voorzieningenstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand in de kern Venlo en specifiek stadsdeel Blerick? Past de ontwikkeling in het beleid? Zijn de conclusies sinds de eerdere onderzoeken gewijzigd?

Kwantitatieve behoefte

Er kan geconcludeerd worden dat de ontwikkeling voorziet in een kwantitatieve behoefte en dat de eventuele effecten aanvaardbaar zijn voor de aanbodstructuur in Blerick.

- Op basis van de indicatieve marktruimteberekening moet geconcludeerd worden dat de bestedingspotentie in de huidige en toekomstige situatie ruim boven de omzetclaim van het bestaande aanbod

ligt. In bijlage 1 staat de berekening van de marktruimte van de horeca in Blerick in 2020. Dit geeft een indicatie dat er sprake is van marktruimte voor nieuw horeca aanbod in Blerick.

- De huidige bestedingen in Blerick bedragen naar verwachting circa € 15,5 mln. De omzetclaim van het bestaande aanbod bedraagt circa € 13,7 mln. Dit betekent een 'vraagoverschot' van circa € 1,8 mln., wat kan worden ingezet voor nieuw horeca aanbod in Blerick.
- Indien we een doorkijk maken naar de toekomst en rekening houden met een lichte bevolkingsgroei en een toename van de binding en toevloeiing als gevolg van de vestiging van het concept, nemen de te verwachten bestedingen toe tot circa € 17,8 mln. Ten opzichte van de eerdergenoemde omzetclaim levert dit dus nog meer (indicatieve) marktruimte op.
- Er is rekening gehouden met een relatief grote afvloeiing van horecabestedingen vanuit stadsdeel Blerick naar Venlo-centrum, vanwege de nabije ligging van het centrum van Venlo.
- Benadrukt moet worden dat de behoefte aan horecaconcepten minder goed kwantitatief te benaderen is. Zeker in het geval er sprake is van een sterk mengconcept, zoals de foodmarkt die wordt beoogd in Blerick. Het bovenstaande is daardoor een indicatie. Kwalitatieve overwegingen zijn daardoor per definitie belangrijker in de afweging in hoeverre een behoefte bestaat voor het onderhavige initiatief. Jurisprudentie wijst bovendien uit dat in algemene zin meer waarde gehecht moet worden aan de kwaliteit dan de kwantiteit.

Kwalitatieve behoefte

- Naar omvang is de horecacomponent in het beoogde plan op te vatten als een ruim restaurant met fastservice-elementen, zijnde *fast casual dining* (zie ook hoofdstuk 3). De mogelijkheid tot directe consumptie is onlosmakelijk verbonden met een succesvol foodmarktconcept, waardoor de horecacomponent van doorslaggevend belang is binnen het beoogde concept. Dergelijke horeca komt bovendien momenteel niet voor in het stadsdeel, waardoor deze horeca complementair is binnen het totale horeca-aanbod in het stadsdeel.
- Per saldo is de toevoeging van horeca als integraal onderdeel van het beoogde plan juist positief voor het toekomstperspectief van het concept, evenals voor het centrum van Blerick als geheel. Het centrum krijgt er bij de zuidoostelijke halter een sterke trekker bij, waar via combinatiebezoek ook andere winkels en horecazaken van kunnen profiteren.
- De centrale ligging in stadsdeel Blerick en de goede parkeervoorzieningen maken de locatie geschikt voor het beoogde planinitiatief.
- Ook het effect van de ondergeschikte horeca op de consumentenverzorging is positief, omdat er een concept wordt gerealiseerd dat volledig past binnen de trends en ontwikkelingen en de kwalitatieve behoefte van de consument. Het speelt immers in op beleving, ontmoeten, vers, kwaliteit en *fast casual dining*.
- Door de invulling van de planlocatie met dagelijkse detailhandel en horeca, neemt automatisch de kans op invulling met niet-dagelijkse detailhandel af. Dit betekent dat hiermee beleidsambities ten aanzien van het beperken van niet-dagelijkse detailhandel worden gerealiseerd.
- Negatieve effecten op leegstand worden niet verwacht, vanwege het feit dat de horeca integraal onderdeel is van het concept (waarvan de behoefte voor de supermarkt reeds is onderbouwd en de effecten hiervan aanvaardbaar zijn), het initiatief sterk inspeelt op een behoefte en er sprake is van een indicatie voor kwantitatieve marktruimte.

Past de ontwikkeling in het beleid?

Het toevoegen van horeca als onderdeel van het totale concept in het centrum van Blerick past binnen de relevante beleidskaders. De volgende overwegingen liggen hieraan ten grondslag.

- Het provinciale beleid zet in op vitale en leefbare centra die functioneren als ontmoetingsplaats voor primair de eigeninwoners. Het winkelaanbod moet afnemen, waarbij andere functies belangrijker worden voor deze centra, zoals horeca. Het planinitiatief speelt hierop in door een nieuwe en toekomstbestendige ontmoetingsplaats te creëren voor de inwoners van Blerick. Door het toevoegen van extra horeca neemt de mogelijkheid af voor nieuwe winkelmeters, waardoor dit ook in lijn is met de provinciale ambitie om de winkelruimte te beperken. De verblijfs- en ontmoetingsfunctie neemt toe.
- Het concept past binnen het gemeentelijk beleid. De wisselwerking tussen supermarkt en horeca versterkt en complementeert het horeca-aanbod voor primair eigen inwoners. Daarnaast trekt het mogelijk bezoekers buiten het primaire verzorgingsgebied aan en levert het extra werkgelegenheid op.
- Het nieuwe concept zal een belangrijke trekker worden voor het centrum van Blerick. De zuidoostelijke halter van het centrum wordt versterkt, wat positief is voor de algehele doorstroming en aantrekkingskracht van Blerick-centrum.
- Het concept past binnen de beleidslijn van het boodschappencentrum en kernwinkelgebied. De ontwikkeling speelt in op actuele trends rondom dagelijkse voorzieningen en horeca en ligt binnen het kernwinkelgebied van Centrum Blerick.

Zijn de conclusies sinds de eerdere onderzoeken gewijzigd?

Er kan worden geconcludeerd dat de huidige voorliggende toevoeging van horeca niet verschilt ten opzichte van de eerdere onderbouwing. Anders gezegd, het plan is ten aanzien van de maximale horeca-meters niet gewijzigd. Op basis van de meest actuele uitgangspunten blijft de conclusie gehandhaafd dat de uitbreiding van de horeca voorziet in een behoefte en dat de effecten aanvaardbaar zijn.

- Sinds de eerdere onderzoeken die ten grondslag hebben gelegen aan het bestemmingsplan hebben de bestedingen in met name de detailhandel en supermarkt- en foodmarkten zich positief ontwikkeld. Dit geldt ook voor de horeca. Dit betekent meer economisch draagvlak voor horeca en daarmee meer marktruimte.
- Hoewel corona forse invloed heeft op het functioneren van de horeca, en dit voor in elk geval het jaar 2020 een negatief effect zal hebben op de horecabestedingen, kende de horeca de afgelopen jaren een explosieve groei van de bestedingen. Daar komt bij dat de behoefte aan horeca niet is afgenomen. De bestedingen in de horeca, die vanwege coronamaatregelen niet kunnen worden uitgegeven in de horeca, verplaatsen zich naar detailhandel in de dagelijkse sector, zoals supermarkten. Juist foodmarkten profiteren hiervan, aangezien men momenteel niet bezuinigt op de horeca-elementen in foodmarkten.
- Verder speelt mee dat juist lokale centra, zoals die van Blerick, profiteren van het gewijzigde koopgedrag als gevolg van de coronamaatregelen. Minder drukke winkelgebieden met grootschalige, ruim opgezette winkels (waar de 1,5-meter goed geborgd kan worden) profiteren.
- De verwachting is dat na de coronamaatregelen de bestedingen in de horeca weer snel terug op niveau zal komen. Er bestaat daardoor geen aanleiding om aan te nemen dat de behoefte voor horeca op middellange termijn significant zal afnemen.

Kan de binnenplanse uitbreiding van 125 m² netto vloeroppervlak ten behoeve van supermarktmeters worden onderbouwd op een behoefte? Zijn de ruimtelijk-functionele effecten aanvaardbaar?

Initiatiefnemers wensen een supermarkt te realiseren met een uitbreiding van 10% van het aantal m² netto vloeroppervlak. Artikel 4.4.2 van het bestemmingsplan Centrum Blerick staat een maximum van 1.254 m² netto vloeroppervlak toe. Het college kan binnenplannen, op grond van artikel 23, aanhef en onder a van het bestemmingsplan, bij omgevingsvergunning afwijken van genoemd maximum met 10%. Beoordeeld is in hoeverre de toevoeging van 125 m² netto vloeroppervlak vanuit planologisch opzicht aanvaardbaar is.

- De beperkte netto uitbreiding is noodzakelijk om een moderne en toekomstbestendige supermarkt te kunnen realiseren. Dit speelt in op trends en ontwikkelingen rondom schaalvergroting. Daar komt bij dat foodmarkten grootschaliger zijn dan reguliere supermarkten, vanwege een ruimere opzet van belevingselementen rondom bijvoorbeeld versartikelen.
- Een uitbreiding van 125 m² is op niveau van het verzorgingsgebied zeer beperkt en zal slechts tot een zeer beperkt extra omzeteffect leiden. Dit extra omzeteffect moet worden beschouwd als ondernemersrisico en leidt niet tot leegstand van bestaande winkels. De volgende overwegingen liggen hieraan ten grondslag.
 - Het huidige dagelijkse aanbod in stadsdeel Blerick heeft een omvang van 9.402 m² wvo. De omzetclaim van het totale dagelijkse aanbod in stadsdeel Blerick bedraagt circa € 71,1 mln. (9.402 m² wvo x € 7.564⁴). We gaan er, conform eerdere berekeningen uit 2015, vanuit dat het dagelijkse aanbod in Blerick momenteel op niveau functioneert.
 - Een uitbreiding van het supermarktaanbod met 125 m² staat gelijk aan een maximale omzetclaim van € 1 mln. (125 m² x € 8.037). Indien deze extra omzet volledig ten koste zou gaan van de omzet van het bestaande aanbod in Blerick, betekent dat een omzeteffect van 1,5%. Dit is zeer beperkt en moet worden beschouwd als ondernemersrisico. Op basis hiervan is het niet te verwachten dat er elders dagelijks artikelenaanbod verdwijnt.
 - Daar komt bij dat de bestedingen in de dagelijkse sector op basis van de landelijke omzetkengetallennotitie jaarlijks met circa 1 à 2% stijgen. Dit resulteert automatisch in een groter economisch draagvlak voor het aanbod in Blerick en zorgt er voor dat het omzeteffect op termijn nog beperkter wordt.
- Op basis van het voorgaande voorziet de uitbreiding in een behoefte en zijn de effecten vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar.
- In een separate notitie (BRO november 2020) waarin de uitbreiding getoetst is aan de CROW parkeernormen is deze uitbreiding van 125 m² eveneens getoetst. Hieruit blijkt dat de toevoeging past binnen de totale parkeercapaciteit en daarmee voldaan wordt aan de parkeerbehoefte.

⁴ Omzetkengetallennotitie 2019, INretail

2. ONTWIKKELINGSKADER HORECA

2.1 Analyse horeca aanbod en leegstand⁵

De beoogde horecacomponent is op te vatten als een ‘*fast casual dining*’-concept (zie ook paragraaf 3.1), waar in een informele setting en doorgaans met een snelle service – al dan niet vanaf een balie – maaltijden/lunches worden geserveerd. Door deze horeca worden producten met een hoge kwaliteit geleverd, welke hoger ligt dan gebruikelijk in de fastfood-/fastservicehoreca. Tegelijk is de setting minder formeel dan gebruikelijk in de reguliere restaurantsector. Gezien het bovenstaande, zal de horeca in het beoogde concept overlap hebben met aanbod in de fastservice- en de restaurantsector. Om deze reden zijn beiden meegenomen in deze paragraaf.

Restauratieve horeca-aanbod Venlo

Het aanbod in de horecasector op basis van Locatus in het centrum van Blerick beslaat 14 zaken, voor het Stadsdeel Blerick zijn dit 31 zaken. Dit betekent een aanbod van 1,2 zaken⁶. Het aanbod in de horecasector in het centrum van Venlo beslaat 73 zaken. De gehele gemeente Venlo telt 193 zaken, dit zijn 1,9 zaken per 1.000 inwoners. Landelijk gezien bedraagt het horeca-aanbod in de horecasector gemiddeld 1,5 zaken per 1.000 inwoners⁷. Het horeca-aanbod in het Stadsdeel van Blerick is daarmee enigszins beperkt, het horeca-aanbod in de gemeente Venlo is iets hoger dan het landelijk gemiddelde. Dit kan echter worden verklaard door de regionale aantrekkingskracht van Venlo, met een nadruk op Duitse bezoekers (bron: KSOL2019).

Horeca-aanbod stadsdeel Blerick

Als wordt ingezoomd op het aanbod in de fastservice- en restauratieve sector⁸ in Centrum Blerick valt op dat het merendeel van de horecazaken van het stadsdeel Blerick onder de branche ‘fastservice’ valt. Dit zijn 25 zaken in totaal.

Tabel 2.1: Horeca in stadsdeel Blerick

	Centrum Blerick Aantal zaken	Stadsdeel Blerick Aantal zaken	Centrum Venlo Aantal zaken	Venlo (gemeente) Aantal zaken
Fastservicebedrijven	9	25	56	144
Restaurants	5	6	17	49
Totaal	14	31	73	193

⁵ Opgemerkt moet worden dat in het bestemmingsplan wordt gesproken van ‘netto vloeroppervlak’ met als definitie: “de totale voor het publiek toegankelijke vloeroppervlak”. Dit wijkt iets af van de Locatus-definitie van ‘winkelvloeroppervlak’ die doorgaans in ruimtelijk-functioneel onderzoek wordt gehanteerd: “Het oppervlak van een (winkel)unit dat voor het publiek vrij toegankelijk is, dan wel zichtbaar is, inclusief de ruimten die direct met de verkoop of het uitvoeren van diensten samenhangen.”. Het wvo is daardoor iets ruimer, omdat het ook zichtbare ruimten bevat die niet toegankelijk zijn (verwerkingsruimtes).

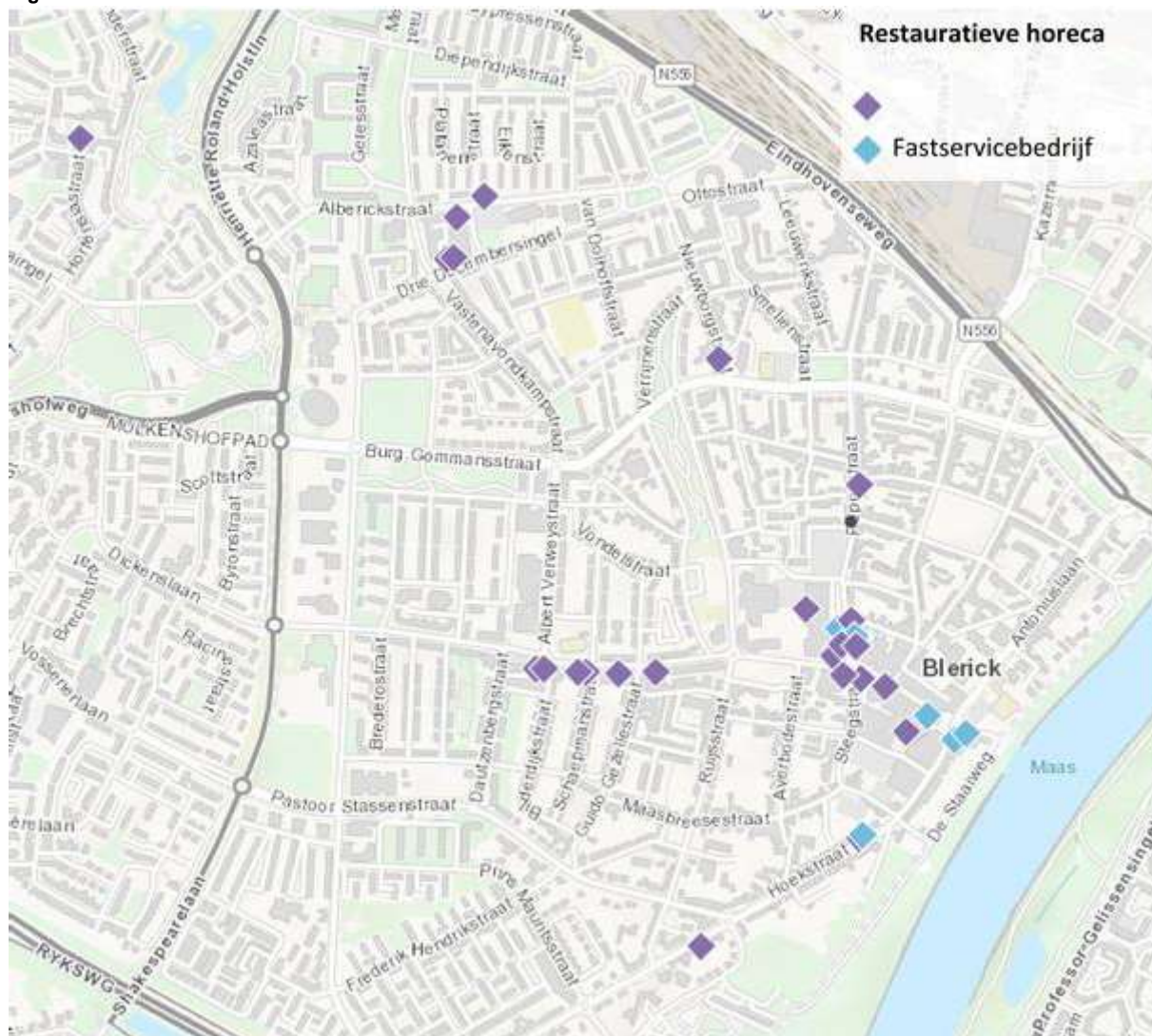
⁶ Aanbod (Locatus, 2020), Aantal inwoners Stadsdeel Blerick: 25.910 (CBS Statline, 2019)

⁷ Landelijk aanbod (Locatus, 2020), Aantal inwoners Nederland: 17.407.585 (CBS Statline, peildatum oktober 2020).

⁸ Onder de fastservicesector vallen de volgende branches: fastfood, bezorgen/halen, grillroom/shoarma, ijssalon, pannenkoekenrestaurant, lunchroom en koffiehuis.

In de navolgende figuur is de geografische spreiding van het horeca aanbod in de genoemde sectoren in stadsdeel Blerick weergegeven.

Figuur 2.1: Horeca aanbod stadsdeel Blerick



- Uit het kaartbeeld komt naar voren dat de fastservicebedrijven redelijk verspreid over stadsdeel Blerick liggen, met een relatief groot cluster in Centrum Blerick en kleinschalige clusters aan de Hazenkamp en Vastenavondkamp.
- In Centrum Blerick liggen meerdere restaurants (zoals gedefinieerd door Locatus), waarbij rondom het Antoniusplein een klein horecacluster aanwezig is. Daarnaast zijn er twee restaurants in de Pepijnstraat.
- Het horeca-aanbod nabij de Zuidoostelijke halter van het centrum (Berden/Laurentiusplein) is relatief beperkt.

- In vergelijking met het centrum van Venlo en Venlo (stad) is het aanbod aan restauratieve horeca in stadsdeel Blerick beperkt.

Leegstand

- In het stadsdeel Blerick staan in totaal 29 panden leeg, met een totale omvang van circa 4.600 m² wvo. Het leegstandspercentage komt uit op circa 14% van het aantal verkooppunten en 11,9% van het aantal m² wvo. Ten opzichte van het landelijk gemiddelde is dit bovengemiddeld. Ten opzichte van het provinciaal gemiddelde ligt de leegstand in Blerick rond het gemiddelde.
- In totaal staan er 18 panden leeg in Centrum Blerick. Dit komt neer op 3.313 m² wvo. Het grootste leegstaande pand ligt aan de Witherenstraat 7 met een totale oppervlakte van 583 m² wvo, gevolgd door het pand aan de Kloosterstraat 28 met een totale oppervlakte van 572 m² wvo.
- Deze locaties zijn niet geschikt voor de beoogde horeca, omdat de horeca een integraal onderdeel betreft van het concept. Daarnaast zijn er beperkte parkeervoorzieningen in de directe nabijheid en is er weinig ruimte om te laden en lossen.

2.2 Vraagaspecten

Bevolkingsontwikkeling

In de navolgende tabel is de bevolkingsprognose van de provincie Limburg opgenomen (Etil; Progneff, 2019). Doordat het beoogde concept in Blerick relatief uniek is in de regio, is de verwachting dat het ook bezoekers uit omliggende gemeenten zal trekken. Deze gemeenten zijn daarom meegenomen in de bevolkingsprognose.

De provinciale inwonersprognose geeft aan dat zowel de gemeente Venlo als het secundaire verzorgingsgebied licht groeit tot 2030. De gemeenten Beesel en Bergen hebben te maken met een lichte daling van het inwonersaantal. Vanaf 2030 is er een kantelpunt, waarbij de bevolkingsprognose krimpt. In de gemeente Venlo ligt dit punt op 2035.

Tabel 2.2: Inwonertal en prognose gemeenten

Gemeente	2020	2025	2030
Venlo	102.013	103.737	104.443
Beesel	13.552	13.537	13.349
Bergen (Lb)	13.155	13.129	12.980
Horst aan de Maas	42.489	43.378	43.921
Peel en Maas	43.440	43.996	44.052
Totaal sec. regio	112.636	114.040	114.302

In de gemeente Venlo, maar ook in het secundaire verzorgingsgebied zal er sprake zijn van vergrijzing van de inwoners. Vergrijzing biedt kansen voor fysieke winkels en horeca, omdat ouderen relatief sterk georiënteerd zijn op het lokale boodschappen aanbod en veelal ook meer te besteden hebben. Bovendien zijn ouderen vaak georiënteerd op het horeca aanbod binnen supermarkten. Voor

deze doelgroep is de supermarkt met ondergeschikte horeca een echte ontmoetingsplek. De vergrijzing zorgt in elk geval niet voor negatieve effecten op het planinitiatief.

2.3 Trends en ontwikkelingen

De supermarkt- en horecabranche is volop in beweging. In het navolgende worden de meest relevante algemene trends kernachtig geschetst.

Trends in consumentengedrag⁹

- De consument verlangt naar verantwoorde producten die gemakkelijk te bereiden zijn of ready-to-eat 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.
- Sinds de crisisjaren durft de consument weer geld uit te geven en neemt de totale omzet in de detailhandel- en horecasector weer toe. De consument is tegelijk steeds beter geïnformeerd dankzij (mobiel) internet en heeft ook steeds minder tijd. Het resultaat is dat de consument kritisch is bij aankopen. De belevenis- en betekenisconomie worden daarom steeds relevanter. Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot 'leisureland' waar wonen, werken en winkelen niet meer zonder goede horeca- en leisure-concepten kunnen. Daarbij is de consument in toenemende mate op zoek naar een unieke ervaring: producten en locaties met een bijzondere lading. Horeca en detailhandel richt zich daarom steeds meer op vermaak en beleving.
- 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.
- De consument is steeds mobieler en is bereid grotere afstand af te leggen. Hierdoor groeit het referentiekader van consumenten. Keuzes worden gebaseerd op de aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, de interne verschijningsvorm (architectuur, inrichting, uitstraling) en de externe verschijningsvorm (omgevingskwaliteit).
- 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.
- Voor het beoogde concept in Blerick is het van belang dat Nederland in algemene zin weliswaar niet beschikt over een opvallende eet- en drinkcultuur, maar dat dit wel geleidelijk verandert, onder andere door buitenlandse invloeden. Zo is vanuit Italië de *slow food*-beweging opgekomen. Mede hierdoor is bij de consumenten meer aandacht voor streekeigen, seizoensgebonden voedingsmiddelen en het op ambachtelijke wijze bereiden van smaakvolle gezonde gerechten. De consument wordt zich dan ook steeds bewuster van de waarde en betekenis van eten en drinken voor lichaam

⁹ Onder meer gebaseerd op o.a. Rabobank (2019). Cijfers en Trends. Supermarkten.

en geest. Mensen krijgen meer respect voor product en ambacht en zijn in toenemende mate bereid daarvoor te betalen. Er ontstaan hierdoor continu nieuwe winkel- en horeca-formules in de voedingsbranche die hierop inspelen (zie onderstaande), gespecialiseerd in bijvoorbeeld koffie/thee, wijnen, slow food of biologische producten.

- De coronacrisis heeft geen negatief, maar eerder een positief effect op de boodschappenbesteding. Dit komt door hamstergedrag, maar vooral door verschuivende bestedingen, van horeca naar boodschappen. De omzet van supermarkten en speciaalzaken stijgt met 9,2% in 2020¹⁰

Ontwikkeling in de sectoren dagelijkse artikelen en horeca

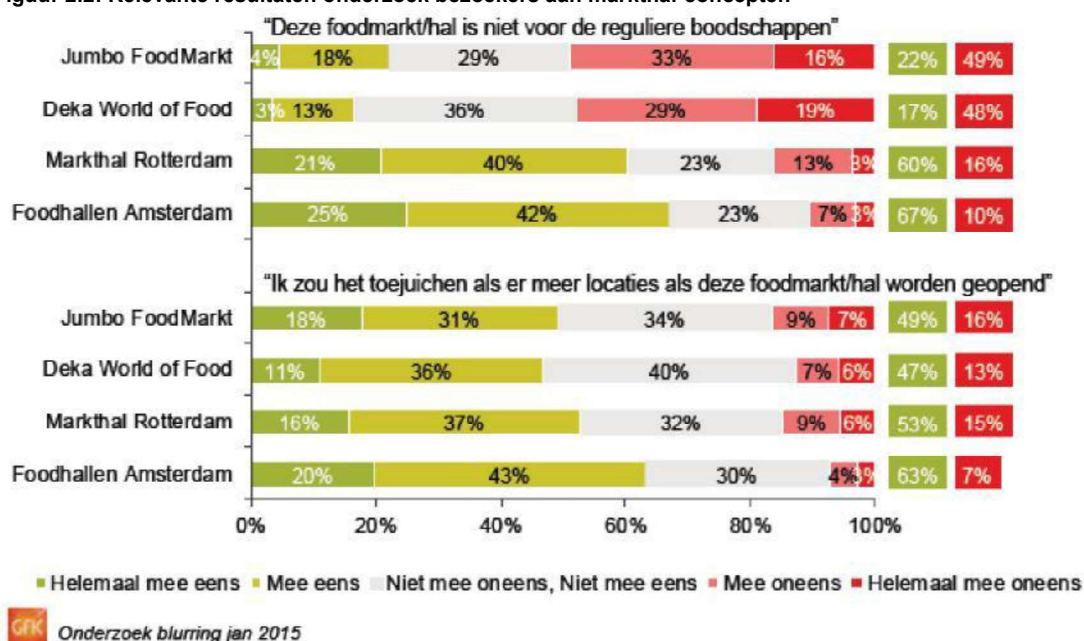
Aangezien het concept in Blerick onderdeel uitmaakt van een integraal plan, waartoe ook een supermarktgedeelte behoort, is het van belang om de trends in de supermarktbranche te benoemen. Deze branche is de laatste jaren sterk in beweging:

- Mede door het veranderde consumentengedrag (keuze voor de grotere, meer gevarieerde centra) wordt retail steeds meer geconcentreerd in de grootste winkelcentra. Dit betekent vooral een (autonome) afname van de omvang van het winkelaanbod in de kleinere, ondersteunende centra. En – anders dan de andere detailhandelssectoren – groeit de sector dagelijkse artikelen nog wel in de grotere centra. Deze sector wordt dan ook steeds relevanter voor deze winkelgebieden. Door deze ontwikkeling is het aanbod aan supermarkten en verszaken van essentieel belang voor de aantrekkelijkheid van Blerick Centrum. Een aantrekkelijk supermarktaanbod is ruim, modern en gevarieerd. Bij voorkeur wordt het supermarktaanbod vervolgens aangevuld met een breed scala aan (gespecialiseerde) verszaken. Het markthal-concept is hier een duidelijk voorbeeld van.
- 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 wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.500 m² wvo omvatten.
- Er zijn de laatste decennia in meerdere plaatsen enkele zeer grootschalige supermarkten gerealiseerd (2.500- 5.000 m² wvo). De laatste jaren komt de nadruk in deze zeer grootschalige supermarkten zich steeds te liggen op vers en bereiding ter plekke.
- Mede door het alsmaar 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, DekaMarkt), waar consumptie ter plekke ook mogelijk is en in kleinere gemakswinkels (city stores van Spar, Albert Heijn en Jumbo en uitgebreidere winkels bij trafficlocaties).
- Het grotere belang van vers, gezonde voeding, koken en aandacht voor de productie resulteert behalve in een toename van gespecialiseerde supermarkten (Marqt en Estafette) ook in steeds meer initiatieven voor versmarkten. Soms gaat het daarbij om overdekte warenmarkten maar soms ook om een clustering van (super)speciaalzaken, in combinatie met een supermarkt. De Jumbo Foodmarkt in Veghel is hier een voorbeeld van, maar ook de bekende Rotterdamse Markthal.
- Binnen de levensmiddelensector vormen supermarkten ca. 80% van het aandeel voor wat betreft omzet en werkgelegenheid. Qua vloeroppervlak is dit aandeel ca. 70-75%.

¹⁰ Food Instituut Nederland (2020). FSIN Cijferupdate 2020 en prognose voor 2021.

- Supermarkten doen zelf steeds meer aan branchevervaging door zich steeds meer te vermengen met horeca, zoals de integratie van La Place door Jumbo of de actiematige verkoop van non-food-artikelen (Aldi, Lidl).
- Het merendeel van de online-verkoop wordt nog thuisbezorgd, maar ook afhaalpunten zijn nog relevant. 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.

Figuur 2.2: Relevante resultaten onderzoek bezoekers aan markthal-concepten



Opkomst markthal-concepten

Het beoogde concept sluit om de volgende redenen aan bij de bredere ontwikkelingen in de food-detailhandel.

- Onder invloed van de bovengenoemde trend, waarbij consumenten meer aandacht hebben voor de kwaliteit en herkomst van voeding, openen in Nederland steeds meer innovatieve publieksvoorzieningen gericht op een combinatie van food (biologisch, streekeigen, ambachtelijk, etc.), horeca en ambacht. Voorbeelden zijn de Rotterdamse Markthal en de Amsterdamse Foodhallen; ook het be-

¹¹ RetailTrends (2018). Blurring: hoe meer, hoe beter.

oogde concept in Blerick is hiervan een voorbeeld. Bezoekers van de markthal-concepten waarderen vooral de sfeer en beleving. In diverse steden bestaan dan ook plannen voor vergelijkbare concepten.

- Onderzoek van GfK (zie figuur 2.2) toont aan dat vooral nieuwe concepten als de Rotterdamse Markthal en de Amsterdamse Foodhallen door bezoekers maar in beperkte mate worden bezocht voor de reguliere boodschappen (zie bovenstaande grafiek). De horeca is in deze concepten belangrijker. De meeste consumenten zouden graag meer foodmarkten zien in Nederland.

Opkomst horeca in fast casual dining

Horeca in een informele setting met een hoge kwaliteit en tegelijk een relatief snelle service is sterk in opkomst. De beoogde horecacomponent sluit dan ook aan bij deze actuele horeca-ontwikkeling.

- De restaurants in *fast casual dining* vullen het segment in tussen de full-servicerestaurants (dineren à la carte, bediening aan tafel etc.) en de fastfoodformules (snelle bereiding, zelfbediening etc.). Fast casual dining combineert de sfeer en ambiance van een restaurant met de snelheid van fastfood. Hier komen gasten die willen eten in een informele setting, samen met vrienden of familie, zonder de meerprijs van uitgebreide service.
- Deze horeca-concepten zijn dan ook een combinatie van de sfeer en kwaliteit van restaurants en de snelheid en informaliteit van fastfood. Vanwege de benodigde kritische omvang (in couverts), rendementseisen en de veelal veelzijdige keuken(s) heeft dergelijk horeca-aanbod doorgaans een relatief grote omvang en een regionaal verzorgend karakter. De beoogde horeca als onderdeel van het concept in Blerick voorziet hierin met een opzet die tegelijk informeel en kwalitatief hoogwaardig is.

Trends en ontwikkelingen Horeca algemeen

- Horecazaken worden groter om aan de eisen van hedendaagse consumenten te voldoen. In veel gevallen is meer ruimte benodigd.
- Deze schaalvergroting kan enerzijds verbonden worden aan de omzeteisen, maar heeft daarnaast ook een relatie met de gewenste multifunctionaliteit. De horeca beperkt zich niet alleen tot het serveren van drinken of eten, maar de bedrijven organiseren steeds vaker culturele, recreatieve en leisure-activiteiten en hiervoor is steeds meer ruimte benodigd.
- Horeca wordt steeds meer met andere functies (zoals detailhandel) gemixt om meer belevingswaarde te creëren en nieuwe vernieuwende concepten te realiseren. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc. Cross-selling, waarbij andere aanvullende producten of diensten worden verkocht aan de klant, heeft de toekomst.

Conclusie

- Het planinitiatief speelt nadrukkelijk in op trends en ontwikkelingen in de horeca- en supermarktbranche, door sterk in te zetten op beleving, hoogwaardige kwaliteit van producten en de combinatie van een supermarkt met *fast casual dining*.
- Naar omvang is de beoogde horecacomponent in de Foodmarkt op te vatten als een ondergeschikt restaurant met fastservice-elementen. De mogelijkheid tot directe consumptie is onlosmakelijk verbonden met een succesvol concept, waardoor de horecacomponent van doorslaggevend belang is binnen het beoogde initiatief in Blerick.

- Een concept zoals wordt beoogd in het centrum van Blerick komt momenteel niet voor in het stadsdeel Blerick, waardoor deze horeca complementair is aan het totale horeca-aanbod in het stadsdeel. Ook buiten Blerick in Venlo zijn er weinig zaken die in de buurt komen van het beoogde concept. Alleen Beej Benders in Venlo komt enigszins in de buurt.

2.4 Beleidskader

Provinciaal beleid detailhandel

Het Provinciaal Detailhandelsbeleid is weergegeven in het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL), op 12 december 2014 door Gedeputeerde Staten vastgesteld. De belangrijkste uitgangspunten met betrekking tot detailhandel in Limburg zijn hieronder aangegeven. Het POL 2014 richt zich op de vraag wat er nodig is om de kwaliteit van de fysieke leefomgeving in Limburg te verbeteren. Samen met de inspanningen op andere terreinen moet dat leiden tot een leef- en vestigingsklimaat van een 'voortreffelijke' kwaliteit. Het POL stelt dat er in Limburg voldoende, en in toenemende mate zelfs te veel woningen, bedrijventerreinen, kantoren en winkels zijn. Tegelijkertijd liggen er op al deze gebieden nog grote kwalitatieve opgaven. De uitdaging is om een omslag te maken 'van kwantiteit naar kwaliteit' en meer schaarste te creëren.

- Behoud en versterking van de kwaliteit van de binnensteden als belangrijke ontmoetingsplaatsen.
- In dorpskernen en wijken het zoveel mogelijk op peil houden van het voorzieningenniveau en de leefbaarheid.
- In stand houden van de kwaliteit van grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden en voorkomen dat als oplossing van de problemen gekozen wordt voor verbreding van deze centra waardoor deze zich tot nieuwe 'binnensteden' kunnen ontwikkelen.

Het POL 2014 zet sterk in op het zoveel mogelijk concentreren van nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen bestaand stedelijk gebied. Het gaat hierbij om een bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing, waaronder horeca. Vernieuwing en verbetering van het voorzieningenniveau is volgens de provincie primair de verantwoordelijkheid van de markt. De gemeenten zijn waar het gaat om de ruimtelijke sturing van ontwikkelingen de belangrijkste partij. De provincie speelt een rol als regisseur: initiëren en participatie regionale samenwerking, monitoring, afstemming tussen regio's en met omliggende regio's, faciliteren met kennis en instrumentontwikkeling.

Momenteel ligt het ontwerp van de nieuwe Omgevingsvisie Limburg (2020) ter inzage. Om een doorblik te bieden, zijn onderstaand de hoofdlijnen van het thema detailhandel geformuleerd, onder voorbehoud van mogelijke aanpassingen.

- Voor de economische ontwikkeling van Limburg blijft versterking van de regionale economische structuur binnen een excellent vestigingsklimaat het uitgangspunt.
- De Limburgse detailhandelssector is een belangrijke sociaaleconomische sector, echter heeft de provincie te veel winkels. De centrale opgave is dan ook een groei in kwaliteit bij een afnemende kwantiteit.
- Gemeenten worden gesteund en gestimuleerd bij het compacter maken en kwalitatief versterken van de bestaande winkelgebieden.

- De kwaliteit van de stedelijke centra als belangrijke ontmoetingsplaatsen worden behouden en waar mogelijk versterkt. Die kwaliteit wordt niet alleen bepaald door winkels, maar door de mix met horeca, dienstverlening, cultuurhistorische objecten, kantoren, (ambachtelijke) bedrijven en binnenstedelijk wonen en zorg. Met aantrekkelijke winkelgebieden kan ook de aantrekkingskracht van Limburg voor grensoverschrijdend kooptoeisme en funshoppen behouden blijven en waar mogelijk worden verhoogd.
- Er moet een balans worden gevonden tussen de winkelvoorraad in grootschalige winkelgebieden en outletcentra aan de rand van de steden, in binnensteden en dorpskernen en wijken. Nieuwe grootschalige winkelgebieden zijn niet aan de orde. In bestaande grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden is geen ruimte voor winkels uit branches die bij uitstek thuis horen in de stadscentra.
- Er wordt ingezet op het verhogen van de kwaliteit van het aanbod. Een kwantitatieve uitbreiding van het aanbod is alleen mogelijk als dit niet leidt tot verdringing en leegstand. Dit geldt voor zowel verblijfs- als dagrecreatie.

Gemeentelijk beleid

Het gemeentelijke beleid met betrekking tot de horeca is neergelegd in de Horecanota 2007. Het doel van dit beleid is om een sterke centrumfunctie te vervullen, bezoekers te trekken, maar ook voor eigen inwoners voorzieningen te realiseren. Er wordt gewerkt vanuit drie doelstellingen:

- een goed en compleet horeca aanbod voor eigen inwoners;
- een goed en compleet horeca aanbod dat toeristen en recreanten aanspreekt en weet te verleiden tot een bezoek;
- een horeca sector die goed functioneert en werkgelegenheid biedt.

Daarnaast wordt in de ruimtelijke structuurvisie Venlo (2014) aangegeven dat er een heldere scheiding is tussen basisvoorzieningen in de woonomgeving en stads- en regionale voorzieningen op specifieke locaties. In Centrum Blerick neemt de omvang van het recreatief winkelen af. Hierdoor zal het centrum een kleinere omvang krijgen met een focus op dagelijkse boodschappen, horeca, dienstverlening en maatschappelijke functies.

Het centrum van Blerick wordt in de ruimtelijke structuurvisie getypeerd als 'boodschappencentrum+ kernwinkelgebied'. Dit houdt in dat het naast een breed aanbod van dagelijkse voorzieningen ook een divers, maar beperkt aanbod van niet-dagelijkse voorzieningen heeft. Echter is het concurrentievermogen van de niet-dagelijkse voorzieningen slecht ten opzichte van het centrum van Venlo, waardoor steeds meer leegstand optreedt. De beleidslijn van de gemeente Venlo voor het boodschappencentrum +:

- Geen ruimte voor nieuwe ontwikkelingen, tenzij strak begrensd in het kernwinkelgebied.
- Uitbreiding van bestaande panden mogelijk, op voorwaarde dat het ondergeschikt is en inspeelt op trends, ontwikkelingen en duurzame instandhouding.
- In de schil rond het kernwinkelgebied vindt een accentverschuiving plaats met een mix van wonen, werken, dienstverlening en maatschappelijke voorzieningen.

In het Detailhandelsbeleid 2015-2025 wordt daarnaast specifiek voor Centrum Blerick aangegeven dat ontwikkelingen mogelijk zijn indien de halterstructuur¹² en bestaande boodschappenstructuur versterkt worden. Toevoegingen van nieuwe supermarkten en detailhandelsvoorzieningen buiten de halterstructuur zijn niet toegestaan. Daarnaast mogen ontwikkelingen geen negatief hebben op de leegstaand in de Kloosterstraat en winkelpassage de Wieën.

Conclusie

Het toevoegen van horeca als onderdeel van het concept in het centrum van Blerick past binnen de relevante beleidskaders. De volgende overwegingen liggen hieraan ten grondslag.

- Het provinciale beleid zet in op vitale en leefbare centra die functioneren als ontmoetingsplaats voor primair de eigeninwoners. Het winkelaanbod moet afnemen, waarbij andere functies belangrijker worden voor deze centra, zoals horeca. Het planinitiatief speelt hierop in door een nieuwe en toekomstbestendige ontmoetingsplaats te creëren voor de inwoners van Blerick. Door het toevoegen van extra horeca neemt de mogelijkheid af voor nieuwe winkelmeters, waardoor dit ook in lijn is met de provinciale ambitie om de winkelruimte te beperken.
- Het gemeentelijke beleid stelt dat er een goed en compleet horeca aanbod voor eigen inwoners moet zijn. Indien specifiek naar het aanbod van stadsdeel Blerick wordt gekeken, is dit aanbod beperkt. Zowel kwalitatief en kwantitatief is aangetoond dat er ruimte is voor horecaontwikkelingen in Blerick. Doordat het beoogde plan ook consumenten buiten het primaire verzorgingsgebied (stadsdeel Blerick) trekt, heeft dit ook een *spin-off* werking naar de overige publieke voorzieningen in het centrum van Blerick.
- Het concept past binnen het gemeentelijk beleid. De wisselwerking tussen supermarkt en horeca versterkt en complementeert het horeca aanbod voor primair eigen inwoners. Daarnaast trekt het mogelijk recreanten buiten het primaire verzorgingsgebied aan en levert het extra werkgelegenheid op. Doordat het beoogde plan tot het kernwinkelgebied behoort, zijn nieuwe ontwikkelingen mogelijk. Daarnaast speelt het beoogde plan in op trends, ontwikkelingen en duurzame instandhouding.
- Het nieuwe concept zal een belangrijke trekker worden voor het centrum van Blerick. Hiermee wordt de Zuidoostelijke halter versterkt, wat positief is voor de algehele doorstroming en aantrekkingskracht van Blerick-centrum.
- De centrale ligging in stadsdeel Blerick en de goede parkeervoorzieningen maken de locatie geschikt voor het beoogde planinitiatief.
- Het concept past binnen de beleidslijn van het boodschappencentrum+ kernwinkelgebied. De ontwikkeling speelt in op actuele trends rondom dagelijkse voorzieningen en horeca en ligt binnen het kernwinkelgebied van Centrum Blerick.

¹² Een halterstructuur is een winkelgebied waarin aan beide uiteinden winkels met een relatief grote trekkracht gevestigd zijn. Het gebied daartussenin zijn veelal ingevuld door kleinere winkels of winkels met minder trekkingskracht.

2.5 Effecten

In bijlage 1 staat de berekening van de marktruimte van de horeca in Blerick in 2020. Hieronder zijn de belangrijkste effecten opgesomd.

- Op basis van de indicatieve marktruimteberekening moet geconcludeerd worden dat de bestedingspotentie in de huidige en toekomstige situatie ruim boven de omzetclaim van het bestaande aanbod ligt. Dit geeft een indicatie dat er sprake is van marktruimte voor nieuw horeca aanbod in Blerick.
- In het verlengde van het voorgaande wordt dan ook niet verwacht dat er bestaand horeca aanbod zal verdwijnen als gevolg van de vestiging van het beoogde concept en meer specifiek de toevoeging van horeca die wordt mogelijk gemaakt via een buitenplanse afwijking.
- Naar omvang is de beoogde horecacomponent in de Foodmarkt op te vatten als een ruim restaurant met fastservice-elementen, zijnde *fast casual dining* (zie ook hoofdstuk 3). De mogelijkheid tot directe consumptie is onlosmakelijk verbonden met een succesvol markthal-concept, waardoor de horecacomponent van doorslaggevend belang is binnen het beoogde concept in Blerick. Dergelijke horeca komt bovendien momenteel niet voor in het stadsdeel, waardoor deze horeca complementair is binnen het totale horeca-aanbod in het stadsdeel.
- Per saldo is de toevoeging van horeca als integraal onderdeel van het concept juist positief voor het toekomstperspectief van het concept, evenals voor Blerick-centrum als geheel. Het centrum krijgt er bij de Zuidoostelijke halter een sterke trekker bij, waar via combinatiebezoek ook andere winkels en horecazaken van kunnen profiteren.
- Ook het effect op de consumentenverzorging is positief, omdat er een concept wordt gerealiseerd dat volledig past in trends en ontwikkelingen en de kwalitatieve behoefte van de consument. Het speelt immers in op beleving, ontmoeten, vers, kwaliteit en *fast casual dining*.
- Door de invulling van de planlocatie met horeca, neemt automatisch de kans op invulling met niet-dagelijkse detailhandel af. Dit betekent dat hiermee beleidsambities ten aanzien van het beperken van niet-dagelijkse detailhandel worden gerealiseerd.
- Negatieve effecten op leegstand worden niet verwacht, vanwege het feit dat de horeca integraal onderdeel is van het concept (waarvan de behoefte voor de supermarkt reeds is onderbouwd en de effecten hiervan aanvaardbaar zijn), het initiatief sterk inspeelt op een behoefte en er marktruimte te berekenen is.

3. ONTWIKKELINGSKADER SUPERMARKT

3.1 Inleiding

Ten behoeve van de uitbreiding van 125 m² netto vloeroppervlak supermarkt is navolgend een aanvullende analyse opgesteld. Veel analyseonderdelen zijn reeds opgenomen in het ontwikkelingskader voor horeca, zoals de beleidsinventarisatie en de leegstandsanalyse. Aangezien het gaat om een beperkte uitbreiding is de analyse beknopt samengevat.

3.2 Conclusies uitbreiding van 125 m² netto vloeroppervlak supermarkt

Indicatie toenemende marktpotentie

- In Blerick wonen anno 2020 25.910 inwoners. Dit neemt tot 2030 toe tot circa 26.480 inwoners. De verwachte inwonersgroei van stadsdeel Blerick bedraagt daardoor +2,2% tot 2030. Dit wordt verklaard door de centrumfunctie van het stadsdeel Blerick (CBS (2020), Etil/Progneff (2019)).
- Als gevolg van de bevolkingsgroei neemt het economisch draagvlak voor detailhandel in de dagelijkse sector toe. Op basis van de landelijke Omzetkengetallennotitie 2019 bedragen de gemiddelde bestedingen per hoofd (€) per jaar in de dagelijkse sector € 2.602,-. Het gemiddeld persoonlijk inkomen in de gemeente Venlo ligt circa 10% lager dan het landelijk gemiddelde. Dit betekent dat op basis van landelijke afspraken sprake is van een gemiddeld bestedingscijfer van € 2.502,-.
- Aangezien de toonbankbestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 1% tot 3% toenemen, is het te verwachten dat binnen 10 jaar de bestedingen met minimaal 5% zijn toegenomen (ondanks het effect van internet).
- De groei van het aantal inwoners en groei van de bestedingen leidt tot een groter economisch draagvlak voor dagelijkse artikelen in Blerick. Zonder rekening te houden met koopstromen, betekent dat in de toekomst marktpotentie bestaat voor vernieuwing en uitbreiding.

Omzeteffecten uitbreiding 125 m² netto vloeroppervlak

- Een uitbreiding van 125 m² is op niveau van het verzorgingsgebied zeer beperkt en zal slechts tot een zeer beperkt extra omzeteffect leiden. Dit extra omzeteffect moet worden beschouwd als ondernemersrisico en leidt niet tot leegstand van bestaande winkels. De volgende overwegingen liggen hieraan ten grondslag.
 - Het huidige dagelijkse aanbod in stadsdeel Blerick heeft een omvang van 9.402 m² wvo. De omzetclaim van het totale dagelijkse aanbod in stadsdeel Blerick bedraagt circa € 71,1 mln. (9.402 m² wvo x € 7.564¹³). We gaan er, conform eerdere berekeningen uit 2015, vanuit dat het dagelijkse aanbod in Blerick momenteel op niveau functioneert.
 - Een uitbreiding van het supermarktaanbod met 125 m² staat gelijk aan een maximale omzetclaim van € 1 mln. (125 m² x € 8.037). Indien deze extra omzet volledig ten koste zou gaan van de omzet van het bestaande aanbod in Blerick, betekent dat een omzeteffect van

¹³ Omzetkengetallennotitie 2019, INretail

1,5%. Dit is zeer beperkt en moet worden beschouwd als ondernemersrisico. Op basis hiervan is het niet te verwachten dat er elders dagelijks artikelenaanbod verdwijnt.

- Daar komt bij dat de bestedingen in de dagelijkse sector op basis van de landelijke omzet-kengetallennotitie jaarlijks met circa 1 à 2% stijgen. Dit resulteert automatisch in een groter economisch draagvlak voor het aanbod in Blerick en zorgt er voor dat het omzeteffect op termijn nog beperkter wordt.

Kwalitatieve overwegingen uitbreiding 125 m² netto vloeroppervlak

- De beperkte netto uitbreiding is noodzakelijk om een moderne en toekomstbestendige supermarkt te kunnen realiseren. Dit speelt in op trends en ontwikkelingen rondom schaalvergroting. Daar komt bij dat foodmarkten grootschaliger zijn dan reguliere supermarkten, vanwege een ruimere opzet van belevingselementen rondom bijvoorbeeld versartikelen.
- Op basis van het voorgaande voorziet de uitbreiding in een behoefte en zijn de effecten vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar.
- In een separate notitie (BRO december 2020) waarin de uitbreiding getoetst is aan de CROW parkeernormen is deze uitbreiding van 125 m² eveneens getoetst. Hieruit blijkt dat de toevoeging past binnen de totale parkeercapaciteit en daarmee voldaan wordt aan de parkeerbehoefte.

BIJLAGE

Bijlage 1: Marktruimte horeca stadsdeel Blerick

Kwaliteit boven kwantiteit

De 'marktruimte' in de horecasectoren (fastservice sector en restaurantsector) wordt op hoofdlijnen berekend door het vraagpotentieel in stadsdeel Blerick af te zetten tegen de gemiddelde omzetclaim van het bestaande horeca aanbod. Deze cijfers zijn gebaseerd op het CBS (2019) en Locatus¹⁴. Aangezien het landelijke omzetkengetallen betreft en diverse aannames zijn gedaan in de berekening, moeten de uitkomsten indicatief benaderd worden. Aan de kwalitatieve beschrijvingen en conclusies die gekoppeld zijn aan de uitkomst van de theoretische berekening, moet meer waarde worden gehecht dan de uitkomst van de berekening. De berekening is immers hooguit een middel om de kwalitatieve conclusie te kunnen formuleren en bovendien de 'orde van grootte' te bepalen van de marktruimte.

Berekening marktruimte horeca 2020

- Het bestedingspotentieel is bepaald door het aantal inwoners in Blerick te vermenigvuldigen met de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking per jaar.
 - Fastservice: € 7 mln. (€ 272 besteding per hoofd per jaar x 25.910 inwoners);
 - Restaurants: € 13,3 mln. (€ 514 besteding per hoofd per jaar x 25.910 inwoners);
 - Totaal: € 20,3 mln. Bestedingspotentieel.
- De omzetclaim van het bestaande aanbod is bepaald door het aantal aanwezige horecazaken in Blerick te vermenigvuldigen met de landelijk gemiddelde omzet per type horeca.
 - Fastservice: € 9,2 mln. (€ 368.294 omzet per zaak per jaar x 25 zaken);
 - Restaurants: € 4,5 mln. (€ 754.681 omzet per zaak per jaar x 6 zaken);
 - Totaal: € 13,7 mln. omzetclaim bestaand aanbod.
- Het verschil tussen het bestedingspotentieel en de omzetclaim geeft een indicatie voor marktruimte. Anno 2020 was er sprake van een fors groter bestedingspotentieel dan omzetclaim. Er bestaat in stadsdeel Blerick dus in theorie een vrij aanzienlijke marktruimte voor nieuwe horeca.
- Het is echter aannemelijk om aan te nemen dat een groot deel van het bestedingspotentieel in Blerick 'afvloeit' naar horeca buiten Blerick, bijvoorbeeld in Venlo-stad (onderdeel van de uitgaans-cultuur). Slechts een deel van het totale bestedingspotentieel wordt daardoor 'gebonden' aan het aanbod in de Blerick. Bovendien zal er sprake zijn van enige 'toevloeiing' van buiten.
- Wij achten een huidige binding van 65% en een huidige toevloeiing van 15% aannemelijk.
- Indien hier rekening mee wordt gehouden bedragen de totale bestedingen € 15,5 mln. Ook dit biedt ruimvoldende marktmogelijkheden voor nieuw horeca-aanbod.

Doorkijk naar de toekomst 2030

- Indien we voor de marktruimte een doorkijk maken naar de toekomst moet rekening worden gehouden met de volgende aspecten:

¹⁴ In dit geval zijn Locatus-cijfers gebruikt voor de berekening, omdat de HorecaDNA cijfers geen direct inzicht geven op het niveau van stadsdeel Blerick. Wel zijn de Locatus-cijfers toebedeeld naar de HorecaDNA indeling, zodat de landelijke omzetkengetallen goed aansluiten.

- Lichte bevolkingsstijging in stadsdeel Blerick. Het aantal inwoners in het stadsdeel stijgt licht met 2,2% naar 26.480 inwoners in 2030¹⁵. Ook het aantal inwoners in de gehele gemeente Venlo stijgt, met circa 2,4% tot 104.443 inwoners.
- De bestedingen per hoofd per jaar blijven gelijk. De coronacrisis heeft onvoorspelbare effecten op de omzet op de langere termijn. Echter zal op termijn weer een nieuw evenwicht ontstaan en wellicht opnieuw stijgende bestedingen. Dit effect was namelijk na alle recessies zichtbaar.
- Door de komst van het concept in Blerick zullen de koopstromen iets verschuiven. Wellicht kan iets meer koopkracht worden gebonden. Dit komt mede door de coronacrisis, waardoor inwoners meer lokaal kopen. Daarnaast zal iets meer koopkracht van buiten worden aangetrokken.
- Wij gaan uit van een binding van circa 70% en een toevloeiing van 20%. Indien de bovenstaande toekomstige uitgangspunten worden doorgerekend betekent dit een te verwachten totale bestedingspotentie van circa € 17,8 mln. Dit betekent dat ook in de toekomst voldoende marktruimte blijft bestaan voor uitbreiding van het horeca aanbod in Blerick.

¹⁵ (Etil/Progneff, update 2019) Bevolkingsprognose Limburg op buurtniveau

Notitie : Parkeerbehoefte centrum Blerick

Datum : 17 december 2020
Opdrachtgever : Berden Mode en Wonen
Projectnummer : P00959

Opgesteld door : TS
i.a.a. : RvL

Inleiding

Op de huidige locatie aan het Laurentiusplein te Blerick, waar momenteel een Albert Heijn is gevestigd, wordt een foodmarkt beoogd. De samenwerking tussen Benders en Jumbo leidt tot een uniek concept, waarbij elementen van de Jumbo Foodmarkt, La Place en Beej Benders worden samengesmolten tot één uniek concept.

Horeca: In het vigerende bestemmingsplan (Centrum Blerick) van de planlocatie is 1.379 m² netto vloeroppervlak ten behoeve van een supermarkt alsook maximaal 303 m² netto vloeroppervlak horeca reeds toegestaan (inclusief 10% afwijkingsbevoegdheid). Het voorliggende initiatief past grotendeels binnen dit vigerende bestemmingsplan, met uitzondering van het aandeel horeca dat in het beoogde concept iets groter is dan toegestaan in het bestemmingsplan. Op basis van de recente indeling ligt het aandeel uitbreiding van de netto horecameters op 240 m² netto vloeroppervlak¹ ten opzichte van de reeds toegestane aantal horecameters in het bestemmingsplan². Dit is het uitgangspunt voor de vergunningsaanvraag.

Supermarkt: In het geldende bestemmingsplan is daarnaast een 10% afwijking opgenomen voor de supermarktmeters. Dit komt neer op circa 125 m² netto vloeroppervlak. Deze meters als gevolg van de binnenplanse afwijking (10%) waren niet getoetst in de eerdere parkeeronderbouwing, maar worden nu zorgvuldigheidshalve wel meegenomen.

Kader

Voor het plangebied vigeert het bestemmingsplan 'Centrum Blerick' (d.d. 4 oktober 2016). In het kader van dit bestemmingsplan is reeds een parkeeronderzoek³ uitgevoerd. In het kader van dat bestemmingsplan en het parkeeronderzoek is gekozen om een 'eenduidige' parkeernorm te hanteren van 4,0 pp/100 m² bvo. Op dit moment zijn de functies meer uitgekristalliseerd. In principe zou deze parkeernorm nog steeds aansluiten bij het concept waar deze omgevingsvergunning betrekking op heeft, aangezien destijds ook al sprake was een 'samengetelde' norm die

¹ Voor deze extra (buitenplanse) uitbreiding van de horeca, dat onderdeel is van het foodmarktconcept, is eerder (januari 2020) door BRO een ruimtelijk-functionele effectenanalyse opgesteld (laddertoets). Hierin werd uitgegaan van een buitenplanse uitbreiding van maximaal 342 m² netto vloeroppervlak horeca. Het aantal horecameters is dus sinds die onderbouwing afgenomen. Deze aanvraag richt zich voor de duidelijkheid dus op 240 m² netto vloeroppervlak horeca.

² Zoals blijkt uit de vlekkenkaart omvat de foodmarkt maximaal 355 m² netto vloeroppervlak. Dit zijn de voor de consument toegankelijke meters, conform de definitie uit het vigerende bestemmingsplan. Binnen het plangebied is ook de lunchroom van Berden aanwezig. Deze heeft een omvang van 160 m² netto vloeroppervlak. De totale horeca meters binnen het plangebied komen daardoor uit op maximaal 515 m² netto vloeroppervlak, waarvan reeds 275 m² netto vloeroppervlak is toegestaan in het bestemmingsplan. Dit betekent een motiveringsplicht voor 240 m² netto vloeroppervlak horeca.

³ Parkeeronderzoek Centrumplan Blerick, Empaction BV, 10 november 2015

volgt uit de kengetallen van het CROW. Echter is in het geldende bestemmingsplan 'Centrum Blerick' in artikel 26 'Overige regels' een regeling omtrent parkeren opgenomen. Hierin staat het volgende:

26.1 Parkeren

Het bevoegd gezag toetst bij het verlenen van een omgevingsvergunning voor het bouwen of wordt voorzien in voldoende parkeergelegenheid. Hiervoor gelden de volgende regels:

- a) In het geval van de oprichting, uitbreiding of wijziging van een gebouw dient ten behoeve van het parkeren van auto's te worden voorzien in voldoende parkeergelegenheid. Hierbij dient te worden voldaan aan de parkeerkencijfers van het CROW, zoals opgenomen in de ASVV of een andere CROW-publicatie zoals geldend ten tijde van de aanvraag van de omgevingsvergunning. Hierbij wordt de norm berekend over het nieuw te bouwen of te wijzigen gedeelte.*
- b) De parkeervoorzieningen als bedoeld onder a dienen in stand te worden gehouden.*
- c) Het bevoegd gezag kan bij omgevingsvergunning afwijken van het bepaalde in sub a en toestaan dat in minder dan voldoende parkeergelegenheid wordt voorzien, mits dit geen onevenredige afbreuk doet aan de parkeersituatie.*

Aangezien met dit initiatief wordt afgeweken van het bestemmingsplan en een nieuwe omgevingsvergunning wordt aangevraagd, dient bij de functiewijziging te worden voldaan aan de parkeerkencijfers van het CROW. Voor deze functieverandering is dus opnieuw gekeken naar de kencijfers van het CROW. Op dit moment is publicatie 381 'Toekomstbestendig parkeren – Kencijfers parkeren en verkeersgeneratie' (27 maart 2019) de meest recente CROW publicatie met parkeerkencijfers. Om de parkeerbehoefte van de extra vierkante meters aan horeca te bepalen wordt dan ook gekeken naar het verschil tussen de CROW-norm die hier bij aansluit en de norm van 4,0 pp/100 m² bvo. Op deze manier kan worden bepaald of de parkeerdruk door deze ontwikkeling toeneemt.

Opgemerkt moet worden dat het totale ruimtebeslag niet wijzigt ten opzichte van het vigerende bestemmingsplan. De vierkante meters aan horeca (240 m²) en supermarkt (125 m²) gaan dus ten koste van de bestaande vierkante meters. In totaal gaat dit dus om 365 m² netto vloeroppervlak.

In dit document is de parkeerbehoefte bepaald en is gekeken of deze kan worden opgevangen in de bestaande parkeercapaciteit.

Parkeernorm

In de CROW-nota zijn verschillende parkeernormen opgenomen. Om te bepalen wat de parkeerbehoefte is van de 365 m² netto vloeroppervlak, moet bepaald worden onder welke "functie/CROW-categorie" de toekomstige functie het best onder te verdelen is. In de CROW-nota zijn namelijk niet specifiek parkeernormen voor 'horeca' opgenomen. De horecafunctie komt binnen het concept op verschillen manieren tot uitdrukking. Er is sprake van horeca die integraal is verweven met de winkelruimte, maar qua assortiment, verbruik en uitstraling wel als concrete horeca wordt gezien. Deze meters moeten daardoor ook als horeca worden beschouwd. Daarnaast is er horeca die in een min of meer 'afgebakend gebied' voorkomt. Er zijn hierbij drie locaties in het concept te onderscheiden:

- Het betreft een breed assortiment met lekkere, gezonde producten, die grotendeels ter plekke worden vervaardigd en ter plekke of thuis kunnen worden geconsumeerd. Het assortiment in dit gebied bestaat uit sappen, pizza, broodjes, yoghurts, warme snacks

en maaltijden. Doordat verschillende producten ter plekke vers bereid worden in de eigen keukens, wordt de belevingswaarde sterk vergroot. In dit gebied geldt het principe 'eat it or take it', waarbij directe consumptie ter plekke of meenemen centraal staat.

- Op een andere plek in het concept staat vis, sushi, kip en vlees centraal. Deze producten vergen over het algemeen meer bereidingstijd, maar ook hiervoor geldt het principe 'eat it or take it', waarbij directe consumptie ter plekke of meenemen centraal staat.
- Het derde gebied bestaat uit een koffiebar, bakkerij en tapasbar, waarbij er sprake is van een zeer eigentijdse lunchroom met een belangrijk accent op vers, lekker en voedzaam. Aansluitend op het winkelen kan hier een tussendoortje worden genomen, zoals een kop koffie, gebak, glas wijn en tapas. Voor de tapas geldt eveneens dat directe consumptie ter plekke of meenemen centraal staat.

Gezien de bijzondere kenmerken van het concept en de relatie met de overige functies in het gebouw is de norm uit de CROW-publicatie bepaald. Wanneer namelijk naar de norm van 'horeca' wordt gekeken zijn er in de CROW-notitie alleen normen opgenomen voor bijvoorbeeld een restaurant, cafetaria of café. Dit zijn in dit geval geen representatieve parkeernormen. Hierdoor is dan ook geen afzonderlijke parkeernorm bepaald voor de supermarkt en horeca, maar is een generale parkeernorm uit de CROW representatiever.

Het centrum waarin de uitbreiding plaatsvindt, kan als beste aangewezen worden als een wijkcentrum. Een wijkcentrum heeft in de CROW-publicatie echter geen parkeernorm/-kengetal voor locaties in het centrum. Zij gaan er namelijk vanuit dat mensen hier niet met de auto naar toe gaan. Om toch een inschatting te geven van de parkeerbehoefte kan het beste aangesloten worden bij de parkeernormen van een "binnenstad of hoofdwinkel-centrum 20.000-30.000 inwoners", aangezien Blerick meer een 'stadsdeel' is dan een wijk en een inwoneraantal heeft van zo'n 28.000 inwoners. De parkeernorm die hier geldt in een sterk stedelijk woonmilieu⁴ bedraagt minimaal 2,8 pp/100 m² bvo en maximaal 3,8 pp/100 m² (zie figuur 1). Voor zowel de horeca als voor de supermarkt (die ten koste gaat van bestaande vierkante meters commercie) wordt uitgegaan van deze norm.

Omrekeningsfactor wvo naar bvo

In de CROW-nota is een omrekeningsfactor opgenomen om van vierkante meters wvo naar vierkante meters bvo te gaan. Hier geldt dat het brutovloeroppervlak gemiddeld 1,25 maal het winkelvloeroppervlak bedraagt. Voor het gemak wordt deze omrekenfactor ook gehanteerd voor de omrekening van netto vloeroppervlak naar bruto vloeroppervlak, aangezien het netto vloeroppervlak grotendeels overeenkomt met het winkelvloeroppervlak.

⁴ De gemeente Venlo heeft een omgevingsadressendichtheid van circa 1.600 adressen per km². Hiervoor geldt de regio 'sterk stedelijk', zie figuur 1

Figuur 1: Parkeernormen uit CROW publicatie 381 'Toekomstbestendig parkeren – Kencijfers parkeren en verkeersgeneratie' (27 maart 2019)

binnenstad of hoofdwinkel(stads)centrum 20.000-30.000 inwoners									
	Parkeerkencijfers (per 100 m ² bvo)								aan- deel laad- pun- ten
	centrum		schil centrum		rest bebouwde kom		buitengebied		
	min.	max.	min.	max.	min.	max.	min.	max.	
zeer sterk stedelijk	2,5	3,5	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	0 - 25%
sterk stedelijk	2,8	3,8	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	
matig stedelijk	2,8	4,1	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	
weinig stedelijk	3,1	4,1	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	
niet stedelijk	3,2	4,2	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	
Opmerking									
Aandeel bezoekers: 82%									

Klasse	Omgevingsadressendichtheid (adressen per km ²)
zeer sterk stedelijk	> 2500
sterk stedelijk	1500-2500
matig stedelijk	1000-1500
weinig stedelijk	500-1000
niet stedelijk	< 500
Bron: CBS	

Parkeerbehoefte

In totaal is sprake van een functiewijziging van 365 m² netto vloeroppervlak aan horeca en supermarkt. Aangezien de norm van de horeca minimaal 2,8 pp/100 m² bvo bedraagt en de gehanteerde norm in het eerdere parkeeronderzoek 4,0 pp/100 m² bedraagt, neemt de parkeerbehoefte vanwege deze horeca niet toe of zelfs af. Ook met hantering van de maximale norm (3,8 pp/100 m² bvo) is dit het geval. Voor de 365 m² netto vloeroppervlak of (rekening houdende met de omrekenfactor) ca. 456 m² brutovloeroppervlak aan vierkante meters horeca en supermarkt geldt een parkeerbehoefte van (minimaal) 12,8 pp. Er is dus echter geen sprake van een toename van de parkeerbehoefte, aangezien in het geldend bestemmingsplan voor deze 456 m² bvo al rekening is gehouden met een behoefte van ca 18,2 pp (456/100 * 4,0).

Op basis van de gegevens uit het parkeeronderzoek dat is uitgevoerd in het kader van het geldende bestemmingsplan, blijkt dat na de ontwikkeling van alle functies uit het bestemmingsplan aan het Laurentiusplein nog een buffer aanwezig is in de omgeving van 14 parkeerplaatsen op de vrijdagmiddag en 54 parkeerplaatsen op de zaterdagmiddag. Het aantal beschikbare parkeerplaatsen is niet gewijzigd ten opzichte van bedoeld parkeeronderzoek.

De parkeerbehoefte neemt dus met circa 5,4 pp af door deze functiewijziging (18,2-12,8). Er is dus geen noodzaak voor meer parkeerplaatsen, aangezien binnen de bestaande capaciteit geparkeerd worden. Ook wanneer de parkeerbehoefte van de functies (supermarkt, horeca en detailhandel) losstaand gezien wordt kan de behoefte binnen de bestaande capaciteit opgevangen worden.

Ten overvloede merken wij op dat ook indien van de bestemmingsplannorm van 4,0 pp zou worden uitgegaan, de beoogde ontwikkeling passend is aangezien het aantal m² bvo met de beoogde ontwikkeling niet wijzigt.

Conclusie

Op basis van de gegevens uit het parkeeronderzoek dat is uitgevoerd in het kader van het geldende bestemmingsplan en de resultaten van deze parkeeranalyse, blijkt dat na de ontwikkeling van de vierkante meters horeca en supermarkt, nog sprake is van een gesloten parkeerbalans.

Notitie : Verkeersgeneratie centrum Blerick

Datum : 27 april 2021
Opdrachtgever : Berden Mode en Wonen
Projectnummer : P00959

Opgesteld door : TS
i.a.a. : RvL

Inleiding

Op de huidige locatie aan het Laurentiusplein te Blerick, waar momenteel een Albert Heijn is gevestigd, wordt een supermarkt met ondergeschikte horeca beoogd. De samenwerking tussen Benders en Jumbo leidt tot een uniek concept, waarbij elementen van de Jumbo, La Place en Beej Benders worden samengesmolten tot één uniek concept.

Ten opzichte van het vigerende bestemmingsplan worden 355 m² netto vloeroppervlak toegevoegd ten behoeve van ondergeschikte horeca. Voorts wordt ten behoeve van de supermarkt 125 m² netto vloeroppervlak toegevoegd. Deze vierkante meters gaan ten koste van 480 m² aan detailhandel/horeca-3.

Onderstaand brengen wij in beeld of dit leidt tot gevolgen voor de verkeersgeneratie in het centrum van Blerick.

Kencijfers

In de CROW-nota zijn verschillende kencijfers opgenomen ten aanzien van de verkeersgeneratie. Om te bepalen wat de verkeersgeneratie en uiteindelijke effecten zijn van de 355 m² netto vloeroppervlak, moet bepaald worden onder welke "functie/CROW-categorie" de toekomstige functie het best onder te verdelen is. In de CROW-nota zijn namelijk niet specifiek kencijfers voor (ondergeschikte) 'horeca' opgenomen.

De horecafunctie komt binnen het concept op verschillen manieren tot uitdrukking. Er is sprake van ondergeschikte horeca die integraal is verweven met de supermarkt, maar qua assortiment, verbruik en uitstraling wel als concrete horeca wordt gezien. Deze meters zullen daardoor ook als ondergeschikte horeca worden beschouwd.

Gezien de bijzondere kenmerken van het concept en de relatie met de overige functies in het gebouw is de norm uit de CROW-publicatie bepaald. Wanneer namelijk naar de norm van 'horeca' wordt gekeken zijn er in de CROW-notitie alleen normen opgenomen voor bijvoorbeeld een restaurant, cafetaria of café. Dit zijn in dit geval geen representatieve kencijfers voor de verkeersgeneratie. Hierdoor is dan ook geen afzonderlijk kencijfer bepaald voor de supermarkt en ondergeschikte horeca, maar is een meer generaal kencijfer uit de CROW representatiever.

Het centrum waarin de uitbreiding plaatsvindt, kan als beste aangewezen worden als een wijkcentrum. Een wijkcentrum heeft in de CROW-publicatie echter geen kengetal voor locaties in het centrum. Zij gaan er namelijk vanuit dat mensen hier niet met de auto naar toe gaan. Om

toch een inschatting te geven van de verkeersaantrekkende werking van de functie kan het beste aangesloten worden bij de kencijfers van een “binnenstad of hoofdwinkel-centrum 20.000-30.000 inwoners”, aangezien Blerick meer een ‘stadsdeel’ is dan een wijk en een inwoneraantal heeft van zo’n 28.000 inwoners. Hier geldt in een sterk stedelijk woonmilieu¹ een minimale verkeersgeneratie van 26 mvt/etmaal/100 m² bvo en een maximale verkeersgeneratie van 35,2 mvt/etmaal/100 m² bvo. Voor zowel de horeca als voor de supermarkt (die ten koste gaat van bestaande vierkante meters commercie) wordt uitgegaan van dit kengetal.

Omrekeningsfactor wvo naar bvo

In de CROW-nota is een omrekeningsfactor opgenomen om van vierkante meters wvo naar vierkante meters bvo te gaan. Hier geldt dat het brutovloeroppervlak gemiddeld 1,25 maal het winkelvloeroppervlak bedraagt. Voor het gemak wordt deze omrekenfactor ook gehanteerd voor de omrekening van netto vloeroppervlak naar bruto vloeroppervlak, aangezien het netto vloeroppervlak grotendeels overeenkomt met het winkelvloeroppervlak.

Figuur 1: Kencijfers verkeer uit CROW publicatie 381 ‘Toekomstbestendig parkeren – Kencijfers parkeren en verkeersgeneratie’ (27 maart 2019)

binnenstad of hoofdwinkel(stads)centrum 20.000-30.000 inwoners								
	Verkeersgeneratie (per 100 m ² bvo)							
	centrum		schil centrum		rest bebouwde kom		buitengebied	
	min.	max.	min.	max.	min.	max.	min.	max.
zeer sterk stedelijk	23,0	32,2	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
sterk stedelijk	26,0	35,2	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
matig stedelijk	26,1	35,2	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
weinig stedelijk	28,2	37,4	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
niet stedelijk	29,0	38,2	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<i>Opmerking</i>								
Aandeel bezoekers: 94%								

Klasse	Omgevingsadressendichtheid (adressen per km ²)
zeer sterk stedelijk	> 2500
sterk stedelijk	1500-2500
matig stedelijk	1000-1500
weinig stedelijk	500-1000
niet stedelijk	< 500
Bron: CBS	

¹ De gemeente Venlo heeft een omgevingsadressendichtheid van circa 1.600 adressen per km². Hiervoor geldt de regio ‘sterk stedelijk’, zie figuur 1

Verkeersgeneratie

In totaal is sprake van een functiewijziging van 480 m² netto vloeroppervlak aan ondergeschikte horeca en supermarkt. Dit komt neer op ca. 600 m² bruto vloeroppervlak aan vierkante meters ondergeschikte horeca en supermarkt die ten koste gaan van 600 m² bruto vloeroppervlak aan detailhandel. Op basis van de hiervoor aangegeven CROW-kencijfers bedraagt de toekomstige verkeersgeneratie van de functies daarmee minimaal 156 mvt/etmaal en maximaal 211 mvt/etmaal.

Dit betekent niet dat met het onderhavige initiatief ook de verkeersgeneratie toeneemt met 156-211 mvt/etmaal. Net zoals bij het beoordelen van de parkeersituatie, wordt bij het beoordelen van de verkeersaantrekkende werking van de functie wordt aangesloten bij de CROW-kencijfers van een "binnenstad of hoofdwinkel-centrum 20.000-30.000 inwoners", aangezien Blerick meer een 'stadsdeel' is dan een wijk en een inwoneraantal heeft van zo'n 28.000 inwoners.

Nu sprake is van een (beperkte) functiewijziging/-verschuiving (en dus geen toename aan vierkante meters) terwijl de van toepassing zijnde CROW-kencijfers ten aanzien van de functiewijziging niet wijzigen, is geen sprake van een wijziging in de verkeersaantrekkende werking ter plaatse.

Conclusie

Uit het eerder uitgevoerde parkeeronderzoek blijkt dat, op basis van de CROW-publicatie, de parkeerbehoefte van de nieuwe functies niet hoger is dan de parkeerbehoefte zoals berekend op basis van de voor de vaststelling van het geldende bestemmingsplan gehanteerde norm. De parkeernorm op basis van de CROW-kencijfers ligt namelijk lager dan de norm waar eerder rekening mee was gehouden in het vigerende bestemmingsplan.

De CROW-kencijfers maken voorts inzichtelijk dat de verkeersgeneratie met de functiewijziging evenmin wijzigen. De toekomstige functies zijn op basis van de CROW vergelijkbaar met de op basis van het bestemmingsplan reeds toegestane functies. De omliggende wegen zijn dan ook al ingericht op de verkeersgeneratie van de functies die nu al mogelijk zijn. De beperkte functiewijzigingen die dit plan mogelijk maakt, hebben hier geen invloed op. Het initiatief zorgt daarom ook niet voor nadelige effecten op de verkeersdruk in omgeving.

project
Blerick, Supermarkt met ondergeschikte horeca

datum
28 april 2021

opdrachtgever
Berden Retail B.V.

projectnummer
P00959

opgesteld door
RvL

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

1. Inleiding

In de Ruimtelijk-functionele effectenanalyse van 15 december 2020 van BRO is de toevoeging van supermarkt- en horecameters ten opzichte van het vigerende bestemmingsplan ten behoeve van een Foodmarkt in Blerick getoetst aan het principe van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hoewel het initiatief, de Foodmarkt, als één concept (supermarkt met ondergeschikte horeca) moet worden beschouwd, is momenteel in het vigerende bestemmingsplan sprake van separate functies voor een supermarkt en horeca.

2. Ondergeschikte horeca

In het eerdere BRO-rapport van 15 december 2020 en de ontwerp-omgevingsvergunning is ten aanzien van de horecameters uitgegaan van een uitbreiding van 240 m² netto vloeroppervlak (horeca-2). Hierdoor is onduidelijkheid ontstaan over het aangevraagde concept en de juridisch planologische vertaling daarvan in de ontwerp-vergunning.

Teneinde deze onduidelijkheid weg te nemen wordt met dit advies de (onderbouwing van de) aanvraag aangepast. De aanpassing houdt in dat het Foodmarktconcept in juridisch planologische zin moet worden beschouwd als een supermarkt met ondergeschikte horeca. De ondergeschiktheid van de horeca-activiteiten volgt uit de beperkte omvang van de horeca-activiteiten ten opzichte van de supermarkt (< 30%). Hierbij is van belang dat het uitsluitend gaat om een andere, juridisch meer zuivere duiding van het gebruik binnen het pand. Feitelijk verandert niets aan het beoogde gebruik binnen het pand.

3. Beoordeling

De beoogde ondergeschikte horecafunctie sluit niet goed aan op de definitie van horeca – 2 en horeca – 3 zoals opgenomen in het bestemmingsplan en is daardoor juridisch planologisch niet passend in één van beide categorieën. Feitelijk is geen sprake van een wijziging van het (aangevraagde) concept.

Ten gevolge van de hierboven beschreven aanpassing is ten aanzien van de ondergeschikte horeca sprake van een toevoeging van 355 m² netto vloeroppervlak aan ondergeschikte horeca (in plaats van de reeds door BRO beoordeelde 240 m² horeca-2). Het vigerende bestemmingsplan voorziet immers niet rechtstreeks in ondergeschikte horeca. BRO is gevraagd deze beperkte verschuiving van meters tegen het licht te houden van de behoefte en effecten.

- Uit het BRO-rapport van 15 december 2020 blijkt dat er voldoende kwantitatieve behoefte bestaat voor een uitbreiding van 240 m² netto vloeroppervlak. Ook voor een uitbreiding van 355 m² netto vloeroppervlak bestaat een kwantitatieve behoefte.
- Opgemerkt moet worden dat kwantitatieve berekeningen voor horeca indicatief zijn. Meer waarde dient gehecht te worden aan de kwaliteit. In de praktijk verandert het concept van de Foodmarkt niet. De wijziging van 240 m² naar 355 m² netto vloeroppervlak is puur een juridische wijziging. Anders gezegd, in de praktijk komen er niet meer horecameters bij ten opzichte van waar in het rapport van 15 december 2020 rekening mee werd gehouden. Het gaat enkel om een andere juridische duiding van het horecagebruik.
- De kwalitatieve behoefte van het initiatief blijft, ook met deze juridische wijziging, duidelijk aanwezig. De horeca-

component als onderdeel van de Foodmarkt is essentieel voor de onderscheidende waarde en beleving binnen het concept.

- De effecten van de juridische wijziging zijn aanvaardbaar vanuit een goede ruimtelijke ordening. Zoals aangegeven komen er in de praktijk geen nieuwe horecameters bij ten opzichte van eerder geanalyseerd door BRO.

4. Overzicht m2

Ten behoeve van het overzicht vatten wij samen welke afwijkingen van de in het vigerende bestemmingsplan opgenomen netto metrages zijn aangevraagd.

- supermarkt:
 - bestemd: 1254 m2
 - aangevraagd: 1378 m2
- horeca 3:
 - bestemd: 275 m2
 - aangevraagd: 0 m2
- horeca (ondergeschikt):
 - bestemd: 0 m2
 - aangevraagd: 355m2

5. Figuur 1.1

Initiatiefnemer heeft ter verduidelijking figuur 1.1 uit het eerdere BRO-rapport van 20 november 2020 laten aanpassen zodat de netto horecameters als één type (ondergeschikte) horeca is te beschouwen.

Het aangepaste figuur 1.1 is als bijlage aan dit advies gehecht en vervangt hiermee het oorspronkelijke figuur 1.1.

6. Verkeer

Naar aanleiding van een door een omwonende ingebrachte zienswijze ten aanzien van de effecten van het project op de verkeersbewegingen, hebben wij de verkeerssituatie aanvullend beoordeeld. Onze bevinden zijn uitgewerkt in **bijlage 1** van dit advies.

7. Parkeren

Aangezien het project qua aanvraag niet is gewijzigd zal de door BRO beoordeelde parkeerbehoefte in de notitie van 17 december 2020 niet wijzigen.

- Supermarkt	:1378m2
- OndergeschikteHoreca	:355m2
- Verwerkingsruimtes	:267m2
- Magazijn	:860m2

"Producten die hier gepresenteerd worden zijn bestemd voor directe consumptie en/of deze zijn versbereid in onze eigen keuken"