

Weert, Ruimtelijk-functionele Effectenanalyse ontwikkeling wijkwinkelcentrum Leuken

Building Result B.V.



Weert, Ruimtelijk-functionele Effectenanalyse ontwikkeling wijkwinkelcentrum Leuken

Building Result B.V.

Rapportnummer:	211X07633.083163_5
Datum:	1 april 2016
Opdrachtgever:	Building Result B.V.
Contactpersoon:	Dhr. E. Röling
Projectteam BRO:	Reinder Osinga, Aiko Mein, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Dagelijkse sector, Weert, structuur, supermarkten, distributieve mogelijkheden, uitbreiding, effecten
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	In voorliggende rapportage worden de effecten van de ontwikkeling van wijkwinkelcentrum Leuken op de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand. Geconcludeerd wordt dat de ontwikkeling resulteert in een verbetering van de consumentenverzorging. Daarnaast zullen er weinig negatieve effecten zijn voor de bestaande detailhandelsstructuur en leegstandssituatie omdat invulling van het nieuwe winkelgebied voor een groot deel zal geschieden door verplaatsers waarbij het bestaande vastgoed getransformeerd wordt.

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

1. Inleiding	2
1.1 Achtergrond en probleemstelling	2
1.2 Het planinitiatief	3
2. Conclusies en overwegingen	8
2.1 Inleiding	8
2.2 Samenvatting	8
2.3 Overwegingen	10
2.3.1 Duurzame ontwrichting	10
2.3.2 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast	10
2.3.3 Ten slotte	13
3. Ontwikkelingskader	14
3.1 Aanbodanalyse	14
3.1.1 Winkelaanbod kern Weert	14
3.1.2 Winkelaanbod Weert-Oost	19
3.1.3 Leegstand	21
3.1.3 Horeca en diensten in de gemeente Weert	21
3.2 Trends en ontwikkelingen	24
3.2.1 Detailhandel	24
3.2.2 Horeca en dienstverlening	28
3.3 Beleidskaders	31
3.3.1 Provinciaal	31
3.3.2 Gemeentelijk	33
3.3.3 Deelconclusie beleid	34
3.4 Plannen en initiatieven	35
3.5 Draagvlak	35
3.6 Functioneren en uitbreidingsruimte	37
3.7 Effecten	40
3.8 Ten slotte	42
Bijlagen	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Ladder voor Duurzame Verstedelijking	3

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en probleemstelling

De inwoners van Weert-Oost¹ beschikken momenteel niet over een optimale boodschappenstructuur. Er zijn kansen om deze boodschappenstructuur te verbeteren, door het verplaatsen en concentreren van het dagelijkse aanbod op één centrale en goed bereikbare locatie centraal tussen de wijken in Weert-Oost. Er bestaan plannen om de winkelstrip in de wijk Leuken op te heffen en onder andere Jumbo te verplaatsen naar het sportparkgebied aan de St. Jobstraat², zodat het een functie voor de inwoners van zowel Leuken, Groenewoud als een deel van Biest kan vervullen. Daarnaast wordt een verplaatsing van Aldi aan de Dr. Schaepmanstraat 17 naar het nieuw geplande winkelcentrum. Daarnaast wordt ruimte gereserveerd voor aanvullende voorzieningen.

Eerder is in opdracht van de gemeente Weert aan BRO gevraagd een visie te maken op de boodschappenstructuur³. Hierin zijn meerdere scenario's verkend, waaronder de bovengenoemde ontwikkeling. Uit dit onderzoek zijn de volgende conclusies naar voren gekomen:

- Een verplaatsing van Jumbo in Leuken en Aldi aan de Dr. Schaepmanstraat 17 naar het sportparkgebied aan de St. Jobstraat is de beste optie voor een versterking van de boodschappenstructuur in Weert-Oost.
- Omdat het een verplaatsing van bestaand aanbod betreft, zullen de effecten op de andere supermarkten in de omgeving (zeer) beperkt blijven.
- Het realiseren van een modern wijkwinkelcentrum, goed bereikbaar en tussen de wijken Groenewoud, Leuken en een deel van Biest speelt in op de consumentenbehoefte.
- Per saldo is sprake van een versterking van de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging.

Inmiddels is het planinitiatief concreter geworden. Aangezien het vorige onderzoek van BRO dateert uit begin 2014, zijn de plannen nogmaals getoetst en waar nodig geactualiseerd. Centraal staat het in kaart brengen van het huidige aanbod en de leegstand. Daarnaast is inzicht verschaft in de actuele vraagsituatie, andere relevante plannen en initiatieven, trends en ontwikkelingen en andere uitgangspunten. De distributieve uitbreidingsruimte voor het dagelijkse en niet-dagelijkse artikelenaanbod in Weert is kernachtig in beeld gebracht. Daarnaast worden de effecten van de relocatie van winkelcentrum Leuken en Aldi naar het sportparkgebied op de detailhandelsstructuur en de consumenten-

¹ Met Weert-Oost worden de wijken Leuken, Groenewoud en een deel van Biest bedoeld.

² St. Jobstraat 20/20a/20b bestaat uit meerdere units, waaronder ook fitness, een dansschool, een kleine horecabalie en een apart verhuurde opslagruimte. Daarnaast maakt een rijwielzaak onderdeel uit van de bestaande situatie.

³ BRO (2014), Weert, Visie op de ontwikkeling van de structuur van boodschappencentra.

tenverzorging in beeld gebracht. Ook is er aandacht voor de Ladder voor duurzame verstedelijking. De centrale vragen voor het onderzoek zijn als volgt geformuleerd:

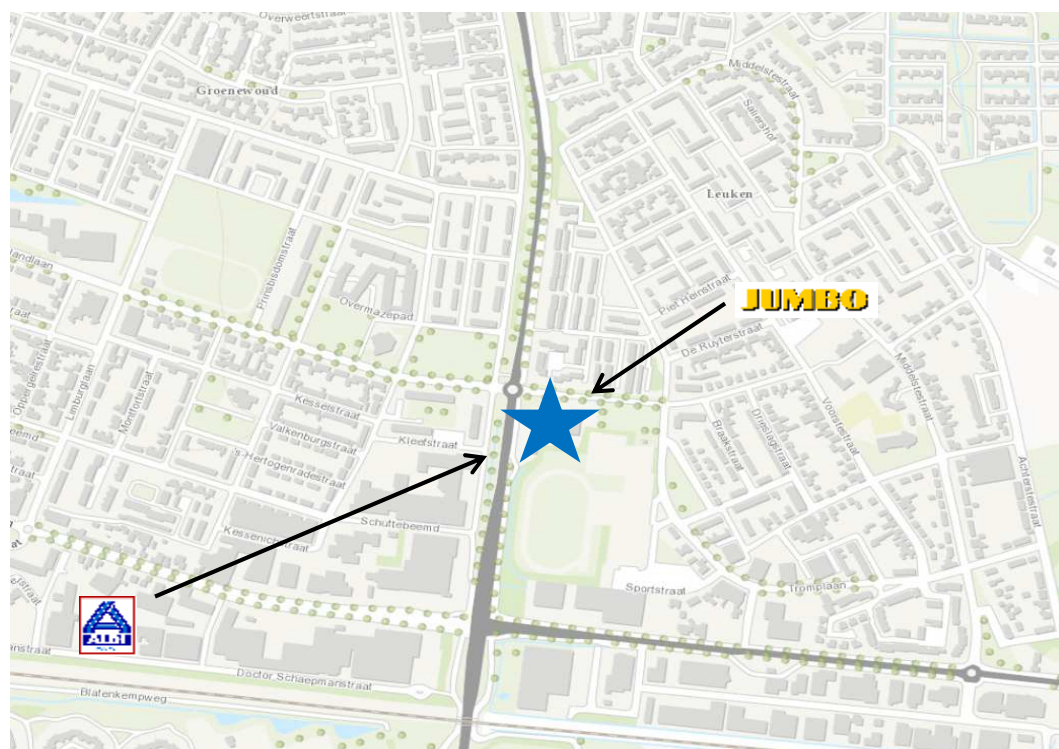
- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen in de kern Weert en de relevante regio momenteel opgebouwd?
- Wat zijn de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in de kern Weert, en specifiek Weert-Oost?
- Wat zijn de effecten van een uitbreiding van de dagelijkse en niet-dagelijkse sector op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand?

1.2 Het planinitiatief

Planlocatie en onderzoeksgebied

Zoals gezegd, bestaan er plannen om de Jumbo aan de Friezenstraat (745 m² wvo) en Aldi aan de Dr. Schaepmanstraat 17 (986 m² wvo) te verplaatsen naar het sportparkgebied aan de St. Jobstraat. Hiermee wordt concentratie van het boodschappenaanbod bereikt en ontstaat één centraal gelegen en goed bereikbaar winkelgebied dat een verzorgingsfunctie heeft voor de wijken Leuken, Groenewoud en een deel van Biest. Ook zal het in de toekomst een functie krijgen voor de nieuwbouw ten oosten van Leuken (Vrouwehof). De supermarkten overigens momenteel ook al een functie voor Vrouwehof. Een groot deel van de nieuwe wijk is reeds gebouwd.

Figuur 1.1: Planlocatie



De navolgende tabel geeft het totale programma van het beoogde nieuwe winkelcentrum weer. Het totale programma komt neer op 3.698 m² winkelverkoopoppervlakte (wvo) voor detailhandel en 615 m² bedrijfsvloeroppervlakte (bvo) voor horeca en zorg. Het planinitiatief omvat deels toevoeging van nieuwe winkelmeters, maar ook deels sloop c.q. vervanging van bestaande meters.

Tabel 1.1: Saldering aantal m² wvo en bvo bestaand en nieuw winkelcentrum Leuken⁴

Exploitant	Branche	Type	Bestaand m ² wvo	Nieuw m ² wvo	Saldo
Jumbo	Supermarkt	Detailhandel	745	1.400	+655
Aldi	Supermarkt	Detailhandel	986	1.000	+14
Dagwinkels	Diverse	Detailhandel	29 ⁵	363	+334
Apotheek	Apotheek	Detailhandel	-	135	+135
Rijwielzaak	Rijwielen	Detailhandel	1.500	800	-700
Totaal detailhandel			3.260	3.698	+438
Niet bekend	Horeca	Horeca	Ca. 120 (bvo)	120 (bvo)	0
Diverse	GZC	Maatschappelijk	-	495 tot 800 (bvo)	+ 495 tot 800 (bvo)

Belangrijkste katalysators van de nieuwe ontwikkeling zijn de supermarkten Jumbo en Aldi. Jumbo beoogd een verplaatsing en een uitbreiding van ca. 655 m² wvo ten opzichte van de huidige situatie. Deze uitbreiding is voor Jumbo noodzakelijk, omdat de omvang van de huidige supermarkt te beperkt is naar de huidige maatstaven voor een dergelijke supermarkt. Het pand van Jumbo aan de Friezenstraat wordt gesloopt. De aanpalende voorzieningen aan de Friezenstraat verdwijnen. De winkelstrip aan de Friezenstraat maakt plaats voor woningbouw en een wijkpark.

Aldi aan de Dr. Schaepmanstraat 17 betreft een tijdelijke vestiging. Dit betekent dat Aldi hier binnen een bepaalde termijn sowieso moet verdwijnen. Er is een tijdelijke ontheffing op het vigerende bestemmingsplan verleend om de tijdelijke vestiging van Aldi juridisch-planologisch mogelijk te maken. In principe heeft het pand een enkelbestemming 'bedrijventerrein'. Door de verleende ontheffing is nu tijdelijk een supermarkt mogelijk. Als Aldi verplaatst, zal er geen supermarkt mogelijk zijn op de achterblijvende locatie. Bovendien wordt het achterblijvende pand gesloopt, waardoor geen leegstand ontstaat. De omvang van Aldi in de nieuwe situatie wordt nagenoeg gelijk aan de huidige tijdelijke vestiging.

Verder zijn er in het programma separate winkelunits opgenomen voor enkele dagwinkels met een totale omvang van 363 m² wvo. In het bestemmingsplan krijgen deze units een brede detailhandelsbestemming. Dat betekent dat er zich zowel dagelijkse als niet-

⁴ Al het bestaande oppervlak wordt gesloopt en/of bestemmingsplanmatig gesaneerd. Ten opzichte van de nieuwe beoogde bestemmingsplanmatige plancapaciteit ontstaat er dus een uitbreiding of inkrimping van het oppervlak, afhankelijk van het pand / de branche.

⁵ Het betreft hier bakker Korsten in de huidige winkelstrip aan de Friezenstraat.

dagelijkse winkels kunnen vestigen. Dit is in de huidige situatie echter ook al het geval. Daarnaast is één unit van 120 m² gepland voor horeca met terrasfunctie.

Momenteel is rijwielzaak Hans Struik op de beoogde locatie gevestigd met een omvang van 1.500 m² vwo. Het pand van de rijwielzaak wordt gesloopt, wat betekent dat er in eerste instantie 1.500 m² vwo detailhandel uit de markt verdwijnt. In het programma wordt een rijwielzaak van 800 m² vwo beoogd. In het bestemmingsplan krijgt dit pand echter een brede detailhandelsbestemming, waarin een supermarktfunctie wordt uitgesloten.

In totaal worden 273 parkeerplaatsen beoogd. Er komt een centraal parkeerterrein waar de voorzieningen omheen liggen. Hierdoor ontstaat een optimale ruimtelijke samenhang tussen de voorzieningen en het parkeren. Het winkelcentrum krijgt meerdere ontsluitingsroutes, met name aan de St. Jobstraat.

Tot slot wordt in het nieuwe winkelcentrum een medische component beoogd. Er is ruimte voor een medisch centrum op verdieping, met diverse zorgaanbieders. Op maaiveldniveau komt er een apotheek van 135 m² vwo. De zorgaanbieders op verdieping krijgen in eerste instantie een omvang van 495 m². Later wordt bepaald of dit uitgebreid gaat worden naar maximaal 800 m². In het bestemmingsplan krijgen de voorzieningen op verdieping een brede bestemming, met uitsluiting van detailhandel, kantoren en horeca.

Figuur 1.2: Impressietekening winkelcentrum Leuken



Bestemmingsplancapaciteit

Om de ladder goed te kunnen doorlopen, is het belangrijk uit te gaan van de maximale juridisch-planologische plancapaciteit zoals is opgenomen in het bestemmingsplan. Navolgend is de theoretische bestemmingsplanmatige programmacapaciteit benoemd. Dit metrage is vervolgens voor de detailhandel opgedeeld naar de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Op deze bestemmingsplanmatige capaciteit is de ladder getoetst.

De supermarktpanden krijgen in het bestemmingsplan de aanduiding 'supermarkt'. Dit betekent dat in het pand van Jumbo en Aldi in het nieuwe beoogde winkelcentrum uitsluitend een supermarkt kan vestigen. Niet-dagelijkse winkels zijn daarmee in deze panden uitgesloten. Zoals gezegd krijgen de dagwinkels en de apotheek een brede detailhandelsbestemming. Er zijn daardoor in juridisch-planologische zin zowel winkels in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector mogelijk. Het pand waar horeca is voorzien krijgt uitsluitend een horeca bestemming, waardoor detailhandel niet mogelijk is. In het separate pand van 800 m² wvo wordt in principe een rijwielzaak beoogd. In het bestemmingsplan zal dit pand echter een brede detailhandelsbestemming krijgen, met uitsluiting van een supermarkt. Theoretisch kan het daardoor ingevuld worden met zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen.

In de navolgende tabel is de maximale programmacapaciteit opgenomen die in juridisch-planologische zin mogelijk is volgens het bestemmingsplan.

Tabel 1.2: Bestemmingsplanmatige plancapaciteit detailhandel

Pand	Theoretisch dagelijks (m ² wvo)	Theoretisch niet-dagelijks (m ² wvo)
Jumbo-pand	1.400	-
Aldi-pand	1.000	-
Dagwinkelunits	363	363
Apotheek-pand	135	135
Rijwiel-pand	800	800
Totaal	3.698	1.298

Rekening houdend met de huidige omvang van de winkels die gaan verplaatsen, komt de feitelijke maximale uitbreiding van het winkelaanbod in beide sectoren uit op:

- Dagelijkse artikelen: + 1.938 m² wvo
- Niet-dagelijkse artikelen: - 231 m² wvo

Het bovenstaande is dus een saldering van het reeds aanwezige aanbod ten opzichte van de totale theoretische planologische capaciteit, uitgesplitst naar de dagelijkse en niet-dagelijkse sector.

Niet-detailhandel

De niet-detailhandel op verdieping (maatschappelijk c.q. gezondheidszorg) krijgt een omvang van maximaal 800 m² bvo. Detailhandel op verdieping wordt in juridisch planolo-

gische zin uitgesloten. Ook kantoren en horeca worden uitgesloten in het bestemmingplan. De ruimte op verdieping zal primair een functie krijgen voor maatschappelijke dienstverlening c.q. gezondheidszorg.

2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden eerst de belangrijkste conclusies van het onderzoek naar de distributieplanologische mogelijkheden voor en effecten van het planinitiatief samengevat weergegeven. Daarna is aandacht voor de juridisch-planologische overwegingen. Hierin staan eventuele duurzame ontwrichting en de ladder voor duurzame verstedelijking centraal.

2.2 Samenvatting

- In totaal heeft Weert ca. 3% meer winkels en 19% meer winkelruimte dan plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal (30.000 tot 50.000 inwoners). Een verklaring hiervoor vormt de regionaal-verzorgende functie van met name het centrum van de stad en het perifere winkelcluster aan de Roermondseweg⁶.
- De kern Weert beschikt over 11 supermarkten met een totale omvang van 12.188 m² wvo. Afgezet tegen het aantal inwoners betekent dit 298 m² wvo supermarkt per 1.000 inwoners in Weert-stad. Landelijk bedraagt de gemiddelde supermarktdkking 247 m² wvo per 1.000 inwoners. Het supermarktaanbod in Weert is daarmee relatief ruim.
- De leegstand is in de kern Weert circa 11,4% van het aantal verkooppunten en 11,3% van het totale winkelvloeroppervlak ten opzichte van vergelijkbare plaatsen (30.000 tot 50.000 inwoners) relatief ruim (vergelijkbare plaatsen resp. 8,3% en 8,8%)⁷. Wel is relatief veel leegstand incurant van aard en betreft het in sommige gevallen ook leegstand op verdieping. Daarnaast is 21% van de leegstand verspreid aanwezig (niet in winkelgebieden), wat betekent dat de effecten van deze leegstand op de leefbaarheid en het functioneren van de detailhandelsstructuur beperkt is.
- In totaal zijn er binnen de gemeente Weert 156 horeca verkooppunten aanwezig. Het betreft hoofdzakelijk cafés, waarvan ruim de helft in het centrum van Weert gevestigd is. In de gemeente Weert zijn 3,19 horeca verkooppunten per 1.000 inwoners aanwezig. In Nederland is dit gemiddeld ca. 1,42 horeca verkooppunten per 1.000 inwoners. Het ruime horeca-aanbod wordt deels verklaard vanuit het ruime aanbod lunchrooms en restaurants. De gemeente Weert telt in totaal 113 diensten verkooppunten. Het dienstenaanbod is met ca. 2,31 verkooppunten per 1.000 relatief gemiddeld ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 2,30 verkooppunten per 1.000 inwoners.
- Voor een rendabel functionerende supermarkt is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service supermarkten hebben een omvang van ca.

⁶ Bron: Locatus Online, peildatum voorzieningen in functie augustus 2015.

⁷ Bron: Locatus Online, peildatum leegstand augustus 2015.

1.250 tot 1.750 m² wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000 tot 1.200 m² wvo omvatten. De relocatie van beide supermarkten zorgt er voor dat een hoger consumentendraagvlak behaald kan worden, waardoor de supermarkten ook beter kunnen functioneren. Dit zorgt enerzijds voor voldoende toekomstperspectief en anderzijds voor een verbetering van de consumentenverzorging. Ook wordt de algehele routing, de bereikbaarheid en het parkeren verbeterd, wat belangrijke vereisten zijn voor een goed functionerend(e) supermarkt/winkelcentrum. Het planinitiatief past hiermee binnen de algemene trends en ontwikkelingen.

- Het provinciaal beleid is in principe terughoudend ten aanzien van nieuwe detailhandelsontwikkelingen, maar zet wel in op kwalitatieve versterking van de detailhandelsstructuur. Het lokaal beleid onderschrijft de huidige zwakke positie van de winkelstructuur in Weert-Oost. Het gemeentelijke beleid (Structuurvisie Weert 2025) voorziet letterlijk de beoogde ontwikkeling: *“Er zijn mogelijkheden in Weert-Oost om een nieuw wijkwinkelcentrum te realiseren op het Sporthalgebied aan de St. Jobstraat, tussen de wijken Groenewoud en Leuken.”*.
- Het aantal inwoners in Weert-Oost zal de komende jaren iets toenemen. Voor de kern Weert geldt dat het aantal inwoners de komende jaren stabiel blijft. De wijken in Weert-Oost krijgen wel te maken met vergrijzing. Het initiatief speelt hier mede op in.
- Op basis van de huidige omvang van het dagelijkse winkelaanbod in Weert-Oost ontstaat er naar de toekomst toe ca. 1.050 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte. Ten opzichte van het huidig aantal m² wvo in de dagelijkse sector zal het aanbod per saldo met maximaal ca. 1.938 m² wvo kunnen uitbreiden. Dit past daarmee feitelijk niet volledig binnen de berekende uitbreidingsruimte. In de praktijk is het echter onwaarschijnlijk dat de maximale dagelijkse plancapaciteit wordt benut. In het programma wordt immers een rijwielzaak van 800 m² wvo beoogd en de dagwinkels zullen waarschijnlijk ook niet-dagelijkse winkels huisvesten. In de niet-dagelijkse-sector is per saldo sprake van een afname van het winkelvloeroppervlak (- 231 m² wvo). Het horeca aanbod blijft per saldo nagenoeg gelijk.
- De ontwikkeling van een modern, centraal en goed bereikbaar wijkwinkelcentrum tussen Leuken en Groenewoud/Biest, zoals wordt beoogd, biedt naar mening van BRO ook voor de langere termijn een goede wijkvoorziening voor de inwoners van Weert-Oost. In feite gaat het om een upgrade c.q. optimalisatie van de nu zwakke en perspectiefarme winkelstructuur in Weert-Oost. Verplaatsing van reeds gevestigd aanbod staat hierin centraal. De voorzieningen kunnen bij concentratie, meer dan nu, van elkaars trekkracht profiteren.
- Eventuele effecten op omliggende supermarkten of voorzieningen worden niet volledig uitgesloten. Per saldo zal echter sprake zijn van een versterking van de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging in Weert. Omdat de bestaande voorzieningen in Leuken worden gesloopt, zal geen leegstand ontstaan. Op deze plek komt woningbouw en een wijkpark terug, wat een positief effect heeft op de leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit van Leuken. Het achterblijvende pand van Aldi zorgt niet voor leegstand, omdat het pand gesloopt wordt. Bovendien is er na de verplaatsing van Aldi op deze locatie bestemmingsplanmatig ook geen supermarkt meer mogelijk.

2.3 Overwegingen

2.3.1 Duurzame ontwrichting

Uit eerder onderzoek van BRO blijkt dat het supermarktaanbod in de wijken Leuken en Groenewoud verouderd is en niet optimaal functioneert. Ook in relatie tot het beleid van de gemeente Weert betekent dit dat de verzorgingsstructuur in Weert-Oost daarmee in gevaar komt. De supermarkt (Jumbo) heeft immers een beperkt toekomstperspectief. Het realiseren van een modern wijkwinkelcentrum, goed bereikbaar en tussen de wijken Groenewoud/Biest en Leuken zal resulteren in een sterke en toekomstbestendige wijkvoorziening. Beide supermarkten hebben in de nieuwe beoogde situatie voldoende draagvlak om goed te kunnen functioneren. Dit betekent dat de consumentenverzorging verbetert en naar de toekomst toe geborgd blijft. Daarnaast verbetert de detailhandelsstructuur, omdat concentratie en modernisering van voorzieningen wordt bereikt.

Van duurzame ontwrichting is geen sprake. Voor de consument neemt de keuze immers alleen maar toe; er ontstaan geen beperkingen in het doen van boodschappen. De consument in Weert zal binnen aanvaardbare afstand tot de eigen woning de beschikking houden over dagelijks aanbod. Als er niets gebeurt neemt het perspectief van het dagelijkse voorzieningenaanbod in Weert-Oost op termijn juist af. Hier is momenteel in feite ook al sprake van. Inwoners van met name Groenewoud en Leuken hebben in de eigen wijk niet de beschikking over een moderne supermarkt. Niets doen betekent dus in feite dat de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur er nog verder op achteruit gaan, in plaats van op vooruit. Dit is eerder ook door BRO geconstateerd.

2.3.2 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

1. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 1, 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.
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 2, 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."

De ladder voor duurzame verstedelijking dient te worden toegepast indien er sprake is van een stedelijke ontwikkeling. Het planinitiatief omvat een uitbreiding van het winkelvloeroppervlak dat kan worden aangemerkt als een stedelijke ontwikkeling, omdat het een detailhandelsontwikkeling betreft (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen). Hierdoor en in relatie tot een goede ruimtelijke ordening is de ladder navolgend doorlopen. In de bijlage is een nadere toelichting gegeven op de ladder.

Eerste trede: Actuele regionale behoefte

Voor wat betreft de eerste trede moet op basis van onderhavige rapportage geconstateerd worden dat het initiatief in kwalitatieve zin sterk inspeelt op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, keuzemogelijkheden voor de consument). Ook ontstaat er een sterke detailhandelsstructuur en een wijkwinkelcentrum met perspectief voor de langere termijn. Dit geeft helderheid en een goede consumentenverzorging voor de inwoners van Weert-Oost.

Op het niveau van Weert-stad bestaat er niet of nauwelijks distributieve ruimte voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelsector, maar in oostelijk Weert ontstaat naar de toekomst toe in de dagelijkse sector wel enige uitbreidingsruimte (ca. 1.050 m² wvo). De beoogde plancapaciteit overschrijdt deze berekende ruimte echter theoretisch. De mogelijk gemaakte maximale uitbreiding voorziet daarmee in kwantitatieve zin niet volledig in een (toekomstige) lokale behoefte. In de praktijk zal het totaal aantal m² wvo in de dagelijkse sector lager liggen dan is opgenomen in het bestemmingsplan. Zo wordt in het separate pand van 800 m² wvo een rijwielzaak beoogd en zullen de dagwinkels waarschijnlijk een mix van zowel dagelijks als niet-dagelijks huisvesten. In de praktijk is het daardoor logischerwijs te verwachten dat de kwantitatieve uitbreiding van de dagelijkse sector aansluit op de berekende uitbreidingsruimte.

In de niet-dagelijkse sector is per saldo geen sprake van een toevoeging van winkelruimte. Desalniettemin bestaat voldoende aanleiding om aan te nemen dat er enige markt-ruimte aanwezig is in Weert-Oost ter uitbreiding van het niet-dagelijkse artikelaanbod voor een wijkwinkelcentrum. Het reguliere niet-dagelijkse aanbod dat functioneert op de eigen inwoners van de wijken is immers zeer beperkt. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector in met name Leuken wordt sterk doelgericht bezocht (perifeer) en heeft daarmee een andere functie dan niet-dagelijks aanbod in een regulier wijkwinkelcentrum.

De uitbreidingsruimte voor horeca in de gemeente Weert is naar verwachting beperkt. Per saldo zal echter geen sprake zijn van een toevoeging. Zo wordt er een pand met horeca bestemd, maar er verdwijnt ook horeca uit de Friezenstraat. De bestemming aan de Friezenstraat verdwijnt en ook het pand wordt gesloopt, waardoor geen leegstand ontstaat.

Een concentratie van voorzieningen, met name de aanwezigheid van twee complementaire supermarkten en aanpalende dagwinkels, zal resulteren in combinatiebezoek. Hier-

door kunnen beide supermarkten van elkaar profiteren en kunnen de overige winkels profiteren van de trekkracht van de supermarkten. De horeca met het terras zal de verblijfsfunctie en daarmee de algehele verblijfskwaliteit van het winkelcentrum verhogen.

De vestiging van een gezondheidscentrum met apotheek en diverse zorgaanbieders zorgt voor één centrale zorgvoorziening in Weert-Oost. Aangezien hierbij eveneens wordt ingezet op verplaatsing van reeds elders gevestigde zorgaanbieders, wordt hiermee concentratie van zorgaanbieders bereikt. Inwoners van Weert-Oost hebben daardoor een gezondheidscentrum op een centraal en goed bereikbare locatie. Zeker voor de toenemende groep ouderen in Weert-Oost is dit een goede ontwikkeling. Daarnaast is het zorgaanbod in met name Leuken reeds beperkt. Met de komst van een gezondheidscentrum, hebben de inwoners van Leuken ook de beschikking over een modern gezondheidscentrum in de eigen wijk.

Tweede trede: benutting bestaande panden en leegstand

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Er is in de gemeente Weert leegstand aanwezig. Geen enkel leegstaand pand kan het initiatief logischerwijs huisvesten. Het planinitiatief speelt in op concentratie van bestaande winkels en andere voorzieningen in oostelijk Weert. Dit kan niet bereikt worden in leegstaande panden in dit gebied of elders in Weert.

De verplaatsing van de supermarkten zal niet leiden tot extra (winkel)leegstand. De winkelstrip aan de Friezenstraat zal worden gesloopt en zal plaatsmaken voor woningbouw en een wijkpark. Ten opzichte van de huidige situatie zal dit de ruimtelijke kwaliteit en de leefbaarheid van de wijk Leuken aanzienlijk verbeteren. Het achterblijvende pand van Aldi zal gesloopt worden, waardoor geen leegstand ontstaat. Bovendien is er na de verplaatsing van Aldi op deze locatie bestemmingsplanmatig ook geen supermarkt meer mogelijk.

Het beoogde winkelcentrum zal zich vestigen op het terrein waar in de huidige situatie een rijwielzaak aanwezig is (sportparkgebied). Het vastgoed is verouderd en de uitstraling is niet optimaal. Het planinitiatief zal de bestaande gronden benutten en de bestaande bouw zal gesloopt worden, waarvoor in de plaats modern vastgoed terugkomt. Het nieuwe winkelcentrum zal daardoor ten opzichte van de huidige situatie uiteindelijk een verbetering van zowel het vastgoed, de ruimtelijke kwaliteit als de uitstraling betekenen.

Het is op voorhand niet volledig uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand aanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders enige leegstand zal ontstaan. Heel misschien verdwijnt er een enkele zaak door het planinitiatief in combinatie met autonome ontwikkelingen, maar voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zal dat geen onaanvaardbare effecten hebben. De inwoners van Weert blijven beschikken over voldoende voorzieningen binnen aanvaardbare

afstand. Dat wil zeggen dat van duurzame negatieve effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn.

De effecten van het beoogde gezondheidscentrum op verdieping zijn per saldo positief, omdat concentratie van zorgaanbieders ontstaat op een centrale en goed bereikbare locatie. Hierbij wordt ingezet op een verplaatsing van kleinschalige zorgaanbieders die momenteel verspreid in Weert aanwezig zijn. Het betreft hier zorgaanbieders die grotendeels in woongebieden aanwezig zijn (praktijk aan huis). Eventuele leegstand die ontstaat als gevolg van de verplaatsing zal geen negatieve effecten hebben op het woon-, werk- en leefklimaat. Dergelijke leegstand kan prima worden ingevuld met bijvoorbeeld woonfuncties.

Derde trede: niet binnen bestaand stedelijk gebied

Omdat de ontwikkeling binnen het bestaand stedelijk gebied plaats vindt is de derde trede niet van toepassing.

2.3.3 Ten slotte

Hoewel de theoretisch berekende kwantitatieve uitbreidingsruimte in Weert relatief beperkt is, leidt het planinitiatief niet tot aantasting van de detailhandelsstructuur. De aangewezen locatie ligt centraal tussen de wijken Groenewoud en Leuken en biedt de consument een modern en goed bereikbaar wijkcentrum met onder andere twee complementaire supermarkten. Uitgangspunt van het planinitiatief is dat de omvang en samenstelling van het winkelcentrum aansluit op het toekomstige draagvlak. Dit betekent dat het winkelcentrum primair een verzorgende functie heeft voor de inwoners van Weert-Oost.

Uitvoering van het beoogde planinitiatief zal resulteren in een versterking van de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in Weert-Oost en biedt de inwoners van Weert-Oost ook voor de langere termijn een goede wijkvoorziening gericht op de dagelijkse of wekelijkse boodschappen. De beoogde ontwikkeling draagt daarom bij aan een heldere toekomstbestendige boodschappenstructuur voor Weert, wat beleidsmatig ook het streven is.

3. ONTWIKKELINGSKADER

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording van de conclusies van de marktmogelijkheden en effecten, zoals behandeld in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een analyse gemaakt van het gevestigde aanbod en de aanwezige leegstand in de kern Weert en specifiek Weert-Oost. Wij zoomen nadrukkelijk in op de dagelijkse sector, omdat hierin de belangrijkste ontwikkelingen zullen plaatsvinden. De dagelijkse sector bestaat uit zowel zaken in levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelen speciaalzaken) als in persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën, apotheken). Daarnaast is het horeca- en diensten-aanbod in de gemeente Weert geïnventariseerd. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner⁸.

Vervolgens wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op de dagelijkse artikelensector, beleidskaders, plannen en initiatieven in de omgeving en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden vervolgens gebruikt voor het aangeven van de distributieve uitbreidingsruimte en de effecten van het planinitiatief.

3.1 Aanbodanalyse

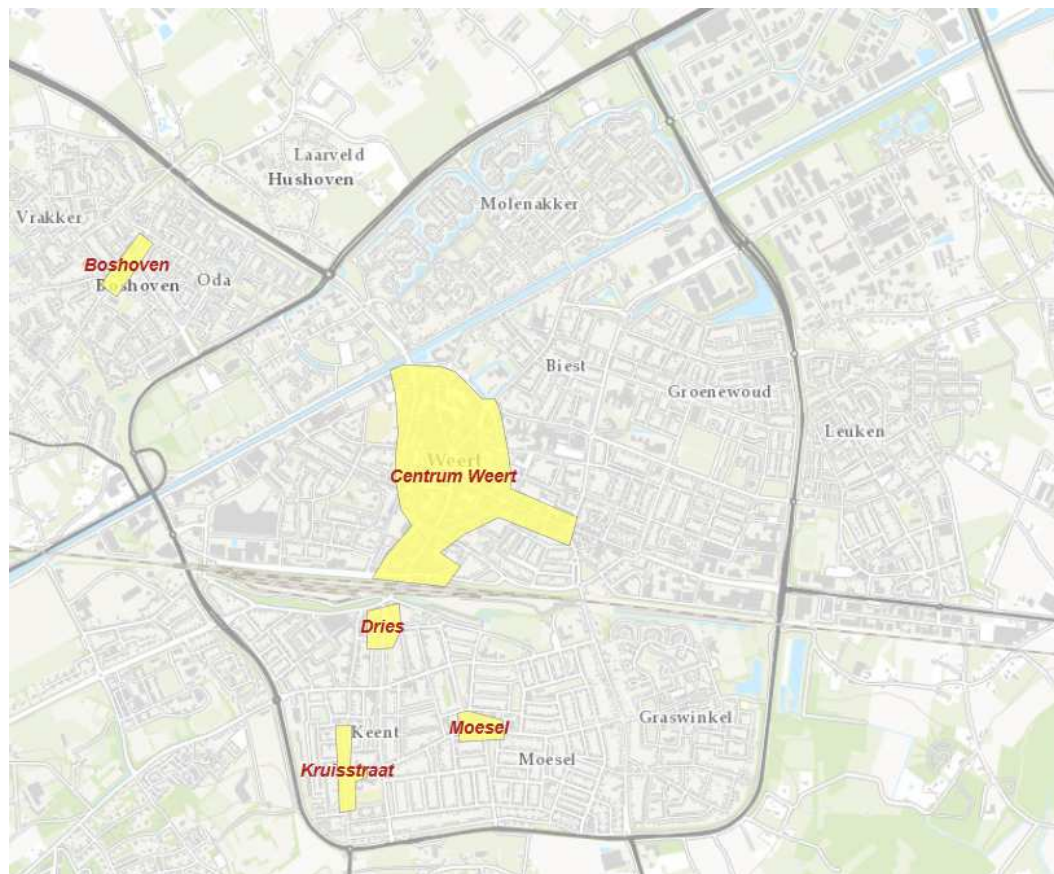
3.1.1 Winkelaanbod kern Weert

Winkelstructuur kern Weert

De kern Weert heeft een centrale verzorgingsfunctie voor de gemeente. Weert telt volgens Locatus 5 winkelgebieden, waarbij het centrum het belangrijkste is. De buurt- en wijkcentra Dries, Kruisstraat en Moesel functioneren op koopkracht uit de zuidelijke wijken. Inwoners van Weert-Zuid hebben dan ook voldoende keuzemogelijkheden en de structuur is hier sterk. Boshoven heeft een eigen winkelgebied, dat een verzorgingsfunctie heeft voor de inwoners uit de eigen wijk. Opvallend is de afwezigheid van een winkelgebied in Weert-Oost. Het aanwezige aanbod alhier is verspreid aanwezig. Dit geldt eveneens voor het perifere winkelaanbod aan de Roermondseweg. Navolgende kaartbeeld geeft de winkelgebieden van de kern Weert weer.

⁸ Peildatum Locatus, augustus 2015.

Figuur 3.1: Detailhandelsstructuur kern Weert (op basis van de Locatus indeling)



Winkelaanbod Kern Weert algemeen

De kern Weert telt 316 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak (wvo) van 97.397 m². Hiervan verkoopt ca. 18% dagelijkse artikelen en ca. 82% niet-dagelijkse artikelen. De dagelijkse sector wordt verderop in deze paragraaf uitgediept. De niet-dagelijkse sector bestaat uit 242 winkels met een totale omvang van 79.516 m² wvo. Ten opzichte van plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal (30.000 tot 50.000 inwoners) is het niet-dagelijkse aanbod in de kern Weert relatief ruim. (vergelijkbare plaatsen hebben gemiddeld 199 winkels van totaal 66.563 m² wvo). Wel is de gemiddelde schaalgrootte van een winkel in Weert met 329 m² wvo ten opzichte van vergelijkbare plaatsen met 335 m² wvo beperkter.

In nagenoeg alle niet-dagelijkse branches is het aanbod in de kern Weert bovengemiddeld. Opvallende uitschieters zijn o.a. de branches kleding en mode, dier en plant en wonen.

Tabel 3.1: Aanbod kern Weert naar branche

	Kern Weert ⁹ (40.945 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen ¹⁰ (30.000 tot 50.000 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	56	15.047	269	51	13.186	258
Persoonlijke verzorging	18	2.834	157	15	2.242	151
Dagelijkse artikelen	74	17.881	242	66	15.429	234
Warenhuis ¹¹	2	3.587	1.794	1	2.087	1.438
Kleding en mode	67	12.153	181	53	9.946	186
Schoenen en lederwaren	17	3.252	191	12	2.750	235
Juwelier en optiek	14	944	67	11	817	72
Huishoudelijke en luxe artikelen	10	2.707	271	10	2.832	281
Antiek en kunst	-	-	-	2	315	160
Sport en spel	11	2.819	256	10	3.356	326
Hobby	10	1.314	131	6	654	108
Media	4	679	170	5	826	158
Dier en plant	18	10.656	592	14	7.143	503
Bruin- en witgoed	14	1.290	92	12	1.975	160
Fietsen en autoaccessoires	8	2.598	325	9	1.677	189
Doe-het-zelf	7	8.798	1.257	8	8.778	1.077
Wonen	38	26.060	686	28	20.509	744
Detailhandel overig	22	2.659	121	16	2.896	180
Niet-dagelijkse artikelen	242	79.516	329	199	66.563	335
Totaal detailhandel	316	97.397	308	265	81.991	310

Bron: Locatus, peildatum augustus 2015

Omvang en samenstelling dagelijkse sector Kern Weert

Het aanbod in de dagelijkse sector in de kern Weert beslaat een winkelvloeroppervlak van bijna 17.881 m², verdeeld over 74 verkooppunten. In de navolgende tabel wordt de verdeling van het aanbod in de kern Weert weergegeven, met de supermarktsector uitgelicht.

Tabel 3.2: Aanbod dagelijkse sector kern Weert

	Aantal verkooppunten	Winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	56	15.047	269
w.v. Supermarkt	11	12.188	1.108
Persoonlijke verzorging	18	2.834	157
Dagelijkse artikelen totaal	74	17.881	242

⁹ Bron: BRP Gemeente Weert, peildatum 1-1-2015.

¹⁰ Gewogen naar het inwonertal van Weert.

¹¹ V&D is reeds gesloten.

Ca. 68% van de omvang (gemeten o.b.v. aantal m² wvo) in de dagelijkse sector wordt ingevuld door de supermarkten. Landelijk is dit ca. 70%. Buiten de supermarkten bestaat het aanbod in de levensmiddelenbranche in de kern Weert uit speciaalzaken. In de kern Weert zijn bijvoorbeeld 13 bakkers, 4 slaggers, 9 minisupers en diverse speciaalzaken in kaas, vis, chocolade, tabak, etc. aanwezig. De branche 'persoonlijke verzorging' bestaat uit 4 apotheken, 8 drogisten, 3 parfumeriezaken, 2 haarverzorgingszaken en 1 overige winkel in deze categorie.

Aanbod in de dagelijkse sector in Weert in perspectief

Landelijk gezien bedraagt het aanbod in de dagelijkse sector 353 m² wvo per 1.000 inwoners¹². In de kern Weert is het aanbod in de dagelijkse sector met 437 m² wvo per 1.000 inwoners ten opzichte van het landelijk gemiddelde relatief ruim. Bekijken we het supermarktaanbod, dan is dit landelijk 247 m² wvo ten opzichte van 298 m² per 1.000 inwoners in de kern Weert. De omvang van het supermarktaanbod in de kern Weert ligt hiermee ruim 20% boven het landelijk gemiddelde. Inwoners van de kern Weert hebben daardoor ruime keuzemogelijkheden in de dagelijkse sector.

Supermarktaanbod

De kern Weert beschikt zoals gezegd over 11 supermarkten met een totale omvang van 12.188 m² wvo. Benadrukt dient te worden dat Aldi aan de Dr. Schaepmanstraat 17 een tijdelijke vestiging betreft. Navolgend is een overzicht gepresenteerd van het supermarktaanbod in de kern Weert.

Tabel 3.3: Supermarktaanbod kern Weert

Formule	Adres	Aantal m ² wvo	Winkelgebied
Albert Heijn	Muntpassage 49	1.901	Centrum Weert
Jumbo	Collegeplein 11	1.550	Centrum Weert
Lidl	Ringbaan West 15	1.345	Bebouwde kom
Jumbo	Oranjeplein 225	1.226	Moesel
Jan Linders	Molenakkerplein 3	1.206	Bebouwde kom
Jumbo	Boshoverweg 59	1.038	Boshoven
ALDI-Markt (tijdelijk)	Dr. Schaepmanstraat 17	986	Bedrijfsterrein
Albert Heijn	Dries 10	954	Dries
Jan Linders	Maaspoort 54	950	Centrum Weert
Jumbo	Friezenstraat 10	745	Bebouwde kom
Ender	Maaspoort 52	287	Centrum Weert
Totaal		12.188	

De grootste supermarkt in de kern Weert is Albert Heijn van 1.901 m² wvo in het centrum van Weert. In het centrum van Weert zijn verder ook Jumbo (1.550 m² wvo), Jan Linders

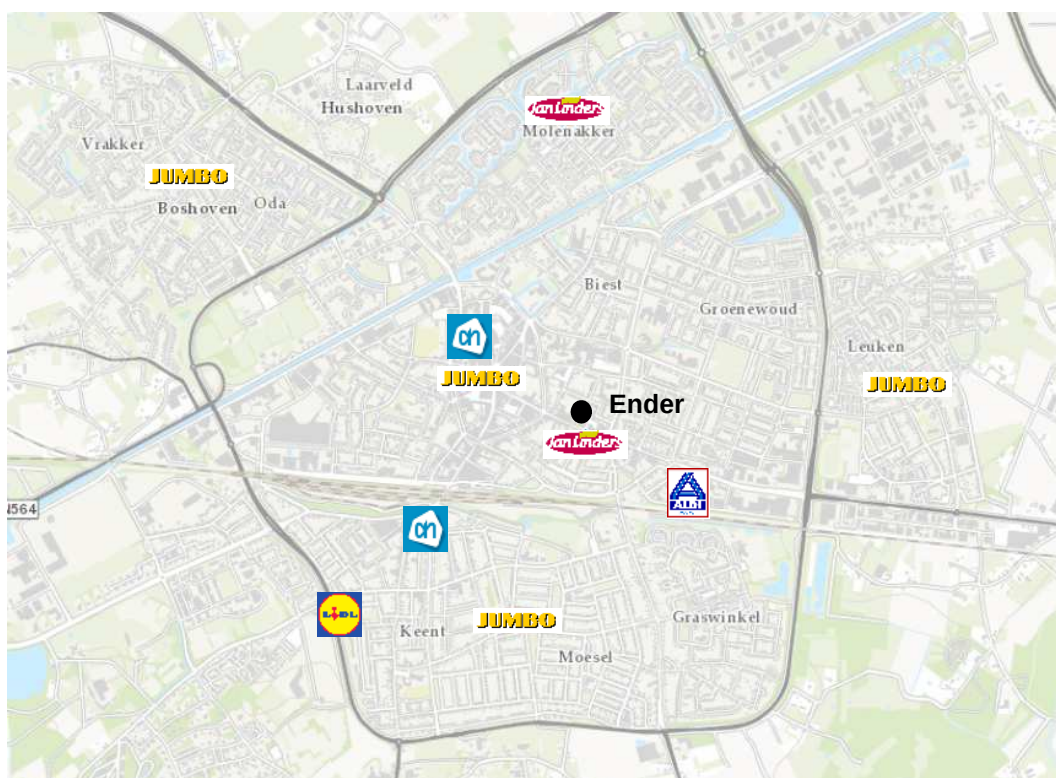
¹² Let op: Het betreft hier de totale omvang in de dagelijkse sector, afgezet naar aantal inwoners. Het betreft daardoor een ander cijfer dan het gemiddelde aantal m² wvo per winkel.

(950 m² wvo) en de zelfstandige supermarkt Ender (287 m² wvo) aanwezig¹³. De omvang van enkele supermarkten in Weert is naar de huidige maatstaven voor moderne supermarkten relatief beperkt (service-supermarkten ca. 1.250 – 1.750 m² wvo, discounters ca. 1.000 – 1.500 m² wvo). Het betreft hier met name Aldi aan de Dr. Schaepmanstraat 17 (986 m² wvo), Albert Heijn aan Dries 10 (954 m² wvo), Jan Linders aan Maaspoort 54 (950 m² wvo) en Jumbo aan de Friezenstraat 10 (745 m² wvo). De zelfstandige supermarkt Ender heeft waarschijnlijk een centrumfunctie en functioneert naar verwachting vooral op koopkracht van bewoners en bezoekers van de binnenstad.

Spreiding supermarktaanbod

Navolgend is een overzicht van het supermarktaanbod in Weert-stad op kaart weergegeven. Hieruit blijkt dat de inwoners van Weert-stad binnen aanvaardbare afstand een supermarkt tot de beschikking hebben.

Figuur 3.2: Supermarktaanbod Weert-stad



Segmentatie

Om inzicht te krijgen in de complementariteit c.q. segmentatie van de verschillende supermarktformules is navolgend een figuur weergegeven met daarin de positie van de belangrijkste supermarktformules in Nederland. Hieruit blijkt dat de consument in Weert-

¹³ Deze supermarkten worden in de gemeentelijke visie echter niet tot het centrum van Weert gerekend.

stadde beschikking heeft over nagenoeg alle segmenten (service-, midden- en discount-segment).

Figuur 3.3: Supermarktpositionering (Bron: EFMI, CBL, ConsumentenTrends 2013)

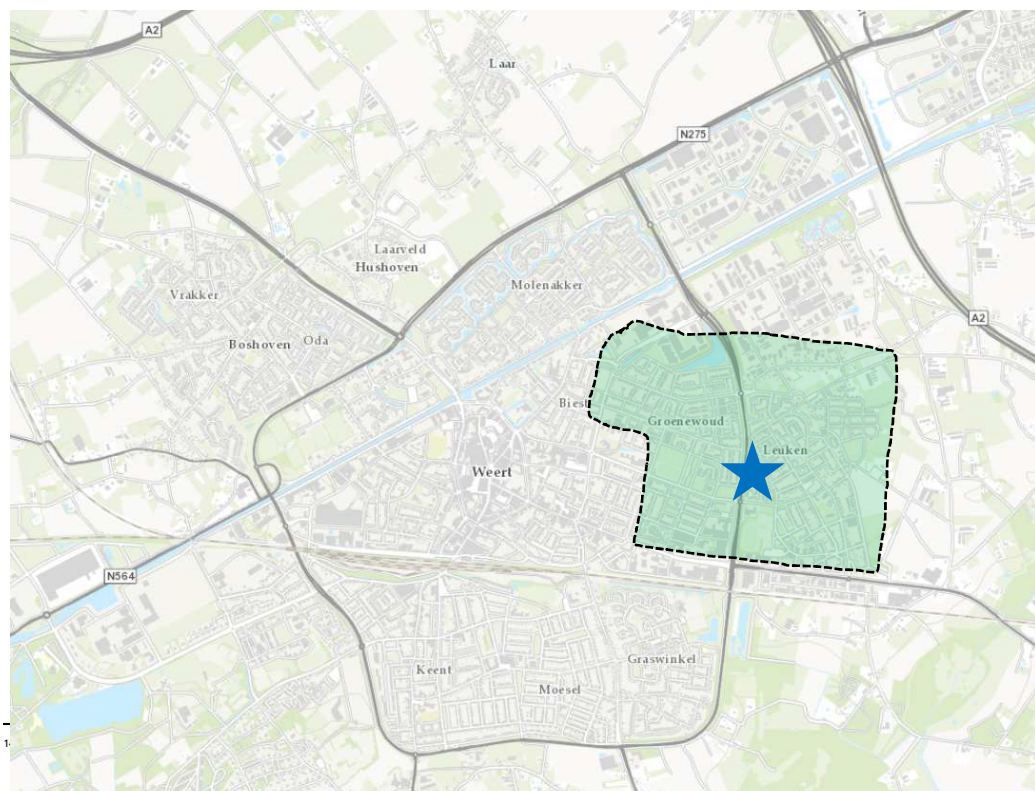
Formuletype	Omschrijving	Formules
FULLSERVICE	Veel service met een bovengemiddelde prijsstelling	Albert Heijn en PLUS
BUURTSUPER	Redelijke service, in de buurt, met een hoge prijsstelling	Coop en Spar
VALUE-FOR-MONEY	Gemiddelde service met een gemiddelde prijsstelling	C1000, Dekamarkt, EMTÉ, Jan Linders, MCD, Poiesz en Vomar Voordeelmarkt
SERVICE DISCOUNT*	Bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Deen, Hoogvliet, Jumbo en Supercoop
MERKEN DISCOUNT*	Gemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Bas van der Heijden, Boni, Digros, Dirk van den Broek en Nettorama
HARD DISCOUNT	Weinig service met een zeer scherpe prijsstelling	Aldi en Lidl

(*) Tezamen vormen service discount en merken discount het quality discount segment

3.1.2 Winkelaanbod Weert-Oost

Navolgend wordt ingezoomd op Weert-Oost. Met Weert-Oost worden de wijken Leuken, Groenewoud en een deel van Biest (ten oosten van de Graafschap Hornelaan) bedoeld. Weert-Oost telt anno 2015 ca. 9.337 inwoners¹⁴.

Figuur 3.4: Afbakening verzorgingsgebied Weert-Oost



Dagelijkse sector

In Weert-Oost zijn 10 winkels in de dagelijkse sector met een totale omvang van 2.148 m² wvo aanwezig. Het grootste deel wordt ingevuld door de twee verspreide supermarkten in de wijken, namelijk Jumbo (745 m² wvo) en Aldi (986 m² wvo). Volgens Locatus zijn alle dagelijkse winkels in Weert-Oost verspreide bewinkeling. De winkelstrip aan de Friezenstraat wordt daarmee niet (meer) beschouwd als volwaardig winkelgebied.

Tabel 3.4: Aanbod dagelijkse sector Weert-Oost naar branche

Branche	Aantal verkooppunten	Omvang (m ² wvo)
Groente/fruit	1	90
Bakker	4	132
Minisuper	2	155
Slagerij	1	40
Supermarkt	2	1.731
Totaal	10	2.148

Het meest nabije boodschappencentrum voor de inwoners van Weert-Oost is het cluster aan Maaspoort aan de rand van het centrum. Hier is onder andere een Jan Linders (950 m² wvo) en een zelfstandige supermarkt gevestigd (Ender van 287 m² wvo).

Niet-dagelijkse sector

De niet-dagelijkse sector in Weert-Oost omvat 34 winkels met een totale omvang van 31.547 m² wvo. Het aanbod betreft uitsluitend verkooppunten in de groep 'in en om huis' en 'detailhandel overig'. Omdat er volgens Locatus geen winkelgebieden aanwezig zijn in Weert-Oost betekent dit dat alle winkels verspreid aanwezig zijn. Navolgend is een tabel opgenomen met daarin de grootste niet-dagelijkse winkels in Weert-Oost. Aan de Roermondseweg is grootschalige perifere detailhandel aanwezig. Het betreft o.a. een Gamma, Intratuin, Praxis, Kwantum, Leen Bakker, Boerenbond, Jysk etc. Dit aanbod heeft echter een functie voor de gehele gemeente en beperkte mate daar buiten. Hierdoor is het niet-dagelijkse aanbod centraal in Weert-Oost feitelijk beperkt.

Tabel 3.5: Top-5 grootste winkels in de niet-dagelijkse sector in Weert-Oost

Naam/formule	Adres	Branche
Gamma	Roermondseweg 98	Bouwmarkt
Intratuin	Roermondseweg 147	Tuincentrum
Praxis	Roermondseweg 110	Bouwmarkt
Buitenhof	Roermondseweg 121	Tuinmeubelen
Kwantum	Roermondseweg 124	Woonwarenhuis

3.1.3 Leegstand

In de kern Weert staan in totaal 93 verkooppunten leeg¹⁵, met een totale omvang van 18.676 m² wvo. Dit komt neer op circa 11,4% van het aantal verkooppunten en 11,3% van het totale winkelvloeroppervlak¹⁶. De leegstand is in de kern Weert ten opzichte van vergelijkbare plaatsen (30.000 tot 50.000 inwoners) relatief ruim (vergelijkbare plaatsen: leegstaande verkooppunten 8,3% en winkelmeters 8,8%). De leegstand betreft vooral veel kleinschalige winkelpanden (94% van het aantal panden is kleiner dan 500 m² wvo). Het grootste deel van het aantal m² leegstand is aanwezig in het centrum van Weert (77%). Ook is een relatief groot deel op verspreide locaties aanwezig (21%). De overige leegstand is verdeeld over de buurt- en wijkcentra van de kern Weert. Navolgend is een tabel opgenomen met daarin de top-5 grootste leegstaande panden in de kern Weert.

Tabel 3.6: Top-5 leegstaande panden in de kern Weert¹⁷¹⁸

Adres	Type	Aantal m ² wvo	Winkelgebied
Langstraat 35	Langdurig	1.301 ¹⁹	Centrum Weert
Stationsstraat 16	Aanvang/Frictie	849	Centrum Weert
Stationsplein 21	Langdurig	795	Centrum Weert
Beekstraat 62	Langdurig	706	Centrum Weert
Roermondseweg 91	Langdurig	569	Bedrijfsterrein

De leegstand in de gemeente Weert is voor een belangrijkdeel incourant van aard. Veel van de leegstaande panden in het bovenstaande overzicht staan langdurig leeg (meer dan 1 jaar, maar minder dan 2 jaar). De leegstand biedt geen logisch alternatief om het planinitiatief te huisvesten, omdat de panden over het algemeen niet de geschikte maatvoering hebben of niet op de huidige locatie aanwezig zijn. Daarnaast is 21% van de leegstand verspreid aanwezig (niet in winkelgebieden), wat betekent dat de effecten op de leefbaarheid en het functioneren van de detailhandelsstructuur beperkt zijn.

3.1.4 Horeca en diensten in de gemeente Weert

De navolgende tabel heeft betrekking op het aantal horeca verkooppunten in de gemeente Weert. In totaal zijn er binnen de gemeente Weert 156 horeca verkooppunten aanwezig. Het betreft hoofdzakelijk cafés, waarvan ruim de helft in het centrum van Weert ge-

¹⁵ Peildatum, augustus 2015.

¹⁶ Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

¹⁷ Aanvang/frictie (minder dan 1 jaar leeg), Langdurig (1 tot 2 jaar leeg), Structureel (meer dan 3 jaar leeg).

¹⁸ V&D is reeds gesloten en staat leeg. Het pand heeft een omvang van 2.442 m² wvo. Deze leegstand is vanwege de eenduidigheid van de peildatum niet meegenomen. Wel is hier in de ladder rekening mee gehouden.

¹⁹ Deze leegstand is verdeeld over meerdere verdiepingen.

vestigd is. Weert telt verder 34 restaurants en 26 fastfoodrestaurants. Ten opzichte van het landelijk gemiddelde heeft Weert relatief veel horeca-aanbod. Vooral het aantal cafés valt op (0,92 cafés per 1.000 inwoners in de gemeente Weert ten opzichte van 0,40 cafés per 1.000 inwoners in Nederland). Ook het aantal fastfoodrestaurants in de gemeente Weert valt op ten opzichte van het landelijk gemiddelde.

Tabel 3.7: Horeca-aanbod gemeente Weert

Branche	Aantal verkooppunten gemeente Weert	Aantal verkooppunten per 1.000 inwoners gemeente Weert	Aantal verkooppunten per 1.000 inwoners Nederland
Café	45	0,92	0,40
Coffeeshop	2	0,04	0,03
Seks/Nachtclubs	2	0,04	0,01
Fastfood	26	0,53	0,35
Bezorg/Halen	4	0,08	0,15
Grillroom/Sh	10	0,20	0,12
Hotel-Rest	4	0,08	0,10
IJssalon	4	0,08	0,05
Lunchroom	11	0,22	0,20
Café-Restaurant	11	0,22	0,34
Restaurant	34	0,69	0,55
Partycentrum	2	0,04	0,03
Horeca Ov	1	0,02	0,03
Totaal Horeca	156	3,19	1,42

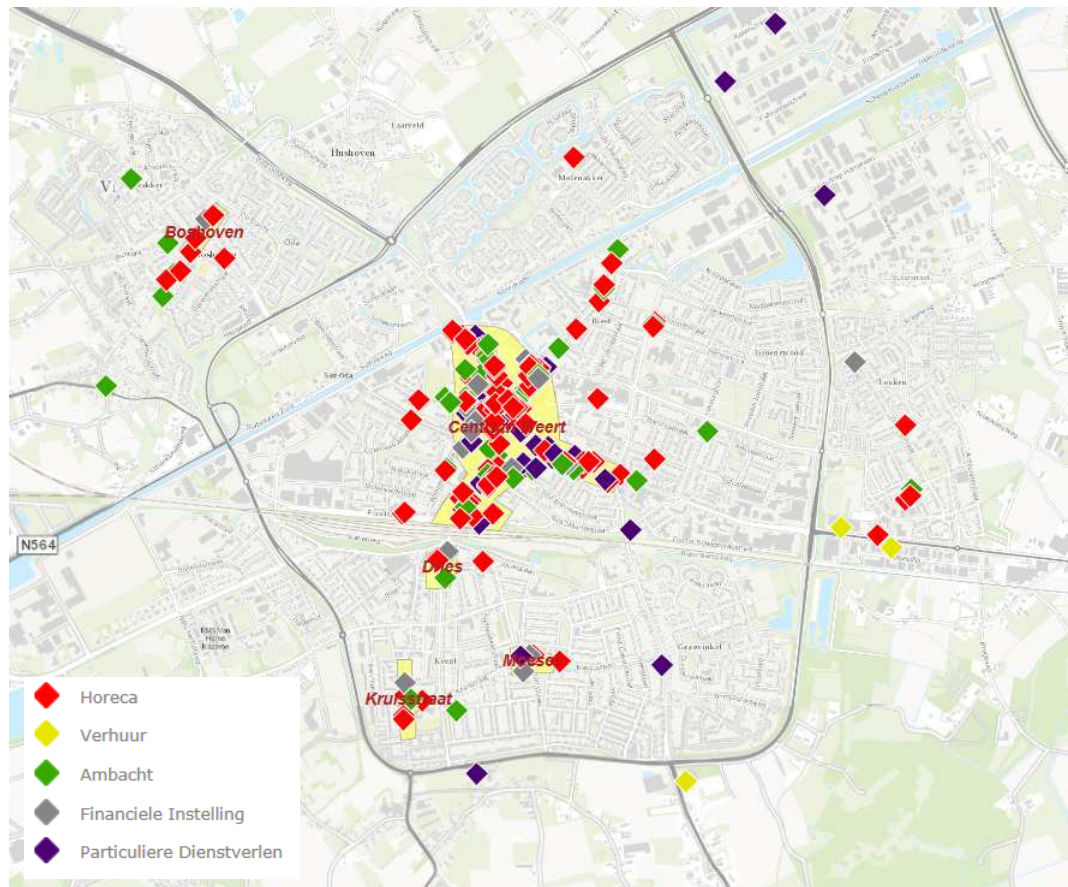
De navolgende tabel heeft betrekking op het aantal dienstenfuncties binnen de gemeente Weert. In totaal telt Weert 113 dienstenfuncties. De kappersbranche is in de gemeente Weert met 31 vestigingen het meest omvangrijk. Ten opzichte van het landelijk gemiddelde heeft Weert een gemiddeld dienstenaanbod. Hoewel de kappersbranche in absolute zin het meest omvangrijk is, is de branche ten opzichte van het landelijk gemiddelde met 0,63 verkooppunten per 1.000 inwoners enigszins beperkt aanwezig (0,67 verkooppunten per 1.000 inwoners).

Tabel 3.8: Dienstenaanbod gemeente Weert

Branche	Aantal verkooppunten gemeente Weert	Aantal verkooppunten per 1.000 inwoners gemeente Weert	Aantal verkooppunten per 1.000 inwoners Nederland
Autoverhuur	1	0,02	0,02
Gereeds Verh	3	0,06	0,02
Edelsmid	2	0,04	0,02
Schoenrep/sleutels	4	0,08	0,05
Kapper	31	0,63	0,67
Tatoe/Pierc	2	0,04	0,03
Schoonheidss	4	0,08	0,20
Kledingrep	1	0,02	0,06
Stoffeerderij	1	0,02	0,03
Electro Rep	3	0,06	0,02
Drukw/Copy	5	0,10	0,04
Fotograaf	2	0,04	0,03
Finan Interm	6	0,12	0,12
Verzekeringw	1	0,02	0,01
Bank	7	0,14	0,12
Postkantoor	6	0,12	0,13
Makelaardij	7	0,14	0,19
Autowasserij	2	0,04	0,03
Fietsenstalling	1	0,02	0,01
Massagesalon	1	0,02	0,03
Stomerij/Wassalon	1	0,02	0,05
Reisburo	5	0,10	0,07
Uitzendburo	17	0,35	0,10
Totaal	113	2,31	2,30

Het navolgende kaartbeeld geeft een impressie van het aanbod binnen de branches horeca en dienstverlening. Het aanbod is hoofdzakelijk in en rondom het centrum aanwezig en bestaat hoofdzakelijk uit horeca en ambacht.

Figuur 3.5: Impressie horeca en dienstenaanbod gemeente Weert



3.2 Trends en ontwikkelingen

3.2.1 Detailhandel

Aanbodzijde algemeen

De dagelijkse artikelensector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder is de laatste jaren sterk in beweging: de belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn:

- De trend tot schaalvergroting zet verder door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service supermarkten hebben een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.200 m² wvo omvatten. In grote steden maken sommige supermarkten een schaa sprong tot grootschalige supermarkten (3.000-4.000 m² wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaa sprong zichtbaar.
- Supermarktenorganisaties stemmen de omvang van hun winkels tegenwoordig meer dan voorheen af op de omvang van het (beoogde) marktgebied: grotere winkels met

een wijk- of stadsdeelverzorgende functie en kleinere met een buurt- of dorpsfunctie. Supermarkten van 800-1.000 m² wvo kunnen die laatste functie vaak al goed invullen.

- Het benodigd draagvlak voor voorzieningen wordt - als gevolg van de schaalvergroting - steeds groter. De extra winkelmeters worden deels door een groter draagvlak terugverdiend. Aspecten als autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden hangen samen met deze ontwikkeling en worden daarom steeds belangrijker. Om het draagvlak toch te kunnen realiseren, opteren supermarkten steeds vaker voor locaties buiten reguliere winkelgebieden (meer ruimte).
- Tegelijkertijd is er een opleving van dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra zichtbaar. Er is in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het verbeteren van het verblijfsklimaat in dergelijke centra en het uitbreiden van de winkelruimte. Het aanbod concentreert zich steeds meer in de grotere winkelcentra. Vooral de supermarkten maken waar mogelijk een schaa sprong in deze sterk op boodschappen doen gerichte centra. Op wijk-, buurt- en dorpsniveau zijn supermarkten de belangrijkste publiekstrekkingen.
- Supermarkten hebben steeds minder ieder hun eigen afgebakende verzorgingsgebied en de grootste supermarkten hebben vaak een aanvullende functie (een soort paraplu-functie) ten opzichte van kleinere supers in de omgeving. Het gaat bij deze grootste supermarkten vaak om centrumsupermarkten, maar dit kan ook opgaan voor min of meer solitaire grootschalige supermarkten (veelal gelegen tussen grotere woongebieden).
- Factoren als een ruime overzichtelijke indeling, een breed assortiment, prijs, hygiëne en behulpzaam, vriendelijk personeel spelen een belangrijke rol in de supermarktkeuze van de consument.
- De marktsegmentatie bij supermarkten vervaagt; behalve in discountsupermarkten is er vrijwel overal sprake van een grote variatie in prijsstelling van de aangeboden producten. Bovendien ligt tegenwoordig het prijsniveau ook in diverse servicesupermarkten op een laag niveau door onder meer de toename van huismerken. Binnen het discountsegment krijgt Lidl langzamerhand meer een service-karakter.
- Aan de onderkant van de markt ontstaan nieuwe initiatieven voor budgetsupermarkten die partijmatig artikelen verkopen.
- Tegelijkertijd is er ook een trend met meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt etc. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten.
- Branche- en sectorvervaging doen zich voor in diverse branches, waaronder de supermarktenbranche. In supermarkten wordt in toenemende mate non-food artikelen aangeboden, vaak op actiematige wijze. Vooral discountsupermarkten bieden deze non-food artikelen aan. Maar ook het vaste non-food assortiment in grotere winkels wordt breder.
- In navolging van de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben verschillende overnames en fusies plaatsgevonden. Albert Heijn, Jumbo en Lidl zijn sterk uit de strijd gekomen, de formules Edah, Super de Boer en C1000 zijn het slachtoffer ge-

worden. Kleinschalige supermarkten, versspecializaties op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt hebben het moeilijker gekregen.

- De filiëlisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit. De consument rekent deze formules tot het basisaanbod. Het aandeel filiaalbedrijven nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 35%, ten koste van het aantal zelfstandige bedrijven.
- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandigen wordt bemoeilijkt door filiëlisering en vergrijzing van het ondernemersbestand. De verwachting is dat het aandeel filiaalbedrijven ook in de toekomst verder gaat stijgen en dat het aandeel zelfstandige ondernemers verder gaat afnemen (percentuele kengetallen zijn niet voorhanden). Daarnaast staat de positie van de kleine zelfstandige winkelier onder druk door vergrijzing van het ondernemersbestand. De leeftijdsopbouw van het ondernemersbestand is nog sneller aan het vergrijzen vergeleken met onze bevolking. Ruim 35% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Uit eerder onderzoek van Inretail (CBW-MITEX) blijkt dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wil stoppen. In veel gevallen is er geen opvolging, waardoor veel winkels (gedwongen) zullen sluiten.
- Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment. Voorbeelden zijn bijvoorbeeld de biologische of verpakkingsloze supermarkten.
- Het aantal auto's neemt nog steeds toe. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe. 'No parking, no business'.
- Trafficlocaties worden steeds belangrijker. Niet alleen op vliegvelden, maar ook op trein- en busstations is steeds meer detailhandel te vinden, zowel op het gebied van dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen.
- Internet is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel).
- De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet (toename van internetbestedingen gemiddeld 2% in de dagelijkse sector, maar ook toename van totale bestedingen met 2% per jaar). 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 komst van afhaalpunten zou dit kunnen veranderen. De verwachting voor de dagelijkse artikelensector is echter dat het aandeel van de internetbestedingen ondanks

de komst van de afhaalpunten, tamelijk gering zal blijven, enerzijds omdat dit slechts een beperkte consumentengroep zal aanspreken, anderzijds omdat er in Nederland sprake is van een dicht netwerk aan buurt- en wijkcentra met goede, relatief goedkope supermarkten en andere aanbieders.

- De bezorgservices van supermarktketens nemen in populariteit toe. Denk bijvoorbeeld aan het thuisbezorgen van online bestellingen, maar ook aan de maaltijdboxen. Hierbij neemt de concurrentie tussen gevestigde supermarktketens en nieuwe 'pure players', zoals Picnic en Hello Fresh steeds meer toe.

Vraagzijde algemeen

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, andersom heeft het veranderende koopgedrag gevolgen voor de aanbodstructuur. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen, ook bij de supermarkt, wel is het bestede bedrag per bezoek toegenomen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra in verband met het gemak van ruime keus.
- Door een grotere mobiliteit en de beschikbare informatie voor de consument (o.a. Internet) is het referentiekader van de consumenten in de afgelopen jaren ruimer geworden. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in supermarkten (volledige assortimenten), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. Deze prijsbewuste consument is sterk op de prijsvriendelijke en discountsupermarkten georiënteerd.
- In de dagelijkse sector worden de aankopen door de consument nog steeds dicht bij huis gedaan. Dit aanbod blijft dan ook (mits het voldoet aan het verwachtingspatroon) in buurt, wijk en kern veel perspectief behouden.
- Door de veranderende bevolkingssamenstelling verandert ook de behoefte van de consument. Zo worden de winkelvoorzieningen in de wijk belangrijker door de toenemende vergrijzing.
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- De samenstelling van huishoudens verandert door minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.
- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal mensen met een beneden modaal inkomen.

- Door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoons-huishoudens) is het arbeidspatroon veranderd en neemt de druk op vrije tijd bij grote groepen huishoudens toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.
- Koopstromenonderzoeken laten verschuivingen zien in het koop- en bestedingsgedrag van de consument²⁰. De mate waarin de consument haar dagelijkse boodschappen doet in de eigen woonplaats is gedaald (koopkrachtbinding gemiddeld 5% lager). De consument is minder trouw aan het eigen boodschappenaanbod. De binding ligt logischerwijs een stuk hoger wanneer centra met een sterker winkelaanbod op grotere afstand liggen. Het zijn de centra nabij grotere of sterkere winkelgebieden die in de verdrukking komen. De concurrentie tussen winkelgebieden is toegenomen. Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking zijn noodzakelijk om de concurrentiepositie te blijven behouden.

Geconcludeerd kan worden dat de beoogde ontwikkeling in Weert-Oost past binnen de geschetste algemene trends en ontwikkelingen en daarmee inspeelt op een verbetering van de consumentenverzorging in dit marktgebied. Allereerst wordt ingespeeld op schaalvergroting van de supermarkten. Hierdoor wordt de belevingswaarde binnen de winkel groter. Daarnaast zal de relocatie van beide supermarkten er voor zorgen dat een hoger draagvlak behaald kan worden, waardoor de supermarkten ook beter kunnen functioneren. Dit zorgt enerzijds voor voldoende toekomstperspectief en anderzijds voor een verbetering van de consumentenverzorging. Ook wordt de algehele routing, de bereikbaarheid en het parkeren verbeterd, wat tegenwoordig belangrijke vereisten zijn voor een goed functionerend(e) supermarkt/winkelcentrum.

3.2.2 Horeca en dienstverlening

Horeca

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde.

Horeca verlevendigt gebieden

Er zijn in Nederland ruim 42.000 horecazaken, waaronder ruim 17.000 drankverstrekkers, ruim 10.500 fastservice-zaken (snackbars, etc.), ruim 11.000 restaurants. In 2013 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een omzet van **9,8 miljard euro** (excl. btw). Wel staat de sector de afgelopen jaren economisch onder druk, door kritische consumenten, de opkomst van alternatieve aankoopplaatsen (zondagopening supermarkten), stijgende kosten en nieuwe wet- en regelgeving. Met name zaken die zich niet goed weten te profileren of onderscheiden ondervinden negatieve effecten. Toch zijn er ook anno 2015 nog legio kansen voor de sector, mits zaken zich sterk en onderscheidend profileren. Opvallend is de recente opkomst van (soms grootschalige) buffetrestaurants en tapasformules.

²⁰ Platform Binnenstadsmanagement en SSM, De weerbare binnenstad (2012)

Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers.



Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector. De belangrijkste zijn:

- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel verschillende doelgroepen. Ook worden vaker culturele en recreatieve activiteiten georganiseerd.
- **Hoofdfunctie vervaagt:** traditioneel baseerden bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als verstrekken van alcoholvrije dranken dan wel bereide kleine etenswaren. Mede door de toenemende multifunctionaliteit zien we steeds meer combinatievormen (lunchroom, konditorei, Bagels&Beans).
- **Schaalvergroting:** zaken worden groter, vanwege de gewenste multifunctionaliteit en/of omzeteisen.
- **Vervlechting horeca en detailhandel:** In steeds meer winkels kun je iets eten of drinken. Vooral dagelijkse winkels ontplooiën steeds meer horeca-activiteiten; belegde broodjes, snacks, koffie/thee, verse sappen, etc. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc. Cross-selling heeft de toekomst.
- **Industrieel erfgoed:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor horeca en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.
- **Opkomst specialistische koffieformules:** opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Bekende spelers zijn Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie.

Dienstverlening

De dienstverlening is een gevarieerde sector met veel dynamiek en een sterke groei van het aanbod. De sector is in te delen in een aantal hoofdgroepen: publieksgericht, zakelijk (B2B) en ambacht. De schaalvergroting in de sector is relatief beperkt, de ontwikkelingen zijn nogal onvoorspelbaar.

- De dienstverlening is de sector met het grootste aandeel startende ondernemers. Ruim 60% van de starters in Nederland begint in de dienstverlening. Het zijn vaak eenpersoonsbedrijven (startups).
- Innovatiekansen en onderscheidend vermogen nemen toe wanneer ondernemers uit cultuur, dienstverlening, horeca, recreatie en detailhandel samenwerken.
- Binnen de dienstverlening is vooral in de branches kappers, kinderopvang, make-laars en uitzendbureaus een opkomst van formules en aantal vestigingen zichtbaar.



- Het aantal vestigingen in de *uitzendbranche* groeit nog steeds fors. Bedrijfsleven en overheid blijven streven naar flexibilisering van arbeid. Dit biedt extra kansen voor de uitzendbranche. Wel is het gebruik van internet (vacaturesites, social media) zeer populair, wat op termijn een bedreiging kan vormen voor de fysieke vestigingen.
- Bij *kapsalons* is een uitbreiding van het dienstenpakket met schoonheids- en nagelverzorging, visagie en zonnebanken, maar vooral ook combinaties op het gebied van lifestyle en mode zichtbaar. Er is meer aandacht voor service op maat.
- Het aantal kapsalons neemt toe, terwijl het aantal kappersbezoeken daalt. Het aantal grootschaligen (zowel franchise- als filiaalbedrijven), maar ook het aantal zelfstandige ondernemers neemt toe. Dit leidt tot een sterkere lokale concurrentie, de 'kapper op de hoek' komt hierdoor steeds meer in de knel. Voor kapsalons is een duidelijke en herkenbare keuze voor de bediening van een specifieke doelgroep belangrijk.
- In de *schoonheidsverzorging* is een duidelijke verschuiving merkbaar naar het gespecialiseerde bedrijf. De consument zoekt steeds gericht naar specialistische behandelingen. Dit gaat gepaard met een afname van het aantal aan huis gevestigde bedrijven en een toename van de vestigingen in bedrijfspanden.
- De grootste toename van het aantal ondernemers in de *ambachtelijke* sector heeft plaatsgevonden in de uiterlijke verzorgingsbranche (o.a. kapsalon, schoonheidsspecialist).
- De *kledingreparatie* en -aanpassing laat een duidelijke groei zien, door een toename van de vraag. Bijna twee derde van de bedrijven is in of bij een woonhuis gevestigd, hetgeen het imago van de branche weinig goed doet en ten koste kan gaan van de omzet. Het is met name om het professionele imago te versterken en de klandizie, dat de verwachting is dat bedrijven zich meer en meer gaan vestigen in bedrijfspanden in en rond centra. Vaak betreft dit goed bereikbare entreegebieden c.q. aanloopstraten van grotere winkelcentra.

- In de *financiële dienstverlening* valt op dat het aantal 'reguliere' bankvestigingen afneemt, maar tegelijkertijd is nog steeds groei zichtbaar in niet-bankgebonden hypotheek- en verzekeringsadvies.
- Het aantal *makelaars* zal de komende jaren naar verwachting afnemen. Deels wordt dit gecompenseerd door de opkomst van bureaus die bemiddelen bij de verhuur van moeilijk verkoopbare woningen.
- In de *gezondheids- en welzijnszorg* is een sterke opkomst van commerciële formules zichtbaar. Deze zijn er in alle soorten en maten en soms gevestigd in aanloopstraten. Ook de verbreding van huisartspraktijken (eerstelijnszorg) tot soms zelfs kleine klinieken is opvallend.
- Steeds meer grote winkelketens ontwikkelen fysieke *afhaalpunten* voor producten die online zijn besteld. Ruimte en bereikbaarheid zijn belangrijke eisen.
- In de primair *zakelijke dienstverlening* (business-to-business) heeft recent veel schaalvergroting plaatsgevonden. Het is echter een dynamische sector, waar continue nieuwe dienstverleningsconcepten worden ontwikkeld, tegenwoordig vooral op het vlak van ICT en webdesign.

3.3 Beleidskaders

3.3.1 Provinciaal

Provinciaal Omgevingsplan Limburg 2014

Het Provinciaal Detailhandelsbeleid is weergegeven in het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL). In 2014 is dit beleid geactualiseerd (POL2014). In algemene zin richt het beleid 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 POL2014 stelt voorts dat er in Limburg voldoende, en in toenemende mate zelfs teveel 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. Dynamisch voorraadbeheer is een middel hiertoe en bestaat uit:

- een goede visie en een actueel overzicht van de voorraad;
- verbeteren van de kwaliteit van de bestaande voorraad;
- schrappen van plannen en ideeën (ook van de harde plancapaciteit waar geen behoefte aan blijkt te bestaan);
- onder voorwaarden toevoegen van nieuwe voorraad in combinatie met het schrappen van bestaande voorraad.

In het POL2014 worden ten aanzien van duurzame verstedelijking de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- grotere stedelijke ontwikkelingen concentreren in de steden, binnen het bestaande, bebouwde gebied. Indien dat niet mogelijk is zoveel mogelijk aansluitend daaraan met een stevige tegenprestatie voor het verlies van omgevingskwaliteiten;
- goed gebruik maken van reeds bestaande voorzieningen;
- de vitaliteit van de binnensteden heeft prioriteit bij detailhandelsvraagstukken;
- nieuwe stedelijke functies met veel woon-werkverkeer of bezoekersstromen dienen goed aangesloten te zijn op het OV-systeem;
- benutting leegstaande gebouwen.

Detailhandel draagt bij aan leefbaarheid van woongebieden. In verband met het teveel aan winkels ligt er een grote 'kwalitatieve' opgave. Inspelen op de groei van het internet-winkelen en de toenemende vraag naar beleving staat centraal.

- Behoud en versterking van de kwaliteit van de binnensteden als belangrijke ontmoetingsplaatsen.
- In dorpskernen en wijken het zoveel mogelijk op peil houden van het voorzieningen-niveau en de leefbaarheid. Dat zal echter niet overal kunnen op het niveau van nu, dat vraagt om keuzes.
- In stand houden van de kwaliteit van grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden. Voorkomen dat als oplossing van de problemen gekozen wordt voor verbreding van deze centra waardoor deze zich tot nieuwe 'binnensteden' kunnen ontwikkelen.

De meeste beslissingen over de ontwikkeling van de winkelvoorzieningen worden op lokaal niveau genomen. Basisprincipes en spelregels zijn hierbij:

- Binnensteden hebben prioriteit. Buiten het stedelijk gebied is geen plek voor nieuwe winkelgebieden of grote uitbreidingen van bestaande. In het landelijk gebied helemaal geen nieuwe winkels.
- Inzetten op compactere winkelgebieden.
- Voor nieuwe winkelgebieden of uitbreiding van bestaande is er ruimte als deze aantoonbaar toegevoegde waarde bieden aan de regio en leiden tot een versterking van de structuur. De ontwikkeling moet gepaard gaan met het verdwijnen van minstens zoveel bestaande voorraad elders in de regio.
- Geen winkels op bedrijventerreinen, behalve als het gaat om verkoop van goederen die zich bij uitstek lenen voor vestiging op zo'n terrein.
- Geen ruimte voor winkels uit de branches die bij uitstek thuis horen in stadscentra (kleding, schoenen, gewone supermarkten; huidig beleid is alleen grotere winkels).
- Plannen in ontwikkeling die niet bijdragen aan de beoogde vernieuwing dienen zoveel mogelijk stopgezet te worden.
- Voor initiatieven voor grotere nieuwe winkelgebieden, winkels of uitbreidingen zal steeds gekeken moeten worden of deze passen binnen de regionale visie. Aan die

afweging ligt een ruimtelijk-economische effectstudie ten grondslag (ladder van duurzame verstedelijking).

Het vernieuwen en verbeteren van de detailhandelsstructuur is 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.

3.3.2 Gemeentelijk

Structuurvisie Weert 2025

De insteek van de structuurvisie is om voor de detailhandel kansrijke gebieden aan te wijzen teneinde deze gebieden te versterken en om een verdere ruimtelijke concentratie te bewerkstelligen. Als kansrijke gebieden worden de binnenstad (met het accent op sfeer, ontmoeting en beleving), enkele wijk-, buurt- en dorpswinkelcentra (met name voor de dagelijkse boodschappen) en de PDV-locatie Roermondseweg-Moesdijk (voor de doelgerichte aankopen) benoemd.

Uitgangspunt van de gemeente is dat het, met het oog op de leefbaarheid van buurten, wijken en dorpen, ook in de toekomst van groot belang is dat de wijk- en buurtwinkelcentra en het dorpscentrum in Stramproy zoveel mogelijk in stand blijven. Voor de winkelstrips geldt dat de gemeente het wenselijk acht dat er in de bestaande winkelstrips voorzieningen voor de buurtbewoners gevestigd zijn. In alle bestemmingsplannen zijn de voorschriften inmiddels zodanig verruimd dat ook andere voorzieningen dan winkels of zakelijke dienstverlening gevestigd kunnen worden in de betreffende winkelstrips/winkelcentra, voor zover zij een functie voor de buurt hebben en qua schaal en omvang daarin passen.

De wijkwinkelcentra in Weert liggen op centrale, goed bereikbare locaties verspreid over de stad. Met uitzondering van het oostelijk deel van Weert. De wijk Leuken bezit een buurtwinkelcentrum en in Groenewoud liggen twee winkelstrips. Deze zijn niet toekomstbestendig en op termijn niet levensvatbaar. Het detailhandelsbeleid gaat uit van het situeren van supermarkten met kleinere winkels voor de dagelijkse- en (beperkt) niet-dagelijkse goederen op goed ontsloten centrale plekken.

Er zijn mogelijkheden in Weert-Oost om een nieuw wijkwinkelcentrum te realiseren op het Sporthalgebied aan de St. Jobstraat, tussen de wijken Groenewoud en Leuken. De supermarkt en de andere zaken uit het huidige winkelcentrum aan de Friezenstraat kunnen hier een nieuwe plek krijgen. Andere winkels, waaronder een tweede supermarkt zouden hierbij aan kunnen sluiten. De supermarkt in Leuken staat al lange tijd onder druk. De winkel is te klein en daarmee niet toekomstbestendig. De locatie is zodanig dat het voedingsgebied te klein is om op de locatie duurzaam te investeren in een toekomstbesten-

dige voorziening. De winkels in winkelstrips aan de Limburglaan en Graafschap Hornelaan verdwijnen langzaam aan. Daarmee ontbreekt met name in het oostelijk deel van Groenewoud thans een voorziening voor de dagelijkse boodschappen. Een meer centrale ligging tussen de wijken Groenewoud en Leuken maakt de winkelvoorziening toekomstbestendig. De verplaatsing is echter mede afhankelijk van de bereidwilligheid van de belegger en de exploitant om te verplaatsen. Verder dient het echt om verplaatsing te gaan. Dat betekent dat hieraan de voorwaarde gekoppeld wordt dat de winkelvoorziening aan de Friezenstraat verdwijnt en dit gebied herontwikkeld wordt. Verder zullen mogelijk andere voorwaarden hieraan gekoppeld worden, bijvoorbeeld wanneer het aantal m² winkelvloeroppervlak uitgebreid wordt. Dit kan mogelijk negatieve gevolgen hebben voor andere supermarkten in Weert. Een marktonderzoek detailhandel (supermarkten) wordt met onderhavige rapportage toegevoegd aan het uitvoeringsprogramma.

Integrale woonvisie Leuken²¹

De belangrijkste kernkeuze die in de visie is opgenomen is de voorkeurslocatie voor de winkelvoorzieningen. Uit de Structuurvisie Weert 2025 blijkt dat de winkelvoorzieningen voor dagelijkse boodschappen in Weert over het algemeen een goede spreiding kennen met een goede bereikbaarheid voor de bewoners. Er is echter gebleken dat Weert-Oost een blinde vlek is voor wat betreft een adequate winkelvoorziening. De supermarkt in Leuken staat al lange tijd onder druk. De winkel is te klein en daarmee niet toekomstbestendig. De bereikbaarheid en zichtbaarheid zijn niet optimaal met het oog op het potentieel verzorgingsgebied Leuken-Groenewoud. Bovendien zijn winkels in winkelstrips aan de Limburglaan en Graafschap Hornelaan langzaam aan het verdwijnen. Daarmee ontbreekt met name in het oostelijk deel van Groenewoud een voorziening voor de dagelijkse boodschappen. Bijkomend argument is dat door het weghalen/wegbestemmen van de detailhandel in het hart van Leuken het plein een minder stenige stedelijke uitstraling kan krijgen en groener kan worden.

Het is belangrijk dat alle inwoners van Weert kunnen beschikken over de nabijheid van winkelvoorzieningen. Bereikbaarheid, zichtbaarheid en een adequate parkeervoorziening zijn hierbij cruciaal. Het in de huidige tijd vereiste ruimere assortiment vraagt om een grotere winkelvoorziening. Een meer centrale ligging tussen de wijken Groenewoud en Leuken maakt de winkelvoorziening toekomstbestendig. Het benodigde verzorgingsgebied wordt dan gerealiseerd. Hiermee wordt het behoud van een winkelvoorziening in de toekomst gewaarborgd en zullen per saldo minder verkeersbewegingen in het centrum van de wijk plaatsvinden.

3.3.3 Deelconclusie beleid

Het provinciaal beleid is in principe terughoudend ten aanzien van nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Daarentegen zet het beleid wel in op kwalitatieve versterking van de detailhandelsstructuur. Het lokaal beleid onderschrijft de huidige zwakke positie van de

²¹ Vastgesteld op 30 oktober 2013.

winkelstructuur in Weest-Oost. Het gemeentelijke beleid (Structuurvisie Weert 2025) stimuleert letterlijk de beoogde ontwikkeling: *“Er zijn mogelijkheden in Weert-Oost om een nieuw wijkwinkelcentrum te realiseren op het Sporthalgebied aan de St. Jobstraat, tussen de wijken Groenewoud en Leuken.”* (p. 23). Ten aanzien van horeca-ontwikkelingen is de gemeente Weert terughoudend met nieuwe ontwikkelingen buiten het centrum. De optie voor horeca buiten het stadscentrum wordt echter niet volledig uitgesloten.

3.4 Plannen en initiatieven

In de gemeente Weert zijn, los van het in de inleiding van dit rapport beschreven planinitiatief, geen relevante andere planinitiatieven bekend.

3.5 Draagvlak

Bevolkingsomvang en –ontwikkeling

De gemeente Weert telt per 1 januari 2016 circa 49.025 inwoners²². Volgens de Progneff bevolkingsprognose zal het inwonertal van de gemeente Weert tot 2020 toenemen tot ca. 49.032 inwoners. In 2025 zal het aantal inwoners in de gemeente Weert weer iets afnemen tot ca. 48.838. Daarna daalt het aantal inwoners nog verder tot ca. 48.432 inwoners in 2030.

Tabel 3.9: Bevolkingsprognose naar wijken, verzorgingsgebied, kern en gemeente²³

	2015	2020	2025	2030
Groenewoud	4.110	4.130	4.110	4.075
Leuken	4.185	4.415	4.590	4.685
Biest-Oost	1.042	1.037	1.037	1.025
Weert-Oost ²⁴	9.337	9.582	9.737	9.785
Weert-stad	40.945	41.072	40.968	40.667
Gemeente Weert	48.929	49.032	48.838	48.432

Het aantal inwoners in Weert-Oost zal in tegenstelling tot de gemeente de komende jaren iets toenemen. Voor Weert-stad geldt dat het aantal inwoners tot 2020 iets zal toenemen, waarna het aantal inwoners in 2025 en 2030 weer iets afneemt. Over het algemeen kan in relatie tot andere Limburgse gemeenten gesproken worden van een stabilisatie van het inwonertal.

²² Bron: BRP Gemeente Weert, peildatum 1-1-2016.

²³ Bron: Progneff 2015, Neimed 2014, 2015.

²⁴ De bevolkingsprognoses op wijkniveau zijn uit 2014. Voor Biest-Oost is een inschatting gemaakt, omdat alleen cijfers beschikbaar zijn voor de gehele wijk. Er is een factor van 0,465 gebruikt.

Vergrijzing Weert-Oost

In Weert-Oost is sprake van een vergrijzing van de bevolkingssamenstelling. In 2015 was ca. 27% van het aantal inwoners ouder dan 65 jaar (2.479 inwoners). Dit aandeel neemt in 2020 toe tot ca. 28% (2.683 inwoners), in 2025 tot ca. 29% (2.857 inwoners) en in 2030 tot ca. 31% (3.053 inwoners). Dit onderschrijft daarmee deels het belang van kwalitatief goede en perspectiefvolle voorzieningen in of nabij de eigen wijken (winkelvoorzieningen, zorgaanbieders, horeca etc.).

Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Weert bedraagt circa € 15.100,- per hoofd van de bevolking per jaar en is daarmee gelijk aan het landelijk gemiddelde²⁵. Bij een afwijking groter dan 5% is het bij distributie planologisch onderzoek gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen. In dit geval is een correctie dus niet noodzakelijk en zal het landelijk gemiddelde bestedingscijfer worden gehanteerd bij het berekenen van het functioneren. In Nederland wordt in de dagelijkse artikelensector gemiddeld circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking per jaar besteed²⁶.

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.

Zoals gezegd is het interneteffect in de niet-dagelijkse sector groter. Naar verwachting zal het aandeel aankopen via internet de komende jaren ook verder toenemen. Hierdoor corrigeren wij het landelijk gemiddelde bestedingscijfer voor de niet-dagelijkse sector met 5%. In Nederland wordt in de niet-dagelijkse sector gemiddeld € 2.356,- per hoofd per jaar besteed. Het gecorrigeerde toekomstige bestedingscijfer voor de niet-dagelijkse sector bedraagt daarmee € 2.238,- per hoofd per jaar.

Koopstromen

Er zijn voor Weert geen recente koopstroomgegevens voorhanden. De koopstromen zijn daardoor ingeschat. Wel is gebruik gemaakt van het eerdere rapport van BRO en de KoopstromenMonitor van de Rabobank voor Weert en omgeving. Dit laatste onderzoek is echter verouderd (2011) en biedt slechts beperkt inzicht in de koopstromen.

²⁵ Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2012.

²⁶ Bron: Detailhandel.info, bewerking BRO.

Dagelijkse sector

Eerder is door BRO onderzoek gedaan naar de marktmogelijkheden voor detailhandel in Weert-Oost. Hierin is ook een inschatting gemaakt van de koopstromen voor Weert-stad en specifiek Weert-Oost, omdat een recent koopstromenonderzoek niet voor handen is. Op basis van het aanwezige aanbod werd verwacht dat er op kernniveau momenteel een relatief hoge koopkrachtbinding aanwezig was 95%. De koopkrachttoevloeiing op kernniveau werd ingeschat op maximaal 20%.

Voor Weert-Oost zijn destijds door BRO ook de toekomstige koopstromen ingeschat, afhankelijk van het scenario. In scenario 3 (verplaatsing van Jumbo en Aldi naar winkelcentrum Leuken) werd verwacht dat vanwege de ligging en het complete aanbod de supermarkten een relatieve hoge binding kunnen realiseren. De koopkrachtbinding werd ingeschat op 70%. Vanwege de uniciteit en trekkracht van Aldi werd ook een relatief hoge koopkrachttoevloeiing verwacht. De koopkrachttoevloeiing werd destijds ingeschat op 30%, na realisatie van het planinitiatief.

3.6 Functioneren en uitbreidingsruimte

Navolgend is voor zowel Weert-stad als specifiek voor Weert-Oost de theoretische marktruimte berekend. Zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector is verkend. Ook is aandacht voor horeca. Aangezien de berekening is gebaseerd op diverse aannames dienen de uitkomsten van de berekening uitsluitend indicatief benaderd te worden.

Theoretische marktmogelijkheden dagelijkse sector

In navolgende tabel is op basis van de hiervoor aangegeven gegevens een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijkse artikelenaanbod in de kern Weert. Hiervoor wordt de omzet per m² vvo (vloerproductiviteit) als indicator gebruikt.

Tabel 3.11: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector Weert-stad

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2025)
Aantal inwoners	40.945	40.968
Bestedingen per hoofd (€)	2.462	2.462
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	100,8	100,9
Koopkrachtbinding	95%	95%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	95,8	95,8
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	18-20%	20%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	20,3-23,9	24,0
Totale besteding (€ mln.)	116,1-119,7	119,8
Huidig vvo (m ²)	17.881	17.881
Omzet per m² vvo (€)	6.500-6.700	6.700
Landelijk gemiddelde (€ per m ² vvo)	7.467	7.467
Uitbreidingsruimte (m ²)	Geen	Geen

De gemiddelde omzet per m² wvo in de dagelijkse sector in Weert-stad bedraagt theoretisch tussen de € 6.500,- en € 6.700,-. Dit is lager dan de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Naar de toekomst blijft het aantal inwoners in de kern Weert nagenoeg stabiel. De koopkrachtbinding houden wij gelijk, maar door de ontwikkeling zal waarschijnlijk iets meer koopkracht van buiten getrokken worden. Op basis van de huidige omvang van het dagelijks aanbod ontstaat er tot 2025 theoretisch geen ruimte voor uitbreiding van de winkelruimte in de dagelijkse sector op niveau van Weert-stad.

Tabel 3.10: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector Weert-Oost

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2025)
Aantal inwoners	9.337	9.737
Bestedingen per hoofd (€)	2.462	2.462
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	23,0	24,0
Koopkrachtbinding	55%	70%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	12,6	16,8
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	25%	30%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	4,2	7,2
Totale besteding (€ mln.)	16,9	24,0
Huidig wvo (m ²)	2.148	2.148
Omzet per m² wvo (€)	7.850	11.175
Landelijk gemiddelde (€ per m ² wvo)	7.467	7.467
Uitbreidingsruimte (m ²)	100	1.050

Het dagelijkse artikelenaanbod in Weert-Oost functioneert momenteel naar verwachting met € 7.850,- per m² wvo in theoretische zin bovengemiddeld. Omdat het aanbod in de dagelijkse sector in Weert-Oost met de beoogde ontwikkeling in zowel kwalitatieve als kwantitatieve zin versterkt wordt, verwachten wij een aanzienlijke verbetering van de lokale koopstromen. Op basis van de huidige omvang van het dagelijkse winkelaanbod in Weert-Oost ontstaat er naar de toekomst toe ca. 1.050 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte. Ten opzichte van het huidig aantal m² wvo in de dagelijkse sector zal het aanbod met hooguit ca. 1.167 m² wvo uitbreiden. Dit past daarmee bijna volledig binnen de berekende uitbreidingsruimte. Wel bedraagt de maximale mogelijke uitbreiding 1.967 m² wvo, wat niet volledig past binnen de berekende uitbreidingsruimte. Het is echter niet waarschijnlijk dat deze planologische capaciteit in de praktijk volledig wordt ingevuld met winkels in de dagelijkse sector.

Theoretische marktmogelijkheden niet-dagelijkse sector

De marktruimte in de niet-dagelijkse sector in Weert-Oost is lastiger te bepalen. Dit heeft vooral te maken met de aanwezigheid van de grootschalige perifere detailhandel aan de Roermondseweg. Dit aanbod heeft een functie voor de gemeente Weert en daarbuiten, niet specifiek voor de inwoners van Weert-Oost. Als dit aanbod buiten beschouwing wordt gelaten is het niet-dagelijkse aanbod in Weert-Oost beperkt. Op basis van het toe-

komstig aantal inwoners in Weert-Oost (9.737 inwoners) en de gemiddelde gecorrigeerde bestedingen in de niet-dagelijkse sector (€ 2.238,- per hoofd per jaar), is er tot 2025 in Weert-Oost een bestedingspotentieel van ca. € 21,8 mln. aanwezig. Als we er vanuit gaan dat de inwoners van Weert-Oost maximaal ca. 5% van hun niet-dagelijkse aankopen (zoals bijvoorbeeld huishoudelijke artikelen, modische aankopen, rijwielen etc.) in het nieuwe wijkwinkelcentrum doen, dan betekent dit een gebonden omzet van ca. € 1,1 mln. Als de gebonden omzet wordt afgezet tegen de te verwachten vloerproductiviteit van de nieuwe niet-dagelijkse winkels (ca. € 2.000 m² wvo), geeft dat ca. 545 m² wvo marktruimte. Hierin geen rekening gehouden met de meters van de eventueel aanwezige grootchalige rijwielzaak. Ook is geen rekening gehouden met koopkrachttoevloeiing van deze rijwielzaak en de overige potentiële nieuwe niet-dagelijkse winkels.

In het kader van het planinitiatief is het feitelijk niet relevant in hoeverre er sprake is van uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse sector. In het bestemmingsplan kan in theoretische zin maximaal 1.298 m² wvo detailhandel in de niet-dagelijkse sector worden gerealiseerd. Ook wordt er plancapaciteit in de niet-dagelijkse sector uit de markt gehaald (rijwielzaak van 1.500 m² wvo en een bakker met een ruime bestemming van 29 m² wvo). Per saldo is er daardoor bestemmingsplanmatig juist sprake van een afname van 231 m² wvo. In de praktijk zal de afname van het winkeloppervlak waarschijnlijk nog groter zijn, omdat niet alle dagwinkels zullen worden ingevuld met niet-dagelijkse winkels.

Theoretische marktmogelijkheden horeca

Net als voor de niet-dagelijkse sector geldt dat er in principe geen toename van het vloeroppervlak van het horeca-aanbod plaatsvindt. In het programma is één horeca unit opgenomen. De horecazaak aan de Friezenstraat (Plaza) verdwijnt. Per saldo is er daardoor geen sprake van een toevoeging.

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

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

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

3.7 Effecten

Concentratie en synergiewerking

De ontwikkeling van een modern, centraal en goed bereikbaar wijkwinkelcentrum tussen Leuken en Groenewoud zoals wordt beoogd, biedt naar de mening van BRO ook voor de langere termijn een goede wijkvoorziening voor de inwoners van Weert-Oost. In feite gaat het om een versterking van de nu zwakke en perspectiefarme winkelstructuur in Weert-Oost. Verplaatsing van reeds gevestigd aanbod staat hierin centraal. De voorzieningen kunnen bij concentratie meer dan nu van elkaars trekkracht profiteren. Bovendien zorgt de ruimtelijke structuur van het winkelcentrum voor (voorzieningen rondom centraal parkeerterrein) een optimale synergiewerking tussen de voorzieningen. Ondernemers nemen bovendien als het ware hun eigen klanten mee, waardoor er niet of nauwelijks sprake zal zijn van een ingroeiperiode. De aanwezigheid van twee complementaire supermarkten vormt ook een goede basis voor speciaalzaken, zoals navolgend wordt aangegeven.

Effecten van eventuele invulling op verdieping

Zoals gezegd wordt de unit op verdieping (maximaal 800 m²) in principe ingevuld met een gezondheidscentrum. De effecten hiervan zijn naar verwachting positief voor de wijken en daarmee Weert. Met de vestiging van een gezondheidscentrum centraal tussen Groeneveld, Leuken en een deel van Biest wordt concentratie van voorzieningen bereikt. Detailhandel op verdieping wordt in het bestemmingplan uitgesloten, waardoor geen onaantoonbare effecten op detailhandel wordt verwacht.

De rol van supermarkten in boodschappencentra

Binnen de in eerste instantie op boodschappen doen gerichte dorpscentra 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 wvo trekt ca. 12.000 bezoekers per week. Alle andere winkels (dagelijks en niet-dagelijks) en voorzieningen profiteren van de trekkracht van supermarkten. De consument combineert het bezoek aan een supermarkt namelijk vaak met andere zaken. Recent 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 winkels²⁷.

²⁷ Strabo 2010: De veranderende rol van de supermarkt in winkelcentra

Een ander onderzoek²⁸ 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 speciaalzaken in dorps- en wijkcentra.

Effecten op overig Weert

Hoewel het om de verplaatsing van bestaande winkels gaat, kan de realisatie van een winkelcentrum met twee complementaire supermarkten op de beoogde locatie aan de St. Jobstraat naar verwachting wel enige effecten hebben op de supermarkten in het centrum. De effecten op Jumbo en Albert Heijn zullen door hun omvang en ligging beperkt blijven. Jan Linders (Maaspoort) zal waarschijnlijk koopkracht verliezen uit met name Groenewoud, omdat het nieuwe winkelcentrum voor deze inwoners een goed alternatief zal zijn. Mocht deze winkel hierdoor onverhoopt verdwijnen, dan blijven er nog wel voldoende supermarkten in het centrum over. Deze ontwikkeling zou wel negatieve effecten hebben op het functioneren van de Maaspoort als winkelgebied. Door de aanwezigheid van Action blijft het gebied echter wel beschikken over een publiekstrekker en daar kunnen ook de andere winkels van profiteren. De Maaspoort blijft verder ook een belangrijke route naar het centrum met veel passanten.

Winkelcentrum Moesel zal nauwelijks tot geen effecten ondervinden van de nieuwe ontwikkeling vanwege de onderlinge afstand, de aanwezigheid van een grotere Jumbo, het feit dat Aldi momenteel al dichtbij gelegen is en omdat er sprake is van een eigen marktgebied. Ook het westelijke buurtcentrum in Boshoven zal niet in zijn bestaan bedreigd worden (afstand en grotere Jumbo). Niet ondenkbaar is dat de nieuwe ontwikkeling enige koopkracht uit Molenakker gaat trekken, hoewel het centrumaanbod voor de meeste inwoners toch dichtbij is.

²⁸ DTnP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

3.8 Ten slotte

Boodschappencentra moeten voldoen aan enkele randvoorwaarden om succesvol te kunnen opereren. BRO heeft voor het beoogde winkelcentrum eerder enkele randvoorwaarden genoemd, namelijk:

- overzichtelijke indeling;
- compleet dagelijks aanbod (een à twee supermarkten en speciaalzaken);
- ruime, goed toegankelijke en gratis parkeermogelijkheden;
- ruimte voor eventuele toekomstige uitbreidingen;
- zicht vanaf de Ringbaan.

Het planinitiatief voorziet in de bovenstaande randvoorwaarden. De detailhandelsstructuur in Weert-Oost zal aanzienlijk verbeteren. Het centrum vervult als het ware een 'paraplu-functie' voor alle inwoners van de stad en de bezoekers van buiten, omdat het winkelcentrum aan een belangrijke ontsluitingsweg ligt (Ringbaan-Oost). Uiteraard vervult het winkelcentrum primair een wijkverzorgende functie. Per saldo zijn de effecten op de consumentenverzorging en de leefbaarheid positief.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

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

Detailhandel (als activiteit)

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

Supermarkt

Zelfbedieningszaak voor levensmiddelen en persoonlijke verzorging. Doorgaans wordt onderscheid gemaakt tussen een discounter, een winkel met een klein assortiment van goedlopende goederen met relatief weinig service en lage prijzen, en een fullservice supermarkt: een winkel met een ruim en diep assortiment van goederen (A-merken) met een relatief hoog serviceniveau.

Dienstverlening

Het verrichten van arbeid ten behoeve van anderen. Het betreft uitsluitend consumentgerichte dienstverlening dat kan worden beschouwt als verkooppunt.

Horeca

Het verstrekken van logies en-of bereide maaltijden, snacks en dranken aan gasten voor onmiddellijke consumptie.

Dagelijkse artikelen

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

Bestedingspotentieel

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

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

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

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Bijlage 2: Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

4. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
5. 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.
6. 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."

Enkele treden van de Ladder verdienen een nadere toelichting.

Actuele regionale behoefte

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 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.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

Aandacht voor leegstand

Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand; kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat

maat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder.

- ABRS 26 maart 2014 (ECLI:RVS:2014:1101)
“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”
- ABRS 18 september 2013 (201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)
Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.
- ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)
Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).

Vernieuwing en marktruimte

In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit al in navolgende uitspraak naar voren:

- VzABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6, Herontwikkeling De Plu Heerlen)
De voorzitter accepteert hier dat nieuwe ontwikkelingen voor een kwaliteitsimpuls in de voorzieningenstructuur kunnen zorgen die (in het kader van de Ladder) een extra (eigen) behoefte genereert c.q. creëert. Hiertoe dient wel de bestaande leegstand inzichtelijk gemaakt en meegewogen te worden.

