



**Tolbergcentrum
te Roosendaal**
Voorjaar 2015



Opdrachtnummer: 33-2509
Dataverzameling: april 2015
Oplevering: juni 2015

Projectbegeleiding: Jeroen Verwaaijen

Strabo bv
Marktonderzoek en Vastgoedinformatie
Postbus 15710
1001 NE Amsterdam

Bezoekadres:
Herengracht 560
1017 CH Amsterdam
T: 020-6260817
info@strabo.nl
www.strabo.nl

Inhoudsopgave

1. Inleiding en doelstelling	3
2. Ontwikkeling verzorgingsgebied Tolbergcentrum.....	6
3. Belangrijkste trends in de detailhandel	11
4. Koopstromenonderzoek en beoordeling Tolbergcentrum.....	14
5. Aanbod in Roosendaal (kwantitatief)	16
6. Detailhandelbeleid	29
7. Beoogde uitbreiding van Tolbergcentrum	31
8. Marktruimte en branchering.....	33
9. Ladder voor Duurzame Verstedelijking	35
10. Conclusies ten aanzien van de uitbreiding van Tolbergcentrum	40
Bijlage 1: Trends ten aanzien van winkelgebieden.....	44
Bijlage 2: Koopstromenonderzoek	48
Bijlage 3: Brancheringsmogelijkheden Tolbergcentrum	59
Bijlage 4: Benchmarkanalyse wijkwinkelcentra (klein)	63
Bijlage 5: Kooporiëntaties dagelijks	65
Bijlage 6: Marktruimtebenadering drogisterij/parfumeriebranche.....	67
Bijlage 7: Jurisprudentie met betrekking tot de Ladder voor Duurzame Verstedelijking ..	68



1. Inleiding en doelstelling

In opdracht van de heren Gert-Jan Veldkamp en Roderick Lüschen van WP Retail Invest (WPRI) heeft Strabo een effectenanalyse uitgevoerd ten behoeve van de beoogde uitbreiding van Tolbergcentrumcentrum te Roosendaal.

WPRI is als eigenaar betrokken bij de herontwikkeling en uitbreiding van het Tolbergcentrum in Roosendaal. Tolberg is een wijkwinkelcentrum met twee supermarkten (AH en Plus) in de wijk Tolberg.

WPRI wil het huidige winkelcentrum versterken door een uitbreiding van het centrum met 1.600 m² BVO naar ruim 6.450 m² BVO. Het huidige winkelcentrum heeft een BVO van circa 4.850 m² en beschikt over een groot aantal (circa 220) gratis parkeerplaatsen.

Onderzoeksopzet

De uitbreiding van Tolberg dient getoetst te worden aan de Ladder van Duurzame Verstedelijking (LDV).

Kort samengevat is bij de LDV van belang:

- Het aantonen van actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte aan de nieuwe ontwikkeling (eerste trede van de ladder) door middel van een distributieve analyse en een benchmarkanalyse;
- De vraag of de regionale behoefte op te vangen valt binnen het bestaand stedelijk gebied in de regio door de transformatie of herstructurering daarvan (tweede trede van de ladder). Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 1, blijkt dat er 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.
- De gevolgen of effecten op de structuur, leegstand en het woon-, leefklimaat en ondernemersklimaat. Afweging van positieve economische, ruimtelijke en uitstralingseffecten versus de verdringingseffecten (waaronder de relatie uitbreiding Tolberg versus leegstand in de binnenstad van Roosendaal). Er vindt een kwalitatieve en kwantitatieve toets plaats en de vraag wordt beantwoord in hoeverre er sprake is van het risico op structurele leegstand.
- Het aspect van 'duurzame ontwrichting'. Dit betreft de vraag of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen.
- In de toelichting op de wijziging van art 3.1.6. BRO is de wijziging gemotiveerd: "Een zorgvuldige benutting van de beschikbare ruimte voor verschillende functies vraagt om een goede onderbouwing van nut en noodzaak van een nieuwe stedelijke



ruimte vraag en een zorgvuldige ruimtelijke inpassing van de nieuwe ontwikkeling. Daarom voegt artikel II van dit besluit een tweetal nieuwe leden toe aan artikel 3.1.6 van het BRO, op grond waarvan overheden - indien zij een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk willen maken - standaard een aantal stappen dienen te zetten die borgen dat tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging en inpassing van die nieuwe ontwikkeling wordt gekomen.

Deze stappen zijn geen blauwdruk voor een optimale ruimtelijke inpassing van alle nieuwe ontwikkelingen. Dat zou voorbij gaan aan de specifieke lokale omstandigheden, die van invloed zijn op de inpassing van ruimte vragende functies en het regionale maatwerk dat de overheden moeten kunnen leveren. De stappen die worden gevraagd, bewerkstelligen dat de wens om een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk te maken, nadrukkelijk wordt gemotiveerd en afgewogen met oog voor de ontwikkelingsbehoefte van een gebied, maar ook met oog voor de toekomstige ruimtebehoefte, en voor de ontwikkeling van de omgeving waarin het gebied ligt”.

De primaire vraag voor het toepassen van de ladder voor duurzame verstedelijking is te bepalen of een gewenste ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte. Ten aanzien van deze behoefte dient zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve toets plaats te vinden. Daarbij dient tevens een afweging plaats te vinden of de beoogde ontwikkeling niet zal leiden tot structurele leegstand die, uit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening, tot een onaanvaardbare situatie in de regio zal leiden.

[Werkwijze onderzoeksopzet](#)

Omdat er nu concrete plannen liggen voor de uitbreiding en herontwikkeling van het Tolbergcentrum, is er behoefte aan een onderbouwing en een toetsing van het programma conform de ladder van duurzame verstedelijking. Vragen die in dit kader beantwoord dienen te worden zijn:

- Wat zijn de actuele distributieplanologische ontwikkelingsmogelijkheden voor de uitbreiding van het winkelaanbod van Tolbergcentrum? Is er een concrete behoefte aan uitbreiding van het winkelareaal in Roosendaal en Tolberg in het bijzonder? Dit wordt gezien in het perspectief van geheel Roosendaal en de positie van Tolberg daarbinnen. Centraal staat de behoefte van Roosendalers en op welke wijze Tolberg hierin kan voorzien.
- Zijn er alternatieve locaties, buiten een uitbreiding van Tolberg, beschikbaar die kunnen voorzien in die behoefte?
- Leidt een uitbreiding tot een in economisch opzicht duurzaam functionerend winkelcentrum?
- Wat zijn de mogelijke effecten van de herontwikkeling en uitbreiding op de detailhandelsstructuur in Tolberg en de omliggende wijken en de totale detailhandelsstructuur in Roosendaal? Is er structurele leegstand te verwachten (een van de belangrijkste aandachtspunten van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking)

als gevolg van de geplande uitbreiding van Tolbergcentrum met name in de Roosendaalse binnenstad. En indien er mogelijk leegstand op zal treden, tast dit de leefbaarheid van de getroffen kernen/gebieden aan?

- Is er het risico van een duurzame ontwrichting voor voorzieningen in de omgeving?

Leeswijzer

Hoofdstuk twee behandelt de actuele situatie in kwantitatieve zin in Roosendaal en Tolberg in het bijzonder (draagvlak in aantal inwoners, groei woningvoorraad, inkomensniveau).

In hoofdstuk 3 worden de belangrijkste trends in de retail geschetst.

In hoofdstuk 4 worden de resultaten van het onderzoek naar de koopstromen en beoordeling van Tolbergcentrum besproken;

In hoofdstuk 5 wordt een kwantitatieve en kwalitatieve inventarisatie gemaakt van het actueel aanbod in Roosendaal en omgeving.

Hoofdstuk 6 schetst de belangrijkste contouren van het Roosendaalse detailhandelsbeleid en de implicaties voor Tolbergcentrum;

Hoofdstuk 7 gaat in op de invulling van de uitbreiding van Tolbergcentrum. De marktruimte voor en effecten van de uitbreiding komen in hoofdstuk 8 aan bod.

Hoofdstuk 9 behandelt de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Tenslotte worden in hoofdstuk 10 conclusies en aanbevelingen aan bod.



2. Ontwikkeling verzorgingsgebied Tolbergcentrum

In dit hoofdstuk wordt in beeld gebracht wat de socio-demografische ontwikkeling van het verzorgingsgebied (groei bevolking, aantal huishoudens, vergroening/vergrijzing), de ontwikkeling van de woningvoorraad voor geheel Roosendaal en de omliggende kernen. Specifieke aandacht gaat uit naar de wijken in Roosendaal-Zuid.

Het hoofdstuk wordt afgesloten met een karakterisering van het primaire en secundaire verzorgingsgebied van Tolberg.

Beschrijving draagvlak Roosendaal

Roosendaal telt anno 2015 76.862 inwoners. Roosendaal vertoont de afgelopen 5 jaar een kleine daling van het aantal inwoners. Gemiddeld 140 per jaar ofwel 0,2%. Dat heeft vooral te maken met een stagnatie van de woningbouw in combinatie met gezinsverdunding. Voor de toekomst wordt weer een groei van zowel de bevolking als de woningvoorraad voorzien.

Tabel 1: Roosendaal 2014-2030 prognose¹

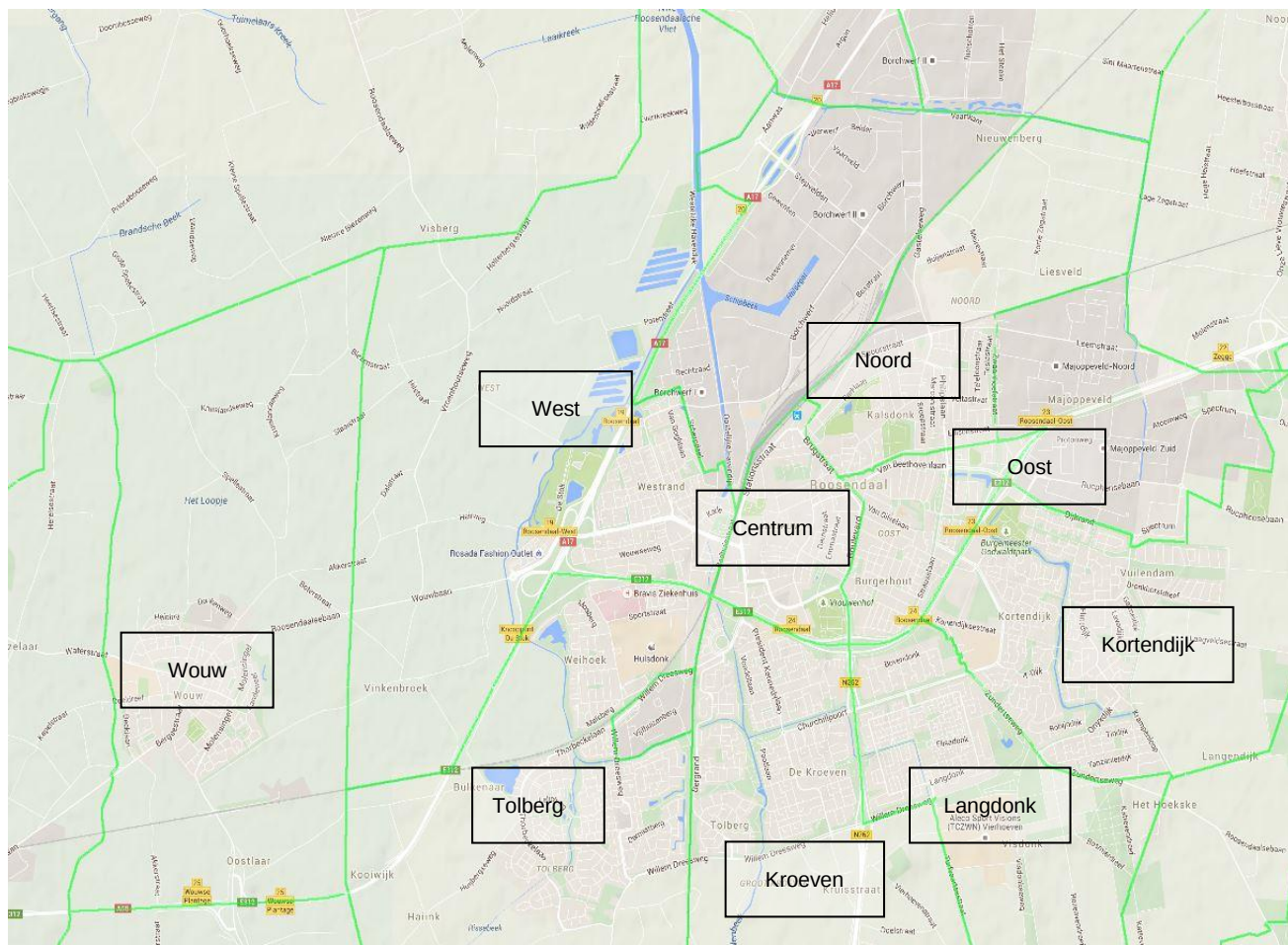
	woningvoorraad	inwoners
2014	33.490	77.000
2020	35.545	77.970
2025	36.700	78.630
2030	37.430	79.075

Inwoners naar wijk

De gemeente Roosendaal bestaat uit 8 wijken in de stad Roosendaal en een aantal omliggende kernen die tot de gemeente behoren.

De wijk Tolberg heeft het hoogste inwonertal en een met Kroeven/Minnebeek vergelijkbaar huishoudenaantal. 48% van de huishoudens en 51 % van de inwoners woont in Roosendaal-Zuid

¹ Bron: De bevolkings- en woningbehoefteprognose Noord-Brabant, actualisering 2014¹ (vastgesteld okt. 2014)



Tabel 2: inwonertal en huishoudens per wijk (2013)

	Particuliere		gwb
	Inwoners totaal (2013) [inwoners]	huishoudens totaal (2013) [huishoudens]	
0 Centrum	5769	3476	1,66
1 Oost	5725	2876	1,99
2 Noord	7501	3413	2,20
3 West	6767	3516	1,92
4-7 Zuid	39546	16847	2,35
4a Kroeven	6712	3060	2,19
4b Minnebeek-De Krogten	4240	1974	2,15
5 Langdonk	4847	2150	2,25
6 Kortendijk	11360	4725	2,40
7 Tolberg	12387	4938	2,51
8 Industriegebieden	625	252	2,48
Buitengebied Roosendaal	1150	486	2,37
10 Nispen	1612	694	2,32
11 Wouw	4876	2056	2,37
12 Heerle	1828	837	2,18
13 Moerstraten	619	245	2,53
14 Wouwse Plantage	1157	514	2,25
Totaal	77175	35212	2,19

Als primair verzorgingsgebied van Tolbergcentrum kan de wijk Tolberg beschouwd worden. Minnebeek-de Krogten en Nispen zijn op basis van ligging en winkelaanbod als het secundair verzorgingsgebied te beschouwen (zie toelichting pagina 10). In totaal bevatten primair en secundair verzorgingsgebied tezamen 7.606 huishoudens en 18.239 inwoners.

Ontwikkeling woningvoorraad

De woningbouwprogrammering van 2012 is de meest recente bron van informatie met betrekking tot de uitbreiding van de woningvoorraad.

Door de crisis in de woningmarkt hebben echter veel projecten vertraging opgelopen.

De meest relevante projecten zijn:

- Stadsoevers (noord): oorspronkelijke plan was herontwikkeling industrieterrein naar 890 woningen met als initiatiefnemers Proper Stok en BPD. Gemeente gaat nu zelf gefaseerd ontwikkelen. Exacte aantal woningen en fasering is niet bekend. Kans dat hier een 400-600 woningen ontwikkeld worden is zeer groot. Verplaatsing van het stadskantoor naar deze locatie is zeer onzeker geworden.
- Bloemschevaert(Kortendijk): vervanging van bestaande aanleunwoningen, gericht op senioren en zorg.
- Groot Kroeven: sloop nieuwbouw van corporatie Allee Wonen, per saldo beperkte toename van woningvoorraad (+40).



- Belangrijkste nieuwbouwlocatie is 't Zand (130 woningen) in Langdonk. Grondgebonden woningen voor gezinshuishoudens.
- Daarnaast zijn er nog wat kleine inbreidingsprojecten.
- In de wijk Tolberg vindt geen woningbouw plaats.

Conclusie is dat de ontwikkelingen in de woningvoorraad geen gevolgen hebben voor het draagvlak voor Tolbergcentrum.

Socio-economisch profiel van Tolberg en overige gebieden

Tabel 3: Socio-economische typering van de bevolking in Tolberg en secundair verzorgingsgebied

		Overig stad					
			Kroeven/ Donken	Roosen daal	Kernen	Gemeente	
		Tolberg				Roosendaal	NL
Leeftijd hfd hh	<35	10%	15%	18%	8%	15%	19%
	35-55	52%	36%	37%	38%	39%	39%
	55+	38%	49%	45%	54%	46%	43%
Hh sam	1-pers hh	22%	32%	37%	25%	33%	37%
	2-pers hh	34%	39%	34%	39%	36%	33%
	3 of meer	44%	29%	28%	36%	31%	30%
Inkomen	Beneden modaal	8%	28%	29%	13%	24%	27%
	Modaal	9%	21%	19%	20%	18%	18%
	1,5 keer modaal	13%	18%	15%	14%	15%	14%
	2 keer modaal	17%	17%	14%	8%	14%	14%
	Meer dan 2 keer modaal	53%	15%	23%	45%	28%	28%
Werkenden	full time werkend	68%	39%	44%	53%	47%	48%
Autobezit	autobezit	92%	76%	75%	83%	79%	72%
	auto's per hh	1,18	0,92	0,92	1,09	0,97	0,9
Woningbezit	% koopwoningen	80%	54%	60%	77%	63%	57%

Bron: Experian Consumerview 2015

Roosendaal als geheel wijkt qua sociaal-economisch profiel nauwelijks af van het Nederlands gemiddelde. Binnen Roosendaal zijn echter grote verschillen

- Tolberg wordt gekenmerkt door: veel gezinnen, hoog inkomen, hoog eigen woning- en autobezit.
- De dorpen rond de stad Roosendaal hebben een profiel wat sterk overeenkomt met Tolberg, maar met een wat vergrijzende bevolking.
- Het primaire (Tolberg) en secundaire verzorgingsgebied (kernen en deel van de Kroeven) onderscheidt zich in positieve zin van Roosendaal, qua bestedingspotentieel.



Karakterisering verzorgingsgebied

Tolberg is een bijzondere wijk. Dat blijkt enerzijds uit het socio-economisch profiel, waarbij deze wijk zich onderscheidt van de overige wijken. Een aantrekkelijk woonmilieu met ruime grondgebonden koopwoningen.

Dominante Mosaic-groepen in Tolberg zijn Kind en Carrière, Modale Koopgezinnen, Vrijheid en Ruimte en Gouden Rand. Dit zijn allemaal modale of bovenmodale gezinshuishoudens of empty nesters. Zeer koopkrachtig dus. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld Kortendijk of de Kroeven.

Een ander aspect is de ligging. Tolberg ligt in het zuid-westelijke puntje van Roosendaal. De afstand tot het centrum van Roosendaal is daardoor groter dan voor andere wijken. Er zijn ook een aantal fysieke barrières die het 'isolement' versterken. Ten noorden van de wijk de A58 en de spoorlijn richting Bergen op Zoom die de wijk doorsnijdt. Ten oosten van de wijk (scheiding tussen de Krogten en Kroeven) de treinverbinding naar Antwerpen. Het spoor, en de beperkte oversteekmogelijkheden, leiden ertoe dat de Tolbergers sterker georiënteerd zijn op Tolbergcentrum en minder op andere centra. Voor bewoners van Wouw en Nispen is Tolbergcentrum het dichtstbij gelegen alternatief voor het eigen winkelapparaat.

Binnen Tolberg is er ook een tweedeling tussen de Weihoek (buurt ten noorden van de spoorlijn) en overig Tolberg. Voor de Weihoek geldt dat de Rembrandtgalerij of het centrum van Roosendaal qua bereikbaarheid goede alternatieven zijn.

In de Kroeven ligt de buurt Minnebeek relatief ongunstig ten opzichte van het winkelgebied op de Kennedylaan. Er zijn geen dwarsverbindingen en met de auto moet je omrijden. Het reistijdverschil met Tolbergcentrum is dan gering. Tolbergcentrum is vanuit dat opzicht een goed alternatief. Voor de buurt de Krogten geldt ook dat Tolbergcentrum naar verhouding zeer goed bereikbaar is. Dit ondanks de barrière van de spoorlijn.

Door de gunstige ligging en relatieve bereikbaarheid van Tolbergcentrum strekt het verzorgingsgebied van het winkelcentrum zich verder uit dan de eigen wijk, die op zich al veel potentieel biedt.



3. Belangrijkste trends in de detailhandel

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste trends in de detailhandel kort samengevat. Zie voor een volledig overzicht Bijlage 1.

De detailhandel is aan grote veranderingen onderhevig. Omzetten zijn de afgelopen jaren onder druk komen te staan, leegstand is toegenomen. Een deel van de oorzaken zijn van structurele en een deel van conjuncturele aard. Daarnaast zijn er grote regionale verschillen (waarbij vergrijzing een grote rol speelt) en verschillen per type locatie en winkelgebied (kleinere binnensteden, stadsdeelcentra en woonboulevards zijn de verliezers, buurt- en wijkcentra weten zich goed te handhaven)

De economische recessie veroorzaakte een druk op de consumptieve bestedingen door een mix van een daling van de koopkracht, baanonzekerheid vermogensverlies, extra aflossing op hypotheeklen voor onder water staande woningen. Daling van volumes in combinatie met prijsdaling zorgde voor omzetverlies voor ondernemers. De niet-dagelijkse sector is het zwaarst getroffen, met mode en woninginrichting voorop.

Tegelijkertijd was er de doorbraak van het online aankoopkanaal. Over het aandeel online bestedingen bestaat veel verwarring. Schattingen liepen uiteen van 20-30% van de detailhandelomzet.

Op 16 maart 2015 is een persbericht gepubliceerd door Thuiswinkel.org. Hierbij is een nauwkeurige vergelijking gemaakt tussen de online bestedingen aan consumentenproducten en de totale bestedingen aan consumentenproducten (bronnen o.a.: CBS & GfK). Het percentage online bestedingen bedraagt op basis van deze gegevens 7,6%. Er zijn op dit moment beperkt gegevens beschikbaar over de verschillen per productgroep. In de foodsector ligt het aandeel online bestedingen slechts op 2,5%, productgroepen waarbij een bovengemiddeld hoog aandeel bestedingen online wordt gedaan zijn bijvoorbeeld media en consumenten-elektronica.

De stagnatie voorbij

Nederland is nu officieel uit de economische recessie. De economie groeit, de woningbouw begint aan te trekken en de werkgelegenheid stijgt. De vooruitzichten voor de komende jaren zijn goed. Het consumentenvertrouwen ligt weer op het niveau van 2007. Het ING Economisch bureau verwacht een omzetstijging in de detailhandel van 1,3% in 2015.

Belang kwaliteit van winkelgebieden neemt verder toegenomen

Consumenten zijn kritisch met betrekking tot de kwaliteit van winkels en winkelgebieden. Dit hangt samen met het feit dat mensen tegenwoordig mobiel zijn en daardoor doorgaans de keuzemogelijkheid hebben tussen diverse winkelgebieden. Hierdoor is het voor winkelgebieden buitengewoon belangrijk om de consument kwaliteit

te bieden in de breedste zin van het woord. Voor de dagelijkse sector is het van belang dat de bereikbaarheid, het aanbod (volledigheid) en het serviceniveau/gemak optimaal in orde zijn.

Voor winkelgebieden geldt dat zij steeds meer zullen moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.

Schaalvergroting

Binnen de detailhandel in zijn geheel is er al jaren sprake van schaalvergroting. De gemiddelde oppervlakte van winkels neemt elk jaar toe en dit geldt in het bijzonder voor supermarkten. De consument verwacht een steeds ruimer en completer aanbod en ondernemers geven steeds meer aandacht aan de presentatie van producten en inrichting en uitstraling van de winkels (denk aan brede gangpaden, ruime uitstalling van producten).

Branchevervaging

Winkels verkopen steeds meer branchevreemd aanbod: supermarkten verkopen computers en huishoudelijke artikelen, bouwmarkten verkopen (tuin)meubels, drogisterijen worden meer warenhuizen et cetera. Een goed voorbeeld van een winkel die nauwelijks meer in een branche is in te delen, is Action. Slechts 35% van het aanbod is vast, de overige 65% bestaat uit wisselend aanbod. Een verdergaande vorm van branchevervaging bestaat uit (nieuwe) combinaties van detailhandel, diensten-ambacht en/of horeca in één ruimte, waaronder de shop-in-shop-concepten.

Zelfstandige ondernemers/versspeciaalzaken verliezen marktaandeel

Zelfstandige winkeliers moeten alles uit de kast halen om de positie ten opzichte van grote winkel(ketens) te behouden. De zojuist beschreven schaalvergroting in combinatie met de veel ruimere investeringsmogelijkheden leiden ertoe dat ketenbedrijven (lees in dit geval: supermarkten) een steeds steviger positie binnen de foodbranche innemen. Ook vergrijzing binnen het zelfstandige ondernemersbestand zorgt voor afname van het aantal zelfstandige winkeliers. Het ontbreken van opvolging leidt tot sluiting van winkels. Binnen de foodbranche gaat het hier vooral om de versspeciaalzaken, hier zijn nog zelfstandige ondernemers actief. De autonome trend van afname van het aantal versspeciaalzaken is de ene kant van het verhaal. De andere kant is dat er weldegelijk ruimte bestaat voor speciaalzaken: goede ondernemers op goede locaties zullen blijven bestaan náást supermarkten. Dit kan wanneer speciaalzaken zich verder gaan onderscheiden van de supermarkten met directe consumptie en afhaalfuncties, catering e.d. of dat speciaalzaken elkaar opzoeken in een versconcentratie in een voldoende groot verzorgingsgebied.

Prijsbewuste consument en afname winkeltrouw

De consument anno 2015 is zeer prijsbewust. Men kan zich tegenwoordig steeds beter informeren over de actuele prijzen en aanbiedingen (advertenties, websites, social media) en is daartoe ook over het algemeen zeer gemotiveerd gezien de economische omstandigheden de afgelopen jaren. Het gevolg is onder andere dat de consument steeds minder vasthoudend is aan één winkel of supermarkt en aanzienlijk vaker wisselt op basis van prijs en/of aanbiedingen (logischerwijs in combinatie met assortiment en de kwaliteit van de betreffende winkel).



4. Koopstromenonderzoek en beoordeling Tolbergcentrum

Zoals reeds vermeld is de consument is kritisch en veeleisend. De eisen die aan winkelgebieden gesteld worden in termen van aanbod, compleetheid, bereikbaarheid en comfort liggen steeds hoger. De consument is mobiel en is geneigd – indien niet voldoende bediend – uit te wijken naar andere winkelgebieden of het online kanaal. Vooral voor de niet-dagelijkse boodschappen.

Winkelgebieden moeten zich daarom aan kunnen passen aan de wensen van de nieuwe consument. De trend naar verdere schaalvergroting en een compact, qua branchering goed op elkaar afgestemd aanbod is dan ook een logische ontwikkeling.

Uitblijvende modernisering van winkelgebieden kan de verzorgingsfunctie onder druk zetten.

Onderzocht is in hoeverre een modernisering van Tolbergcentrum vanuit het perspectief van de bezoekers en op basis van algemene trends gewenst en/of noodzakelijk is. Gestaafd en aangevuld met gegevens uit een door Strabo uitgevoerd koopstromenonderzoek en desk research.

In verband met het ontbreken van recente koopstroomgegevens heeft Strabo zelf een koopstroomonderzoek uitgevoerd. Daaruit is duidelijk geworden wat de huidige binding en afvloeiing is naar de verschillende winkelgebieden en is de lokale omzet bepaald. Deze data zijn gebruikt voor het beantwoorden van vragen voorkomend uit de Ladder voor Duurzame verstedelijking. In Roosendaal-Zuid zijn extra enquêtes afgenomen om beter zicht te krijgen in op het functioneren van de verschillende buurtwinkelcentra, de onderlinge koopstromen. Dit maakte het mogelijk om de impact van een uitbreiding van Tolbergcentrum op deze centra te kwantificeren.

Belangrijkste resultaten van het koopstromenonderzoek zijn:

Dagelijkse sector

- Hoge binding aan de eigen winkelvoorzieningen op het niveau van Roosendaal (98%).
- Hoge binding aan het eigen winkelcentrum in Tolberg (81%).
- Afvloeiing (5%) vanuit Tolberg naar de Kroeven (Lidl en Agrimarkt) en het centrum van Roosendaal (9%, met name voor drogisterij/parfumerie (51%).
- Substantiële koopkrachttoevloeiing naar Tolberg vanuit Kroeven/Langdonk (14%) en uit Wouw en Nispen. Vanuit ander wijken is deze marginaal.
- De binding aan Tolbergcentrum ligt voor food op zeer hoog niveau (82-85%).
- Voor drogisterijartikelen is de binding lager (46%) en de afvloeiing naar centrum van Roosendaal (51 %) hoog.



Algemeen beeld is dat in vergelijking met Kroeven/Langdonk de afvloeiing van het centrum vanuit Tolberg veel lager ligt. Er is een sterke oriëntatie op het eigen winkelgebied. Dit kan door kwaliteit van aanbod en de ligging ten opzichte van het centrum verklaard worden.

Supermarkt oriëntatie

- Sterke oriëntatie op de eigen supermarkten in Tolberg. 90 % van de Tolbergers bezoekt de Albert Heijn en/of de Plus. Slechts 10% bezoekt uitsluitend andere supermarkten, bijvoorbeeld de Lidl of Aldi.
- Positie van de Lidl is sterk. Een derde van de Tolbergers bezoekt de Lidl, vaak als 2^e of 3^e supermarkt. In Kroeven/Langdonk 48%.
- Ook de Aldi (boulevard) heeft klanten in Tolberg (13%).
- Andere Plus- of AH-vestigingen worden nauwelijks bezocht door Tolbergers.
- De Jumbo trekt redelijk wat klanten verdeeld over de drie vestigingen in Roosendaal.

Niet-Dagelijkse sector

- Tolberg heeft een bescheiden positie met name op het gebied van frequent benodigd niet-dagelijkse goederen zoals bloemen (80%), dibevo 53% (zal nu lager komen te liggen door het recente vertrek van de dierenzaak uit Tolberg) en boeken tijdschriften (40%) en huishoudelijke en cadeauartikelen (28%).
- Toevloeiing uitsluitend uit de Kroeven/Langdonk.
- Concurrentie komt van de binnenstad van Roosendaal

Overige aspecten

- Bekendheid Tolbergcentrum hoog, ook buiten de eigen wijk.
- Bezoekfrequentie: hoog onder bewoners Tolberg (2,7 bezoeken per week), voor overige wijken aanzienlijk lagere frequentie;
- Voor 89% Tolbergers is Tolbergcentrum het favoriete winkelcentrum, en 20% van de bewoners van Kroeven/Langdonk en de omliggende dorpen;
- Afstand en gratis en gemakkelijk parkeren belangrijkste reden voor keuze Tolbergcentrum;
- Matige waardering in vergelijking met gemiddelde wijkcentra, met name op sfeer en keuzemogelijkheden. Parkeren en bereikbaarheid krijgen hoogste score.
- Gemiste winkels: discount supermarkt, tweede drogist (met name een Kruidvat), groenteboer, Dibevo (goede), kleding en een fietsenwinkel.
- Overige suggesties: naast versterken van het aanbod, meer sfeer brengen in het winkelcentrum, onderhoud overkapping, renoveren en opknappen.

Zie voor de volledige resultaten van het koopstromenonderzoek Bijlage 2.



5. Aanbod in Roosendaal (kwantitatief)

De aanbod data zijn geleverd door Locatus. Het betreft de meest recente opname (mei 2015).

Allereerst zal het aanbod op het niveau van Roosendaal bekeken, daarna wordt het aanbod van de individuele centra in kaart gebracht.

Beschrijving aanbod Roosendaal kwantitatief

Tabel 4: Aanbod Roosendaal versus Nederland

Roosendaal	vkp	WVO	NL	NL per 1000 inw	Roosendaal per 1000 inw	verschil
dagelijks	130	26.091	5.542.000	329	338	+3%
mode en luxe	197	45.767	6.020.000	358	593	+66%
vrije tijd	44	11.310	1.580.000	94	147	+56%
in om het huis	124	62.363	13.073.000	777	808	+4%
overig	26	8.263	826.921	49	107	+118%
totaal	521	153.794	27.041.921	1607	1992	+24%

Bron Locatus Retailverkenner en Locatus Retailfacts 2015

Conclusies ten aanzien van het aanbod:

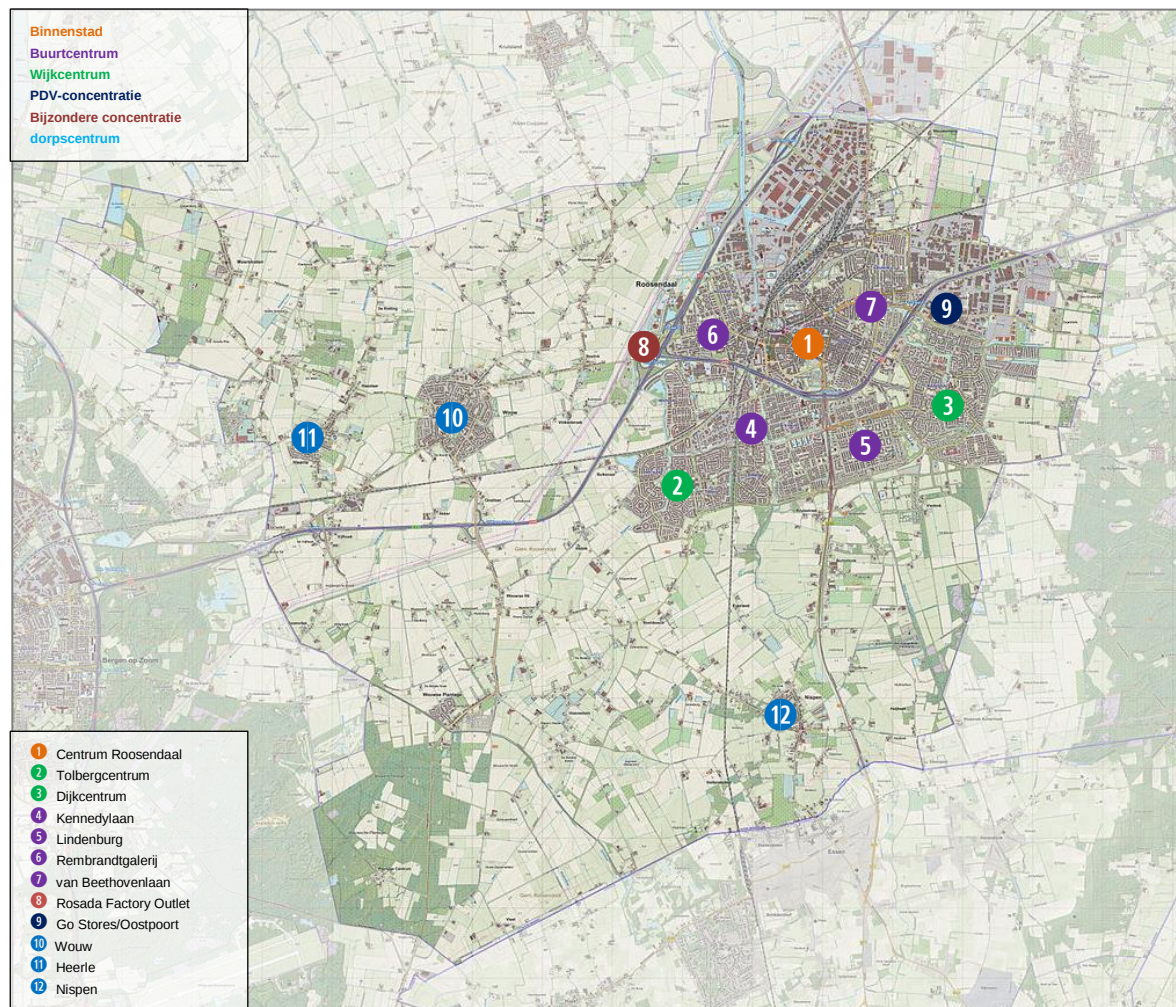
- In de dagelijkse sector is het aanbod in lijn met het Nederlands gemiddelde.
- Roosendaal heeft bijzonder veel m2 winkelvloeroppervlak ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Het surplus zit in de niet-dagelijkse sector, met name mode en luxe (in absolute zin) en in vrije tijd en overig (relatief) .
- Het beeld in mode en luxe wordt sterk beïnvloed door Rosada (9.933 m2). Het aanbod wordt op korte termijn nog verder uitgebreid met de komst van nog eens 45 winkels en 7.000 m2.

Tabel 5: Aanbod Roosendaal naar type voorziening

	Metrage Roosendaal	Vkp Roosendaal	Metrage NL	Vkp NL
Buurtcentrum	0,8%	1,4%		
Supermarktcentrum	0,4%	0,5%		
Wijkcentrum klein	9,0%	13,1%		
<i>Totaal ondersteunend</i>	<i>10,2%</i>	<i>15,0%</i>	<i>15,7%</i>	<i>22,1</i>
Kernverzorgend centrum klein	1,8%	3,7%		
Hoofdwinkelgebied groot	39,2%	49,9%		
<i>Totaal centrale winkelgebieden</i>	<i>41,0%</i>	<i>53,6%</i>	<i>37,3%</i>	<i>53,4%</i>
Speciaal Winkelgebied	6,4%	9,6%	0,4%	0,5%
Grootschalige concentratie	15,7%	3,7%	15,6%	3,1%
Verspreide bewinkeling	26,7%	18,1%	31,1%	20,9%
Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ten aanzien van het aanbod kunnen de volgende conclusies getrokken worden

- Opbouw van het winkelapparaat is atypisch: een omvangrijk centrum met veel meters en zeer veel leegstand (19%, landelijk 7%);
- Beperkt aantal planmatige wijkwinkelcentra die allen behoren tot het type wijkcentrum klein (inclusief buurtcentrum). Er is geen wijkcentrum groot;
- Veel verspreide bewinkeling, zowel qua metrage (27%) als verkooppunten (18%) maar conform landelijk gemiddelde;
- Rosada (speciaal winkelgebied) neemt 6% van totale metrage en 9% van de verkooppunten in beslag. Landelijk ligt dit op 0,5%.
- Exclusief Rosada is er ook sprake van een relatief groot centraal winkelgebied en beperkt aanbod ondersteunende winkelgebieden.



Tabel 6: Aanbod Roosendaal

	dagelijks			niet-dagelijks			totaal			Leeg-stand		
	vkp	m2	%	vkp	m2	%	units	m2	%	units	m2	%
Tolberg	8	2.880	11,1%	5	633	0,5%	13	3.513	2,3%	1	94	0,3%
Kroeven	10	2.530	9,7%	4	420	0,3%	14	2.770	1,8%	1	200	0,7%
Lindenburg	6	1.786	6,9%	4	611	0,5%	10	2.397	1,6%	1	50	0,2%
Dijkcentrum/Kortendijk	6	2.113	8,1%	13	1.681	1,3%	19	3.794	2,5%	3	319	1,0%
Roosendaal Zuid	30	9.309	35,7%	26	3.345	2,6%	56	12.474	8,2%	6	663	2,2%
Centrum (oud/nw)	44	7.115	27,3%	183	42.641	33,4%	227	49.756	32,8%	78	15.914	51,9%
Rembrandtgalerij	7	1.038	4,0%	3	478	0,4%	10	1.516	1,0%	1	100	0,3%
overig Roosendaal	29	6.393	24,5%	50	19.073	14,9%	78	23.966	15,8%	21	2.043	6,7%
Borchwerf	0		0,0%	13	9.189	7,2%	13	9.189	6,1%	5	6.622	21,6%
Majoppeveld (Oostpoort/Go Stores)	0		0,0%	31	36.537	28,6%	31	36.537	24,1%	5	3.951	12,9%
Rosada	3	237	0,9%	57	11.216	8,8%	60	11.453	7,5%	4	680	2,2%
Overig Roosendaal	83	14.783	56,7%	337	119.134	93,3%	419	132.417	87,2%	114	29.310	95,5%
Heerle	3	292	1,1%	5	642	0,5%	8	934	0,6%	0	0	0,0%
Moerstraten	1	45	0,2%	1	30	0,0%	2	75	0,0%	0	0	0,0%
Nispen	3	292	1,1%	3	370	0,3%	5	413	0,3%	0	0	0,0%
Wouw	10	1.339	5,1%	19	4.182	3,3%	29	5.521	3,6%	5	712	2,3%
Kernen	17	1.968	7,6%	28	5.224	4,1%	44	6.943	4,6%	5	712	2,3%
Totaal	130	26.060	100%	389	127.703	100%	519	151.834	100%	125	30.685	100%

Bron Locatus, mei 2015

- Roosendaal ten zuiden van de E312 lijkt onderbewinkeld: met 9.129 m2 WVO is dat gemiddeld 0,23 m2 WVO aan dagelijks per inwoner, tegen 0,45 m2 WVO aan dagelijks in de rest van Roosendaal.
- Ook het supermarktaanbod is beperkt in Roosendaal-Zuid, 7.481 m2 ofwel 0,19 m2 per inwoner, landelijk ligt dit op 0,23 m2 per inwoner en in Roosendaal als geheel op 0,22 m2 per inwoner.
- Verder zijn er veel kleine buurtwinkelcentra met zeer beperkte keuze, ook op gebied van frequent benodigd dagelijks.
- Het zijn veelal technisch en functioneel verouderde winkelcentra met naar huidige standaarden kleine supermarkten.



Beschrijving aanbod in Roosendaal Zuid

In het navolgende wordt een analyse gemaakt van de detailhandelvoorzieningen in Roosendaal Zuid. Allereerst wordt ingezoomd op Tolbergcentrum.

Beschrijving Tolbergcentrum

Tabel 7: Huidige branchering Tolberg²

Naam	Groep	Branche	WVO	BVO
Antens	Dagelijks	slagerij	48	102
De Rooy	Dagelijks	Bakker	68	107
Albert Heijn	Dagelijks	Supermarkt	1.146	1.501
Plus	Dagelijks	Supermarkt	1.224	1.573
Frans Horsten	Dagelijks	Drogist	165	194
Gall & Gall	Dagelijks	Slijter	73	105
De Kaasgraaf	Dagelijks	Kaas	45	73
Josha	Mode & Luxe	Damesmode	126	146
Marskramer	Mode & Luxe	Huishoud Art	245	293
Blz.Tolberg	Vrije Tijd	Boek&Kantoor	117	141
Peet's Bloemenshop	In/Om Huis	Bloem/Plant	85	146
Totaal winkels			3.342	4.381
Plaza	Horeca	snackbar		213
Sonja	Diensten	kapsalon		98
Leegstand	Leegstand	Langdurig	94	94
Leegstand	Leegstand	Aanvang/Frictie	60	60
Totaal (inclusief leegstand)			3.496	4.846

Het winkelcentrum Tolbergcentrum heeft een metrage van 3.342 m² WVO, waarvan 71% door de beide supermarkten (Plus (in 2014 met 400 m² uitgebreid) en Albert Heijn), in beslag genomen wordt. Het overig aanbod bestaat in de dagelijkse sector uit drie versspecialzaken (bakker, slager en kaasboer), een slijterij (Gall&Gall) en een zelfstandige drogisterij/parfumerie (Horsten, Uw Eigen drogist).

Het niet-dagelijkse aanbod bestaat uit een Marskramer (huishoudelijke artikelen en beperkt assortiment speelgoed), Blz Tolberg Boek-en kantoorboekhandel en tevens DHL service center, een zelfstandige damesmodezaak en een bloemist. Daarnaast is er een kapsalon en een snackbar in Tolberg gevestigd.

Buiten het winkelcentrum, direct aan het parkeerterrein, is een apotheek gevestigd die voorheen in het winkelcentrum was gesitueerd met een WVO van 111 m².

² Opname Locatus november 2014

Het aanbod is sterk gericht op de dagelijkse boodschappen aangevuld met vooral hoog frequent benodigd niet-dagelijks aanbod.

Recent was er ook een dierenspeciaalzaak gevestigd Pets en Co/Gabber. De leegstand is toe te schrijven aan het vertrek van deze winkel die twee units achterliet. Reden van vertrek was volgens de eigenaar het uitstel van de uitbreiding van Tolberg.

Voor een modern wijkcentrum is het aanbod van Tolberg beperkt te noemen. het versaanbod is niet compleet en in het niet-dagelijks aanbod ontbreken een aantal branches die in een modern wijkwinkelcentrum thuis horen.

- Het winkelcentrum is centraal gelegen in de wijk en wordt voor het autoverkeer goed ontsloten door de Willem Dreesweg. De zichtbaarheid van het winkelcentrum is ook goed. Het winkelcentrum is naar binnen gekeerd, waardoor er veel dode gevels zijn.
- De entrees zijn gedateerd en weinig uitnodigend. Verder valt op dat er geen heldere naamsaanduiding van het winkelcentrum is. Alleen de individuele winkeliers presenteren zich aan de buitenzijde.
- Aan drie zijden van het winkelcentrum liggen parkeerplaatsen, waardoor er ook een goede spreiding plaatsvindt van het winkelend publiek over het winkelcentrum. De inrichting van het parkeerterrein laat echter wel te wensen over, zowel qua sfeer als kwaliteit van de bestrating.
- Het winkelcentrum is vrijwel volledig overkapt, maar is aan een zijde open, wat het een enigszins vervreemdend effect heeft.
- De layout van het winkelcentrum is bijzonder. Twee haaks op elkaar staande passages met in de ene passage het versaanbod en de drogisterij en op de kop de Albert Heijn, en in de ander de Plus, Marskramer en Blz. Het is een compact winkelcentrum.
- De hoge, open kap aan de pleinkant maakt het winkelcentrum weerafhankelijk en draagt niet bij aan winkelcomfort en de sfeer. Mede door het ontbreken van een duidelijke ontmoetingsfunctie van de openbare ruimte hier die niet wordt ondersteund door aanwezige voorzieningen in de omringende bebouwing, behalve als JOB/hangplek voor jongeren.
- Naast het winkelcentrum ligt wijkcentrum Bergspil, met daaraan verbonden een gymzaal.



Beoordeling concurrerende centra

Kennedylaan/Kroevencentrum



Kennedylaan/Kroevencentrum: buurtcentrum in Kroeven Noordoost, negen verkooppunten en metrage van 1483 m² WVO waarvan 888 m² van de Lidl. Aangevuld met een bakker, agf-speciaalzaak, drogist en in niet-dagelijkse segment een dibevo-zaak en kleine fietsenwinkel. Het is een kleine eenzijdig bewinkelde jaren vijftig winkelstrip met bovenliggende woningen met aan de voorzijde gratis parkeren. Lidl is recent uitgebreid en draait bovengemiddeld goed op deze locatie. Trekt ook heel veel klanten uit andere wijken. Een klantenherkomstonderzoek van Strabo (2015) wees uit dat 70% van de omzet van de Lidl van buiten Kroeven komt. De winkel realiseert daardoor een bovengemiddelde vloerproductiviteit. Weerbaarheid van deze strip die volledig afhankelijk is van het functioneren van deze supermarkt, is dus bijzonder groot. Verdere uitbreiding van het winkelareaal op deze locatie is niet mogelijk.



In de wijk (Kroevenlaan) ligt verder nog een zeer gedateerde, kleine winkelstrip met een bakker, tabak/lectuur zaak en een verf/behangwinkel van in totaal 292 m². Het aanbod is gering en de winkels zijn klein. De kwetsbaarheid van dit gebied werd al in de Detailhandelnota van 2007 onderkend.



Op de Streuvelslaan, verscholen in de wijk, is een modern ingerichte solitaire Agrimarkt gevestigd met in pandig een kleine slijterij. Agrimarkt heeft in delen van het seizoen een functie als tuincentrum

Lindenburg



Lindenburg: wijkcentrum klein in wijk Langdonk-Oost van 2.400 m² WVO met 10 verkooppunten, waarvan 1.350 m² WVO door de Jumbo in beslag genomen wordt (voorheen C1000). Dagelijks aanbod bestaat uit een bakker, slager, slijterij en drogist. Verder een Blz en Marskramer, computerwinkel en bloemenzaak. Qua niet-supermarkt aanbod dupliceert Lindenburg Tolbergcentrum, met dezelfde formules (Blz en Marskramer). Lindenburg is enige jaren geleden gerenoveerd, volledig overdekt en heeft naar Roosendaalse begrippen een zeer goede uitstraling. Verder ruim voldoende gratis parkeren direct naast het winkelcentrum.

Dijkcentrum



Dijkcentrum: wijkcentrum klein in de wijk Kortendijk met 21 verkooppunten, waarvan 3 panden leegstand kennen. Twee supermarkten (Plus en Aldi) en een beperkt flankerend versaanbod (bakker en toko) en drogist (Kruidvat). In het niet-dagelijks aanbod is het modisch segment opvallend sterk (4 kledingzaken, schoenenzaak en een Zeeman).



Het Dijkcentrum is deels open en deels overdekt en oogt zeer gedateerd. Ook ontbreekt een logische routing en laat de zichtbaarheid van een aantal winkels te wensen over.

Overig Roosendaal



In Roosendaal Centrum (Albert Heijn) en direct aan de rand (Boulevard en van Beethovenlaan) is het dagelijks aanbod groot. Met name de twee solitaire supermarkten aan de van Beethovenlaan, waarvan de Jumbo nog verder vergroot wordt, zorgen voor een bijzondere spreiding van supermarkten.

Wouw en Nispen



Het dorp Wouw heeft een volwaardig winkelgebied voor de dagelijkse boodschappen met een compleet en compact versaanbod, drogisterij en de tot Jumbo omgebouwde C1000. Daarnaast ook nog een aantal speciaalzaken zoals een witgoedzaak, twee fietsenwinkels (waarvan één groot Bike Totaal), woninginrichting (Baderie), optiek, mode en dibevo. In totaal 5.600 m2 WVO voor 4.900 inwoners waar (op basis van kengetallen van Locatus) een metrage van 4400 m2 verwacht zou mogen worden.

Nispen beschikt over een solitaire kleine, verouderde buurtsuper (Attent) waar ook beperkt non-food verkocht wordt (o.a. lingerie). In het dorp is ook een slager, bakker en bloemist te vinden.

In Heerle (tuinspecialist) en Wouwse Plantage (slager) is geen aanbod van betekenis.

Roosendaal-Zuid herbergt alle in Roosendaal aanwezige supermarktformules (Agrimarkt, Albert Heijn, Aldi, Jumbo, Lidl en Plus). Er zijn slechts twee winkelgebieden met twee supermarkten (Dijkcentrum en Tolbergcentrum).

Een logische structuur van het winkelapparaat in Roosendaal Zuid zou zijn, twee complete wijkcentra en twee buurtcentra. Door te kiezen voor modernisering van de wijkcentra (Dijkcentrum en Tolbergcentrum) en verdere specialisatie van de boodschappenfunctie in de buurtcentra. Nu is sprake van zowel een onvolledig aanbod in Kroeven als Tolberg.

Ter illustratie. Wanneer we het gemiddelde metrage aan dagelijks in Nederland (0,33 m² WVO per inwoner) afzetten tegen het areaal dagelijks in Roosendaal Zuid (0,23 m² WVO) dan is op basis van dit verschil een additionele behoefte aan metrage dagelijks van 3.955 m² in Roosendaal Zuid te berekenen. Dit is indicatief, los van de feitelijke koopkracht in de wijk, de binding daarvan en koopkrachttoevoeding.

Is dit een ernstige situatie? Gelet op het feit dat de gemeten binding en toevoeding zeer hoog is, het aanbod van meer complete buurt- of wijkwinkelcentra in Roosendaal-Zuid ontbreekt (zie pag. 14 inzake atypische opbouw winkelbestand), geeft aan dat de bestaande meters onder druk staan. Die meters kunnen dus feitelijk niet bieden wat de consument verlangt. Daarnaast blijft de kwalitatieve fysieke verschijning van de bestaande centra in Roosendaal-Zuid ook achter. Er is dus nog potentieel, ook qua investeringen bij de ondernemers zelf, om het niveau van de winkelvoorzieningen te verbeteren en in de eigen onderneming te investeren. Dat geldt zeker voor Tolberg.

Leegstand

Tabel 8: Leegstand Roosendaal naar winkelgebiedstype

	vkp leegstand	m2 leegstand	% leegstand	vkp totaal	m2 totaal	% totaal
Ondersteunend winkelgebied	12	1.246	4%	94	18.166	10%
Kernverzorgend klein	4	312	1%	24	3.294	2%
Hoofdwinkelgebied groot	85	16.457	54%	323	72.315	39%
Speciaal Winkelgebied	5	680	2%	62	11.798	6%
grootschalige concentratie	3	2.951	10%	24	28.949	16%
verspreide bewinkeling	17	9.039	29%	117	49.271	27%
	126	30.685	100%	644	183.793	100%

³ (0,33 m² dagelijks in Nederland – 0,23 dagelijks in Nederland) * 39.546 (inwoners Roosendaal Zuid) = 3.955 m²

De leegstand in Roosendaal is zowel qua verkooppunten als metrage sterk geconcentreerd op twee typen locaties: het kernwinkelgebied van Roosendaal en in de verspreide bewinkeling.

Het kernwinkelgebied van Roosendaal neemt 67% van het aantal leegstaande panden en 54% van het metrage voor haar rekening. Terwijl slechts 23% van het metrage zich hier bevindt (inclusief leegstand)

Leegstand in de wijkcentra bedraagt slechts 4% van het metrage. Het gemiddelde in Nederland voor ondersteunende centra ligt op 11,4% van het metrage. (bron Locatus Retail Facts 2015).

Leegstand: beschikbare locaties in Roosendaal Zuid

Volgens opgave van Locatus bedraagt het aantal voor detailhandel geschikte panden in de wijken Tolberg, Groot Kroeven, Langdonk 3 panden met een totaal metrage van 344 m2 WVO. Nadere bestudering van deze panden leert dat slechts 1 pand (Tolbergcentrum 150-152) daadwerkelijk geschikt is voor detailhandel. Dit pand wordt echter vanwege de strategische betekenis voor de uitbreiding van Tolbergcentrum bewust door de eigenaar leeg gelaten. De overige twee panden bevinden zich niet in of vlakbij een winkelconcentratie.

Zie ook tabel 6 voor de leegstand per winkelgebied in Roosendaal.

Door het recente vertrek van de dierenpeciaalzaak in Tolbergcentrum is op Tolbergcentrum 156A 60 m2 WVO beschikbaar gekomen. Ook voor dit pand geldt dat het niet voor verhuur beschikbaar komt in verband met mogelijke uitbreiding van Tolbergcentrum. In totaal bedraagt de courante beschikbare detailhandelruimte 154 m2 WVO, maar zoals gezegd wordt dit metrage niet actief aangeboden.

Tabel 9: Overzicht leegstand Tolberg/Kroeven

Adres	m2 WVO	Toelichting	Gebied	Bron
Tolbergcentrum	150-152	94	Tolbergcentrum	Locatus
Tolbergcentrum	156A	60	Vertrek Pets&Co	Eigen opname
		Vml restaurant/	Verspreide	
t Zand	10	50	partycenter	Locatus
		Wordt als kantoorruimte te huur	Verspreide	
Roemer Visscherlaan	35	200	aangeboden	Locatus

Structurele leegstand is te definiëren als omvangrijke leegstand of de kans dat dit gaat ontstaan in een specifiek winkelcentrum of deel van een winkelcentrum, zodanig dat dit negatieve gevolgen heeft voor de rest van het centrum, de directe omgeving of anderszins leidt tot een neerwaartse spiraal. In Tolberg, Kroeven en Langdonk is daar geen sprake van.



Planvorming en alternatieve locaties

De planvorming is geïnventariseerd aan de hand van deskresearch en mondelinge informatie van de gemeente Roosendaal. Waar is sprake van uitbreiding van het aanbod, wat is de status en wat is de impact van deze plannen op het bestaande aanbod?

In de Beethovenlaan zijn al jaren plannen voor uitbreiding naar een Jumbo XL. Dit vloeit voort uit een overeenkomst met Super de Boer supermarkten, waarbij de Beethovenlaan als voorkeurslocatie is aangewezen. Onderzoek van Goudappel Coffeng gaf aan dat een megasupermarkt haalbaar is op deze locatie, maar dat deze alleen gerealiseerd kan en mag worden door uitbreiding of verplaatsing van een bestaande supermarkt.

Jumbo onderneemt voorlopig geen concrete actie, maar met een uitbreiding van de huidige Jumbo van 2.097 m² naar een megasupermarkt van 4.200 m² BVO/ 3.400 m² WVO dient serieus rekening gehouden te worden.

Het effect van een dergelijke uitbreiding moet echter in het perspectief gezien worden van het feit dat:

- De huidige Jumbo al tegen een XL-formule aanzit met 2100 m² WVO
- Een vergroting van het metrage niet een-op-een tot een zelfde stijging van omzet en bezoek zal leiden, maar dat deze veel lager uit zal vallen;
- Dit vooral ten koste van andere Jumbo-vestigingen zal gaan;
- De huidige Jumbo en ook Albert Heijn aan de Beethovenlaan een beperkte functie hebben voor het primaire verzorgingsgebied van Tolbergcentrum (Tolberg en Groot Kroeven).

Aldi Philipslaan in de wijk Kalsdonk: de hier gevestigde Aldi van 551 m² WVO verhuist naar de overkant van de Philipslaan en komt daar in een nieuw pand met een medisch cluster. Op de oude locatie mag geen supermarkt terugkomen. Aldi gaat uitbreiden naar 1.015 m² WVO op 1.380 m² BVO (Bron: Aldi Roosendaal),

Uitbreiding Rosada: 45 winkels en horeca en leisure, in totaal 8.000 m² BVO extra.

Oplevering mei 2016. Beoogd wordt om het jaarlijks aantal bezoekers te laten stijgen van 1,1 naar 1,6 miljoen per jaar. Oplevering gepland voor 1 mei 2016. Werkzaamheden zijn inmiddels begonnen.

De gevolgen zijn als volgt in te schatten: een verdere versterking van de positie van Rosada ten opzichte van de binnenstad en dit zal leiden tot een hogere afvloeiing van modische omzet van de Roosendaalse binnenstad naar Rosada.



6. Detailhandelbeleid

Het huidige detailhandelsbeleid is vervat in de Detailhandelsnota 2007, goedgekeurd door de gemeenteraad in 2008. Hierin wordt het volgende vermeld over de ontwikkeling van de wijkcentra in Roosendaal

Herpositionering en modernisering van winkelgebieden staat centraal op wijkniveau. In de wijk Westrand is de ontwikkeling van een nieuw wijkwinkelcentrum voorzien in combinatie met de herontwikkeling van de Rembrandtgalerij. Tolberg-centrum en Dijkcentrum dienen de ruimte geboden te worden om zich te versterken zowel in functioneel als in ruimtelijk opzicht.

(Bron: samenvatting detailhandelsnota 2007)

Een nieuwe detailhandelsnota is in voorbereiding. De gemeente Roosendaal heeft al aangegeven dat in deze nota de prioriteit aan de binnenstad wordt gegeven. En dat ontwikkelingen elders in Roosendaal getoetst worden op hun effect op de binnenstad. Dit betekent dat de ruimte die in 2007 geboden werd aan de noodzakelijke versterking van Tolbergcentrum sterk ingeperkt lijkt te worden.

De oorzaak ligt in de neergaande spiraal waarin de binnenstad van Roosendaal zich bevindt en die middels het actieprogramma Hart voor de Binnenstad wordt aangepakt.

Oorzaak voor de neergang wordt gezien in:

- Economische situatie Roosendaal (verlies werkgelegenheid)
- Dalende regionale en lokale binding
- Dalende passantenaantallen
- Online verkoop
- Leegstand
- Geringe profilering als winkelstad.

De kern van het programma Hart voor de Binnenstad is verkleinen van het winkelcircuit, verbeteren van de bereikbaarheid, verbeteren van de kwaliteit van de openbare ruimte en verdere invulling van kwaliteitsverbetering overlaten aan de markt. Op de winkels die buiten het concentratiegebied van het winkelcircuit komen te liggen wordt geen actief relocatiebeleid gevoerd. Het wordt aan de markt overgelaten of zij zich verplaatsen naar het concentratiegebied centrum of wellicht naar een andere locatie verplaatsen dan wel blijven.

Voor Tolberg zijn er mogelijkheden om ondernemers die buiten het circuit vallen en niet naar het centrum willen of kunnen verhuizen en die in het brancheprofiel passen, te benaderen voor relocatie naar Tolbergcentrum

Opmerkelijk is dat de groei van Rosada zowel in omvang (nu 100% verhuurd) als qua bezoekersaantallen niet als factor verder onderzocht is. Rosada mikt na de uitbreiding op 1,5 miljoen bezoekers per jaar. Het combinatiebezoek tussen Rosada en de binnenstad lijkt zeer beperkt waardoor per saldo de binnenstad met name modische omzet verliest

aan dit themacentrum. Onderzoek in 2011 (Bron Goudappel Coffeng) gaf aan dat 12% van de bezoekers uit Roosendaal kwam, 19% uit België.

Uitbreiding van Rosada leidt tot extra bestedingen van Roosendalers van circa € 1,8 miljoen, ofwel een extra marktaandeel van Rosada van 2,5% en 1,6% binnen de Roosendaalse middenstand (een deel van de extra omzet van Roosendalers die naar Rosada gaat afvloeien gaat ook ten koste van bijvoorbeeld Breda en Bergen op Zoom). Daarnaast zal het ook een effect hebben op bestedingen van niet-Roosendalers in Roosendaal.

Gesuggereerd wordt door Goudappel Coffeng dat dit deels gecompenseerd wordt door combinatiebezoek wat op 8% is geschat, maar dit percentage is niet door onderzoek gestaafd. (Bron: Effectanalyse Rosada 2012, Goudappel Coffeng). Per saldo is de uitbreiding van Rosada dus een extra bedreiging voor de binnenstad.

De ontwikkeling van een beperkt metrage aan non-food in Tolbergcentrum ter versterking van de structuur van dat winkelcentrum, valt hierbij volledig in het niet. (uitbreiding in Tolbergcentrum in de niet-dagelijkse sector is in haar maximale omvang minder dan 10% van de uitbreiding van Rosada)

7. Beoogde uitbreiding van Tolbergcentrum



De fysieke uitbreidingsruimte bedraagt maximaal 1600 m² BVO wat te vertalen is in circa 1.280 WVO. Door een functiewijziging van de huidige sportzaal die achter het winkelcentrum ligt en extra bebouwing van het open plein, is dit te realiseren.

Daarmee ontstaat een compact, volledig overdekt winkelcentrum met een logische structuur en mogelijkheden voor een aangenaam verblijfsklimaat.

In de benodigde extra parkeerruimte als gevolg van de uitbreiding is conform de CROW-norm voorzien (zie bijlage WPRI)

Branchering

Voor een versterking van Tolbergcentrum en een meer toekomstbestendige branchering, dient een completer en aantrekkelijker aanbod gecreëerd te worden en tevens ruimte te worden geboden aan de gewenste schaalvergroting bij een aantal bestaande ondernemers. De uitbreiding maakt het ook mogelijk om het gedateerde winkelcentrum te renoveren, het comfort te verhogen en zo tegemoet te komen aan de wens van de consument.

In algemene zin kan de uitbreiding in de dagelijkse sector aangewend worden voor:

- meer gespecialiseerd versaanbod
- schaalvergroting bestaande foodaanbod
- toevoegen persoonlijke verzorging

Uitbreiding in de niet-dagelijkse sector kan aangewend worden voor :

- frequent benodigd niet-dagelijkse, niet keuzegevoelige of juist servicegevoelige producten;
- Schaalvergroting bestaand aanbod (o.a Blz, Marskramer/Blokker)
- Overig aanbod, zoals een dierenspeciaalzaak, fietsenwinkel, optiek etc.

Uiteindelijk bepaalt de concrete belangstelling van pottentiele ondernemers wat de branchering zal zijn. Duidelijk is dat er veel mogelijkheden zijn



Tabel 10: Overzicht BVO in m2

	Huidig BVO	Uitbreiding in m2 BVO	Totaal BVO na uitbreiding
dagelijks	3.801	700 – 900	4.501 – 4.701
niet-dagelijks	580	500 – 700	1.080 – 1.280
diensten/horeca	311	200	511
leegstand	154		
totaal	4.692	1.600 m2	6.446

Uitgangspunt is een maximale uitbreiding van 1.600 m2 BVO. Van deze 1.600 m2 wordt 200 m2 gereserveerd voor niet-detailhandelfuncties.

Resteert 1.400 m2 BVO voor uitbreiding dagelijks en niet-dagelijks in Tolbergcentrum.

In WVO, het voor consumenten relevante te bezoeken deel van de winkel waar de omzet/marktclaim uit resulteert, is dat 1.120 m2⁴.

Voor uitbreiding van het metrage in de dagelijkse sector wordt 700-900 m2 BVO gereserveerd (560-720 m2 WVO), voor uitbreiding van het metrage in de niet dagelijkse sector 500-700 m2 (400-560 m2 WVO). Deze verhouding is gebaseerd op een inschatting van enerzijds de beschikbare marktruimte en de marktmogelijkheden voor de genoemde opties. In het navolgende hoofdstuk wordt nagegaan, op basis van de vastgestelde koopstromen (binding en toevloeiing), of er (voldoende) marktruimte is om het beoogde plan ook daadwerkelijk te kunnen realiseren.

⁴ 80% van 1.400 m2 BVO = 1.120 m2 WVO



8. Marktruimte en branchering

Tabel 11: Uitbreidingsruimte dagelijks distributieplanologisch benaderd

	Tolberg 2015	Tolberg 2020	Tolberg 2020
aantal inwoners	12.387	12.000	12.000
bestedingen/hoofd na inkomenscorrectie dagelijks	€ 2.493	€ 2.493	€ 2.493
bestedingspotentieel in miljoenen	€ 30,9	€ 29,9	€ 29,9
koopkrachtbinding dagelijks	70%	70%	75%
gebonden bestedingen in miljoenen	€ 21,6	€ 20,9	€ 22,4
koopkrachttoevloeiing dagelijks	30%	30%	35%
toevloeiende omzet in miljoenen	€ 9,3	€ 9,0	€ 12,1
totaal omzetpotentieel in miljoenen	€ 30,9	€ 29,9	€ 34,5
vloerproductiviteit dagelijks normatief NL	€ 7.467	€ 7.467	€ 7.467
omzetpotentieel in m2	4.136	4.006	4.623
aanwezig metrage WVO dagelijks maximaal	2.880	3.780	3.780
marktruimte in m2	1.256	226	843

Op basis van het koopstroomonderzoek is te berekenen wat de uitbreidingsruimte is in de dagelijkse sector voor Tolbergcentrum. In het koopstromenonderzoek lag de koopkrachtbinding (aandeel omzet uit Tolberg zelf) op 81% en de totale toevloeiing is berekend op 40% (aandeel van de omzet van buiten Tolberg als % van de totale omzet).

Om een veilige marge te hanteren en meetfouten uit te sluiten, stellen wij de koopkrachtbinding op 70% en de toevloeiing op 30%.

Uit de berekening komt een marktruimte van 1256 m2 WVO in de dagelijkse sector, ofwel 1570 m2 BVO (omrekenfactor WVO is 80 % van het BVO).

Vooruitkijkend naar 2020 en na realisatie van 900 m2 WVO dagelijks (maximale bandbreedte) en een daling van de Tolbergse bevolking als gevolg van gezinsverdunding⁵, blijft het winkelcentrum bovengemiddeld presteren bij een gelijkblijvende binding en afvloeiing.

Maar er is ook een scenario denkbaar dat de positie van Tolbergcentrum door de uitbreiding versterkt wordt. Een hogere attractiviteit resulteert doorgaans in een hogere koopkrachtbinding en meer koopkrachttoevloeiing.

- Gesteld dat de uitbreiding tot een stijging van de koopkrachtbinding (van 70% naar 75%) en de koopkrachttoevloeiing (van 30 naar 35%) leidt, wordt in totaal € 3,6 miljoen omzet aan andere winkelgebieden onttrokken. Dit is het verschil tussen het

⁵ Er is geen prognose op wijkniveau beschikbaar, daling naar 12.000 is een aanname van Strabo.



huidige (2015) en toekomstige omzetspotentieel medio 2020 van Tolbergcentrum (na uitbreiding).

- Uitgaande van 193 miljoen aan omzet dagelijks in Roosendaal is dat maximaal 1,9 % van de totale omzet aan dagelijkse goederen in Roosendaal. Indien de huidige omzet van Tolbergcentrum hier buiten beschouwing gelaten wordt, wordt maximaal 2,3 % van de huidige omzet aan de overige winkelgebieden onttrokken.

Voor de niet-dagelijkse sector is de uitbreidingsruimte minder eenvoudig niet als geheel te berekenen.

Op basis van een benchmarkanalyse door Locatus is gekeken naar qua omvang en verzorgingsgebied vergelijkbare winkelcentra (zie bijlage 4).

Op basis van deze analyse is geconstateerd welke branches en bijbehorend gemiddeld metrage voorkomen in een wijkwinkelcentrum met circa 20-25 verkooppunten in wijkcentra van steden met circa 75.000 inwoners.

Uitgaande van dit brancheringsvoorstel is er ruimte voor 500-700 m² BVO in de niet-dagelijkse sector. Om dit te vertalen naar omzet is lastig, omdat de vloerproductiviteit per branche sterk verschilt. Het is dus afhankelijk van de uiteindelijke branchering.

Uitgaande van een metrage van 500-700 m² BVO ofwel 400-560 m² WVO en een gemiddelde vloerproductiviteit van €2.500 m² WVO (gemiddelde van mode en luxe en vrije tijd) is dit een omzet van €1 tot €1,4 miljoen. Ofwel maximaal 1,5% van het bestedingspotentieel van de Roosendaalse bevolking in de niet-dagelijkse sector.⁶

⁶ Uitgaande van 77.000 inwoners en een gemiddelde besteding per hoofd aan mode en luxe (€ 942) en vrije tijd € 230) is de totale omzet in Roosendaal € 90,2 miljoen.

9. Ladder voor Duurzame Verstedelijking

De Ladder voor duurzame verstedelijking kent drie treden die achter elkaar worden doorlopen. Het gaat om het volgende afwegingskader:

- Is er een actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte aan deze nieuwe ontwikkeling (bedrijven, kantoren, woningen en andere stedelijke ontwikkelingen)? Indien dat niet het geval is stopt de planprocedure. Is er wel sprake van een regionale behoefte, dan volgt trede 2 van het afwegingskader. Uit de nota van toelichting bij de Ladder blijkt dat er bij detailhandel in het bijzonder aandacht dient te zijn voor het effect van de ontwikkeling op de leegstand.
- Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio, door de transformatie of herstructurering hiervan? Zo ja, dan wordt het initiatief daar in beginsel gerealiseerd. Indien herstructurering of transformatie van bestaand stedelijk gebied onvoldoende mogelijkheden biedt om aan de regionale, intergemeentelijke vraag te voldoen, volgt trede 3.
- Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een locatie buiten bestaand stedelijk gebied gezocht te worden die multimodaal ontsloten is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.

Concreet vloeit hieruit voort dat de volgende aspecten helder in kaart gebracht dienen te worden en deze onderwerpen zijn dan ook in de voorgaande hoofdstukken aan bod gekomen:

- Het aantonen van actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte aan de nieuwe ontwikkeling (eerste trede van de ladder).
- De vraag of de regionale behoefte op te vangen valt binnen het bestaand stedelijk gebied in de regio de toets of het initiatief wordt opgevangen in het bestaand stedelijk gebied binnen de regio door de transformatie of herstructurering daarvan (tweede trede van de ladder).
- De gevolgen of effecten op de structuur, leegstand en het woon-, leefklimaat en ondernemersklimaat op lokale schaal én op regionale schaal (gemeente Roosendaal). Van belang hierbij is de kans op duurzame ontvruchting van de bestaande winkelstructuur.

De jurisprudentie rond de Ladder voor Duurzame Verstedelijking is nog volop in ontwikkeling. Het gaat dan om de afbakening van het toepassingsgebied, de definitie van stedelijk gebied, het meten van effecten etc. In Bijlage 7 is enige relevante jurisprudentie inzake de Ladder weergegeven. Duidelijk is dat er geen zekerheid gegeven kan worden hoe de toepassing van de ladder zich in de naaste toekomst zal ontwikkelen.



9.1 Aantonen behoefte

In het voorgaande is aangetoond dat een uitbreiding en modernisering van Tolbergcentrum noodzakelijk is om het aanbod te completeren en aantrekkelijk te maken voor de consument, inspelend op de huidige retailtrends en daarmee ook ruimte te bieden aan de behoefte aan schaalvergroting bij de huidige ondernemers. Ook is aangetoond dat er voldoende marktruimte aanwezig is om Tolbergcentrum op economisch verantwoorde wijze uit te breiden.

9.2 Mogelijke alternatieven in bestaand stedelijk gebied

Zoals reeds aangegeven is er in bestaand winkelgebied in Tolberg zelf of in de aanliggende wijk Groot Kroeven geen alternatief voor de beoogde ontwikkeling. Waar al sprake is van (strategische) leegstand op Tolbergcentrum zelf, wordt dit door de uitbreiding opgelost. Anderzijds maken de andere leegstaande panden geen deel uit van een winkelconcentratie, hebben ook mogelijkheden voor een niet-winkelbestemming en zijn tezamen van een zeer geringe omvang.

Omdat het een versterking van een wijkvoorziening betreft, zijn andere beschikbare panden en locaties die buiten het verzorgingsgebied gelegen zijn, niet relevant.

9.3 Effecten op de bestaande structuur

In dit hoofdstuk zullen de effecten worden beschreven van realisatie van de uitbreiding van Tolbergcentrum op de omliggende wijkvoorzieningen en op de binnenstad van Roosendaal.

Het gaat hier om de effecten op de bestaande (winkel)structuur – in Roosendaal-Zuid en de effecten op Roosendaal in zijn geheel – en de effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Speciale aandacht gaat hierbij uit naar de vraag of sprake zal zijn van duurzame ontvruchting van de bestaande winkelstructuur.

De uitbreiding van Tolbergcentrum levert allereerst een ruimtelijk-economische impuls op, die onder te verdelen valt in:

- Een tijdelijk effect, de tijdelijke werkgelegenheid tijdens de bouw, vooral bij de bouwnijverheid. Het gaat om enkele tientallen directe en indirecte (via de inschakeling van allerlei toeleverende bedrijven) voltijdbanen.
- Uitstralingseffecten. Naast de genoemde kwantitatieve economische effecten treden ook andere ruimtelijk-economische effecten op die lastig zijn te kwantificeren en moeilijk onder één noemer te vatten zijn. Dit zijn zogenaamde uitstralingseffecten. Hierbij moet vooral gedacht worden aan een verbetering van de verblijfskwaliteit (zeker als de plannen ook de renovatie en afsluiting van de passage kunnen omvatten en er investeringsruimte overblijft om ook het openbaar gebied



aan te pakken) en woonkwaliteit in de directe omgeving van het winkelcentrum. Een modern wijkwinkelcentrum draagt bij aan het voorzieningenniveau en vergroot de afzetkansen van woningen in Tolberg. Een modern buurt- of wijkwinkelcentrum is bovendien meer dan een willekeurige verzameling van winkels, zeker in Tolberg waar additionele voorzieningen het winkelcentrum het hart en ontmoetingsplek van de wijk maken.

Naast de positieve economische, ruimtelijke en uitstralingseffecten zijn er ook enige verdringingseffecten. De mate van nadeligheid van deze effecten is afhankelijk van de afstand, functie, formule en de mate van overlap van verzorgingsgebied. Dit geldt in eerste instantie voor de winkelvoorzieningen in de aanliggende wijk Kroeven (Kennedylaan, Kroevenlaan, Streuvelslaen). De mate van overlap tussen de beide winkelgebieden is gering. Waar Tolbergcentrum gebaseerd is op de kracht van twee full service supermarkten in het hogere segment, beschikt Kroeven over twee compleet andere formules. De hard discounter Lidl (enige in Roosendaal) met een bijzonder groot verzorgingsgebied. Een klantenherkomstonderzoek van Strabo wijst uit dat 58% van de Lidl omzet van buiten de eigen wijk komt en slechts 13% uit Tolberg afkomstig is.

Ook voor de Agrimarkt geldt dat dit de enige vestiging in Roosendaal is. De kracht van de Agrimarkt zit in het versassortiment, streekproducten en de combinatie met tuinbenodigdheden. Uit het telefonisch onderzoek blijkt dat klanten van de Agrimarkt zowel uit Groot Kroeven zelf, overig Roosendaal, omliggende kernen en de kernen rond Roosendaal komen. De huidige toevloeiing vanuit deze wijk naar Tolbergcentrum is met 14% al zeer hoog en kan daardoor slechts zeer beperkt toenemen.

Dagelijkse sector

Voor de gezamenlijke winkelgebieden in Roosendaal is het effect ingeschat op maximaal 2,3% van de omzet. Een dergelijk effect is mogelijk nog wel merkbaar, maar heeft geen wezenlijke invloed op de exploitatie van deze winkelgebieden.

Tot grote uitval c.q. sterk oplopende leegstand in Roosendaal-Zuid kan de uitbreiding van Tolbergcentrum niet leiden. De leegstand in Roosendaal-Zuid is zeer gering (663 m² waarvan 319 m² in het Dijkcentrum) ofwel 5% van de voorraad. De direct beschikbare ruimtes en voor detailhandel geschikte ruimtes (369 m²) vormen nog geen 3% van de voorraad in Roosendaal-Zuid.

Het valt op voorhand niet uit te sluiten dat een enkel verkooppunt uitvalt, bijvoorbeeld een versspeciaalzaak of andere speciaalzaak. Dit betreft dan een matig functionerende en/of verouderde winkels op kwetsbare locatie in de nabijheid van de planlocatie. Dit is een autonome trend, die ook optreedt zonder de vestiging van nieuw aanbod, maar wel door de uitbreiding van Tolbergcentrum kan worden versneld. Het resultaat is doorgaans dat de zogenaamde slechte meters – matig functionerende onderneming/kwetsbare locatie – verdwijnen. De kans hierop is, door de sterk afwijkende samenstelling van het aanbod in het meest kwetsbare gebied (Kroeven), zeer gering.

Effect van uitbreiding van de dagelijkse sector van Tolbergcentrum op de Roosendaalse binnenstad.

Allereerst geldt dat een uitbreiding van het aanbod in eerste instantie zal leiden tot een daling van de vloerproductiviteit in Tolbergcentrum zelf, vervolgens een omzeteffect in de wijkvoorzieningen in de andere wijken in Roosendaal Zuid en tenslotte op het dagelijkse aanbod in het centrum van Roosendaal en overig Roosendaal.

De huidige afvloeiing van koopkracht vanuit Tolberg naar de winkelgebieden buiten Roosendaal-Zuid bedraagt 12% en naar het centrum van Roosendaal 9% (voor Kroeven/Langdonk bedraagt de afvloeiing 23%).

Wanneer de extra omzet in Tolbergcentrum die door de uitbreiding gerealiseerd wordt geheel ten koste zou gaan van omzet van de binnenstad (hetgeen uiteraard niet het geval zal zijn) betekent dit een verlies van omzet van circa € 3,6 miljoen euro. Gezien het feit dat de huidige omzet die naar het centrum afvloeit € 2,4 miljoen bedraagt (berekening Strabo, zie Bijlage 5) is de aanname dat deze afvloeiing maximaal 50% van de huidige afvloeiing bedraagt veel realistischer. Rekening houdend met enige extra toevloeiing naar Tolbergcentrum van buiten Tolberg, die ten koste gaat van het centrum, kan het omzetverlies op maximaal €2 miljoen geschat worden. Dit betekent volgens onze berekeningen een omzetverlies van maximaal 4% voor de dagelijkse sector in het centrum van Roosendaal.

Het effect is zo gering, dat er geen sprake kan zijn van duurzame ontwrichting. Het zal ook geen gevolgen hebben voor de leegstand.

Effect van uitbreiding van de niet-dagelijkse sector van Tolbergcentrum op de Roosendaalse binnenstad.

Een uitbreiding van 500-700 m² WVO in de niet-dagelijkse sector in Tolbergcentrum staat gelijk aan 1,2 -1,6 % van het totale niet-dagelijkse aanbod in de binnenstad. In het geval dat alle omzet die door de uitbreiding van Tolberg uit de binnenstad afkomstig is (wat niet het geval kan zijn), kan dat ingeschat worden op maximaal €1,4 miljoen verlies aan omzet in de binnenstad. Op basis van een gemiddelde vloerproductiviteit in het centrum van Roosendaal van € 2.500 in de niet-dagelijkse sector en een metrage van 42.641 m² WVO, is de omzet in de binnenstad te ramen op circa € 106 miljoen. Het omzeteffect bedraagt dan 1,3%.

Ook het effect van dit theoretische scenario is al dermate gering, dat er geen sprake kan zijn van duurzame ontwrichting.

Een uitbreiding van het Tolbergcentrum dat slechts ten dele haar omzetclaim uit de binnenstad haalt, kan daardoor geen wezenlijk effect hebben op de winkelstructuur in de binnenstad van Roosendaal. De uitbreiding van Rosada met 7.000 m² aan winkels heeft overigens een aanzienlijk grotere impact op de winkelvoorzieningen in de binnenstad, dan een zeer beperkte uitbreiding van Tolbergcentrum.

In de jurisprudentie geldt als doorslaggevend criterium voor duurzame ontvricting de vraag of er voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen. De verdringingseffecten zijn (noch collectief, noch individueel) niet van dien aard dat van grote uitval, een structuur verstorende werking of 'duurzame ontvricting' sprake is.

Met een compleet wijkwinkelcentrum wordt de consument beter bediend en het vergroot de leefbaarheid en het woonklimaat van de wijk Tolberg.

Bij de keuze voor een bepaalde woon- en leefomgeving wegen aspecten als bereikbaarheid, goede (onderwijsvoorzieningen) en de nabijheid van natuur zwaar mee. De aanwezigheid van goede dagelijkse winkelvoorzieningen is daarbij een vanzelfsprekendheid en is voor de consument anno 2015 een vereiste.



10. Conclusies ten aanzien van de uitbreiding van Tolbergcentrum

10.1 Kwantitatieve ruimte en effectenanalyse

De volgende conclusies kunnen uit het voorgaande getrokken worden.

- De plannen van WPRI bieden ruimte voor een uitbreiding van Tolbergcentrum met maximaal 1600 m2 BVO, hetgeen vertaald kan worden in 1.280 m2 WVO (80%-regel);
- Hiervan is 700-900m2 bestemd voor de dagelijkse en 500-700 m2 voor de niet-dagelijkse sector. 200 m2 is bestemd voor uitbreiding van diensten/ambachten en horeca.
- Dit resulteert in een uitbreiding van het huidige metrage met respectievelijk 560-720 m2 WVO dagelijks en 400-560 m2WVO niet-dagelijks.
- Deze uitbreiding plaatsvindt op het totale aanbod in de gemeente Roosendaal van respectievelijk maximaal 2,8% van het metrage in de dagelijkse en maximaal 0,5 % van het metrage in de niet-dagelijkse sector (medio 2015).
- Dat gezien de hoge vloerproductiviteit die al gerealiseerd wordt in Tolberg en het feit dat de binding en toevloeiing al op een hoog niveau liggen een deel van de extra omzet die gerealiseerd wordt in de uitbreiding opgenomen wordt door een verlaging van de huidige vloerproductiviteit van ondernemers in Tolberg. In feite is de huidige marktruimte in de dagelijkse sector nu al ruim voldoende om de uitbreiding te realiseren zonder extra binding of toevloeiing.
- Het omzeteffect in de dagelijkse sector van de uitbreiding wordt verspreid over andere centra in Roosendaal Zuid en Wouw, het centrum van Roosendaal en overig Roosendaal.
- De winkelvoorzieningen in de Kroeven hebben, door een geheel eigen profiel en samenstelling bestaanszekerheid ook na uitbreiding van Tolbergcentrum.
- Het geraamde omzeteffect voor de winkelvoorzieningen in de Roosendaalse binnenstad bedraagt maximaal 4% in de dagelijkse en 1,3 % in de niet-dagelijkse sector.
- Een uitbreiding van de dagelijkse sector met maximaal 720 m2 WVO dus geen ontwrichtend effect heeft op de Roosendaalse detailhandel of tot leegstand elders kan leiden.
- De leegstand in de Roosendaalse binnenstad hangt samen met een gedeeltelijk verlies van haar functie als recreatief winkelgebied. Een kleine uitbreiding van het frequent benodigd niet-dagelijkse of gespecialiseerd aanbod in Tolbergcentrum kan daar geen wezenlijk effect op hebben.
- Een aanzienlijk deel van de uitbreiding is gereserveerd voor schaalvergroting van bestaande ondernemers.

10.2 Kwalitatieve noodzaak tot versterking van Tolbergcentrum

- Er is sprake van onderbewinkeling in Roosendaal-Zuid, zowel in kwalitatief als kwantitatief opzicht. Roosendaal ontbeert een heldere structuur van buurt en wijkwinkelcentra. Eén logische structuur van het winkelapparaat in Roosendaal Zuid zou zijn, twee complete wijkwinkelcentra en twee buurtcentra. Door te kiezen voor de versterking van de wijkcentra (Dijkcentrum en Tolbergcentrum) en specialisatie in de buurtcentra.
- In plaats van een twee- of drietal gezonde toekomstbestendige wijkcentra, is er sprake van versnippering van het aanbod. Op diverse plekken liggen solitaire supermarkten die de structuur niet versterken. In Tolbergcentrum kan het aanbod versterkt worden, zonder schade aan te richten voor concurrerende centra.
- De modernisering van Tolbergcentrum is een middel om de algemene kwaliteit van de buurt- en wijkvoorzieningen in Roosendaal op te krikken. De buurt- en wijkcentra in Roosendaal worden gekenmerkt door een gemiddeld laag kwaliteitsniveau. De beoordeling van Tolbergcentrum door de consument valt nog mee, maar dat heeft te maken met de geringe kwaliteit elders. Roosendaal heeft niet één wijkwinkelcentrum wat voldoet aan de huidige standaard.
- Na de uitbreiding en herontwikkeling van het Dijkcentrum tot wijkwinkelcentrum ligt er nu een kans om ook Tolberg als wijkwinkelcentrum beter (aanbod, fysiek en sfeer) te profileren.
- De beoogde uitbreiding sluit aan bij de huidige functie van het winkelcentrum, voorzien in de dagelijkse behoefte en frequent benodigde niet-dagelijkse producten.
- Uitbreiding maakt het mogelijk om het winkelcentrum te moderniseren en te optimaliseren. De algehele afsluitbaarheid maakt het niet alleen comfortabeler, maar ook beter beheersbaar qua veiligheid na winkelsluitingstijden.
- Een belangrijk deel van de winkels ontbeert een moderne maatvoering wat een goede winkelpresentatie in de weg staat. Dit maakt het winkelcentrum kwetsbaar bij leegstand voor nieuwe verhuurmogelijkheden en is een risico voor een exploitatie en het voorkomen van leegstand.
- Een onvolledig aanbod zorgt voor afvloeiing, ook naar het online kanaal en leidt, in combinatie met de sterke fysieke veroudering toe dat het centrum in een negatieve spiraal kan geraken en zijn functie op termijn kan verliezen.
- Bij bewoners van Tolberg is de behoefte aan een modern en compleet winkelcentrum nog groter dan bewoners van andere wijken die door de ligging van de wijk sneller toegang hebben tot de voorzieningen in de binnenstad en elders in Roosendaal.
- In het kader van toekomstbestendigheid en ook op termijn in Tolberg optredende vergrijzing is de bereikbaarheid van voorzieningen op fiets- en loopafstand van groot belang.
- De aanwezigheid van complementair aanbod vergroot de overlevingskansen van ondernemers omdat het meer attractiviteit voor de consument en dus aankoopkansen genereert.



10.3 Uitbreiding van Tolbergcentrum in relatie tot de positie van de Roosendaalse binnenstad

Het gaat niet goed met de Roosendaalse binnenstad. Door teruglopende bezoekersaantallen en dalende bestedingen is de omzet gedaald. Oorzaken zijn de economische recessie, een verminderde aantrekkelijkheid van Roosendaal ten opzichte van andere winkelsteden, de interne concurrentie van Go Stores (Action) en met name Rosada, en ten slotte ook afvloeiing naar het online kanaal.

Het is daarom ook verstandig en prijzenswaardig dat er hard aan gewerkt om die binnenstad compacter en attractiever te maken. Zowel door de gemeente als door marktpartijen. Door de prioriteit die door de gemeente aan de binnenstad gegeven wordt, wordt angstvallig gekeken naar een uitbreiding van Tolbergcentrum en het vermeende gevaar dat omzet weglekt uit het centrum van Roosendaal.

Voor zover het om dagelijkse omzet gaat, kan gesteld worden dat die die daar gedeeltelijk eigenlijk niet thuishoort, maar terecht is gekomen door het ontbreken van regulier aanbod in een wijkwinkelcentrum als Tolbergcentrum. Een binnenstad heeft primair een functie als recreatief winkelcentrum voor Roosendaal en de regio, en secundair een boodschappenfunctie voor de bewoners van het centrum.

De bedreiging van de binnenstad lijkt afgewenteld te worden op ontwikkeling van de wijkcentra. Tegelijkertijd breidt Rosada verder uit en holt daarmee daadwerkelijk de positie van de binnenstad verder uit. Ook is er de ontwikkeling van de megasupermarkt (Jumbo XL) op de Beethovenlaan, die solitair opereert en geen bijdrage levert aan de structuur.

Tolbergcentrum is niet de oorzaak van de leegstand in de binnenstad. Daarbij komt dat het effect van een beperkte uitbreiding van het niet-dagelijks aanbod van Tolbergcentrum op de binnenstad zo gering is dat dit wezenlijk effect op het functioneren van diezelfde binnenstad zal hebben. De uitbreiding van Tolbergcentrum biedt mogelijkheden voor relocatie van ondernemers die nu buiten het kerngebied gevestigd zijn en die zich niet in het kerngebied willen of kunnen vestigen. De uitbreiding kan bijdragen aan de concentratie van ondernemers in sterke centra in Roosendaal.

Een beleid wat zich eenzijdig richt op de binnenstad kan ten koste van de vitaliteit en levensvatbaarheid van wijk- en buurtvoorzieningen. Hetgeen er toe leiden dat er uitsluitend supermarkten en wat versspecialzaken in de wijken achterblijven. En dat men voor alle andere aankopen gedwongen is deze in de binnenstad te doen. De consument heeft behoefte aan een compact en efficiënt aanbod aan fysieke dagelijkse en frequent benodigde niet-dagelijkse winkels in een prettige ambiance met goede service. Bij voorkeur in de directe woonomgeving. Indien dit niet in de buurt aanwezig is zoekt men dit op andere locaties of het online kanaal.

Tot slot

De treden van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking zijn in dit rapport doorlopen. Geconcludeerd kan worden dat er behoefte aan een uitbreiding is bij consument en ondernemer, dat er geen alternatieve locaties voor deze ontwikkeling beschikbaar zijn en dat een uitbreiding niet zal leiden tot duurzame ontvruchting op direct getroffen locaties.

Bijlage 1 Trends ten aanzien van winkelgebieden

Belang kwaliteit van winkelgebieden

Consumenten zijn kritisch met betrekking tot de kwaliteit van winkels en winkelgebieden. Dit hangt samen met het feit dat mensen tegenwoordig mobiel zijn en daardoor doorgaans de keuzemogelijkheid hebben tussen diverse winkelgebieden. Hierdoor is het voor winkelgebieden buitengewoon belangrijk om de consument kwaliteit te bieden in de breedste zin van het woord. Voor de dagelijkse sector is het van belang dat de bereikbaarheid, het aanbod (volledigheid) en het serviceniveau/gemak optimaal in orde zijn.

Voor winkelgebieden geldt dat zij steeds meer zullen moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.

Online aandeel detailhandelbestedingen

Op 16 maart 2015 is een persbericht gepubliceerd door Thuiswinkel.org. Hierbij is een nauwkeurige vergelijking gemaakt tussen de online bestedingen aan consumentenproducten en de totale bestedingen aan consumentenproducten (bronnen o.a.: CBS & GfK). Het percentage online bestedingen bedraagt op basis van deze gegevens 7,6%. Er zijn op dit moment beperkt gegevens beschikbaar over de verschillen per productgroep.

Er zijn productgroepen waarbij een bovengemiddeld hoog aandeel bestedingen online wordt gedaan (denk aan boeken en elektronica), het aandeel online bestedingen binnen de productgroep food ligt onder het gemiddelde. Verschillende bronnen (Rho Adviseurs voor de Leefruimte, Jumbo) geven aan dat het huidige aandeel online bestedingen op circa 2,5% ligt (thuisbezorgen én afhalen tezamen). Onder andere Jumbo zelf verwacht dat het aandeel online bestedingen voor levensmiddelen zal stijgen tot maximaal 5% in 2020. Dit is onder andere gebaseerd op het huidige aandeel online foodbestedingen in het Verenigd Koninkrijk, waar levensmiddelen al veel langer online verkrijgbaar zijn.

Omzet foodbranche in de lift – omzet supermarkten ook

De totale detailhandelsomzet in de foodbranche is in de periode vanaf 2010 tot 2014 met 7% toegenomen (bron: CBS). De omzet van supermarkten is in dezelfde periode met 9% toegenomen. Voor zowel de foodbranche in zijn geheel als voor supermarkten in het bijzonder geldt dat er elk jaar sprake is van een stijging ten opzichte van het jaar ervoor. Ook in 2015 zet de stijging van de detailhandelsomzet door. ING Economisch bureau verwacht een omzetstijging in de detailhandel van 1,3% in 2015.

Hoewel het consumentenvertrouwen nog wisselvallig is, trekken economische groei, dalende werkloosheid en stijgende koopkracht de consumentenbestedingen langzaam omhoog, aldus ING. (Bron FD december 2014)

Economische situatie

Belangrijkste verklaring voor detailhandelskrimp is de terughoudendheid bij consumenten vanwege de economische situatie. De economie trekt de laatste tijd weer wat aan maar de koopkracht blijft nog onder druk staan en de werkloosheid loopt nog niet terug. Hoewel met name de non-foodbranche dat merkt, is ook de volumegroei in supermarkten minimaal.

Vergrijzing

Vrijwel zonder uitzondering zijn de regio's met een hoge leegstand ook de regio's die al sterk zijn vergrijsd en waar het inwonertal terugloopt. Uit onderzoek van het NIBUD blijken 65-plussers per maand circa 30% minder uit te geven aan onder andere kleding, voeding, persoonlijke verzorging dan personen jonger dan 65 jaar. Vergrijzing zorgt dus daadwerkelijk voor teruglopende detailhandelsbestedingen in een regio.

Brancheervaging

Winkels verkopen steeds meer branchevreemd aanbod: supermarkten verkopen computers en huishoudelijke artikelen, bouwmarkten verkopen (tuin)meubels, drogisterijen worden meer warenhuizen et cetera. Een goed voorbeeld van een winkel die nauwelijks meer in een branche is in te delen, is Action. Slechts 35% van het aanbod is vast, de overige 65% bestaat uit wisselend aanbod. Een verdergaande vorm van brancheervaging bestaat uit (nieuwe) combinaties van detailhandel, diensten-ambacht en/of horeca in één ruimte, waaronder de shop-in-shop-concepten.

Schaalvergroting (in het algemeen, supermarkten in het bijzonder)

Binnen de detailhandel in zijn geheel is er al jaren sprake van schaalvergroting. De gemiddelde oppervlakte van winkels neemt elk jaar toe en dit geldt in het bijzonder voor supermarkten. De consument verwacht een steeds ruimer en completer aanbod en supermarkten geven steeds meer aandacht aan de presentatie van producten en inrichting en uitstraling van de winkels (denk aan brede gangpaden, ruime uitstalling van versproducten).

Zelfstandige ondernemers/versspeciaalzaken vechten om te overleven

Zelfstandige winkeliers moeten alles uit de kast halen om de positie ten opzichte van grote winkel(ketens) te behouden. De zojuist beschreven schaalvergroting in combinatie met de veel ruimere investeringsmogelijkheden leiden ertoe dat ketenbedrijven (lees in dit geval: supermarkten) een steeds steviger positie binnen de foodbranche innemen. Ook vergrijzing binnen het zelfstandige ondernemersbestand zorgt voor afname van het aantal zelfstandige winkeliers. Het ontbreken van opvolging leidt tot sluiting van winkels. Binnen de foodbranche gaat het hier vooral om de versspeciaalzaken, hier zijn nog zelfstandige ondernemers actief. De autonome trend van afname van het aantal versspeciaalzaken is de ene kant van het verhaal. De andere kant is dat er weldegelijk ruimte bestaat voor speciaalzaken: goede ondernemers op goede locaties zullen blijven bestaan náást supermarkten. Dit kan wanneer speciaalzaken zich verder gaan



onderscheiden van de supermarkten met directe consumptie en afhaalfuncties, catering e.d. of dat speciaalzaken elkaar opzoeken in een versconcentratie in een voldoende groot verzorgingsgebied.

Toenemende oriëntatie op supermarkten

Zoals zojuist beschreven nemen supermarkten een steeds steviger positie in binnen de foodbranche. Het omzetteel van supermarkten binnen de foodbranche ligt landelijk op ruim 85%⁷. Dit aandeel is de afgelopen jaren gestaag toegenomen (80% in 2007⁸).

Prijsbewuste consument + afname winkeltrouw

De consument anno 2015 is zeer prijsbewust. Men kan zich tegenwoordig steeds beter informeren over de actuele prijzen en aanbiedingen (advertenties, websites, social media) en is daartoe ook over het algemeen zeer gemotiveerd gezien de economische omstandigheden de afgelopen jaren. Het gevolg is onder andere dat de consument steeds minder vasthoudend is aan één winkel of supermarkt en aanzienlijk vaker wisselt op basis van prijs en/of aanbiedingen (logischerwijs in combinatie met assortiment en de kwaliteit van de betreffende winkel).

Toename combinatiebezoek supermarkten

In het verlengde van de vorige trend is de ontwikkeling zichtbaar dat consumenten steeds vaker twee of meer supermarkten bezoeken voor dagelijkse aankopen (onderzoeken Strabo 2002 – 2015). Veel consumenten maken de combinatie tussen een bezoek aan een prijsvriendelijke supermarkt (bijvoorbeeld een discounter) en een fullservice supermarkt. Ook andere combinaties komen steeds vaker voor – niet per definitie in één bezoek –, waarbij consumenten per geval kijken welke supermarkt op dat moment het beste aansluit bij de actuele behoefte. Dit betekent ook dat consumenten bereid zijn om grotere afstanden af te leggen voor een bepaalde formule.

Pick-up-points

Pick-up-points zijn duidelijk in ontwikkeling en nemen een gedeelte van de zojuist omschreven online bestedingen voor hun rekening (naast het thuisbezorgen). Naast Albert Heijn heeft ook Jumbo een internetwinkel geopend en opent nu in hoog tempo (deels solitaire) afhaalpunten in het gehele land. Ook andere supermarkten hebben afhaalpunten geopend, vaak bij een bestaande winkel. Hoewel er tot op heden geen cijfers naar buiten zijn gebracht over het functioneren van de online winkel door Albert Heijn of Jumbo is het inmiddels algemeen bekend dat er tot op heden geen winst mee wordt gemaakt. Ton van Veen van Jumbo meldt in het FD (1 april 2015) dat “de business case voor e-commerce in food lastig rekent” en dat geldt zowel voor pick-up-points als voor thuisbezorgen. Primair doel is het behouden van omzet die je anders wellicht kwijtraakt aan concurrenten. Rho Adviseurs voor de Leefruimte heeft onderzoek gedaan naar de potentiële doelgroep voor pick-up-points. Het huidige omzetaandeel van

⁷ www.detailhandel.info, bewerking Strabo.

⁸ HBD 2007.

pick-up-points wordt ingeschat op minder dan 0,5%. Er is op termijn potentie voor 2% à 3% omzetaandeel: een meerderheid van consumenten die in de toekomst verwachten levensmiddelen online te bestellen, geeft de voorkeur aan thuisbezorgen.

Op dit moment heeft alleen Jumbo een pick-up point in de winkel in de Beethovenlaan. Er bestaan vooralsnog geen plannen voor solitaire pick-up-points in Roosendaal.



Bijlage 2 Koopstromenonderzoek

1. Inleiding

In opdracht van WP Retail Invest heeft Strabo bv een koopstromenonderzoek uitgevoerd ten behoeve van Tolbergcentrum te Roosendaal. Het onderzoek maakt deel uit van een effecten-analyse van een mogelijke uitbreiding van het winkelcentrum.

Het koopstromenonderzoek betreft 400 telefonisch afgenomen enquêtes in de gemeente Roosendaal. Het doel van het onderzoek is in kaart brengen van de huidige koopstromen (binding- en toevloeiing) en de wensen van de consument.

Koopstromenonderzoek

Ten behoeve van het onderzoek zijn in mei 2015 in totaal 400 geslaagde enquêtes afgenomen. In de wijk Tolberg (het primaire verzorgingsgebied) zijn 100 enquêtes afgenomen, in Kroeven/Langdonk 50, en in overig stad Roosendaal 200 en in de kernen rond Roosendaal (Wouw, Nispen, Heerle, Wouwse Plantage) 50.

De enquêtes zijn gewogen naar leeftijd van hoofden van huishoudens. Zodoende wordt een representatief beeld verkregen van de daadwerkelijke situatie in het verzorgingsgebied. Om op basis van de verkregen oriëntatiecijfers te komen tot koopstromen is gebruik gemaakt van de bestedingscijfers zoals gepubliceerd door het (voormalige) Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) op de nieuwe website detailhandel.info.

2. Oriëntatiecijfers en koopstromen

2.1 Methodische verantwoording

De oriëntatiecijfers geven het beeld van het aandeel van de bestedingen die in een bepaald winkelgebied worden gedaan. Voor de berekening van de koopstromen (het volume van de bestedingen) wordt de volgende formule gehanteerd:

Koopstromen per branche per verzorgingsgebied = oriëntatie * gemiddelde consumptieve bestedingen per branche per hoofd van een huishouden (bron: HBD)
* inkomensindex * aantal huishoudens per verzorgingsgebied.

2.2 Dagelijkse sector

2.2.1 Oriëntatie

In tabel 1 is de oriëntatie van de dagelijkse sector van huishoudens in het primaire en secundaire verzorgingsgebied van Tolberg weergegeven. De cijfers van de secundaire herkomstgebieden zijn indicatief, gezien het geringe aantal enquêtes per gebied.

Tabel 1: Koopkrachtorientatie dagelijkse sector

	primaire		secundaire		Totaal
	Tolberg	Kroeven/Langdonk	Overig R'daal	kernen	
Tolberg	81%	14%	4%	24%	20%
Kroeven	5%	22%	5%	6%	8%
Langdonk	1%	30%	3%	4%	9%
Kortendijk	1%	0%	17%	0%	9%
Rembrandtgalerij	0%	4%	10%	0%	6%
Beethovenlaan	3%	6%	25%	3%	15%
Centrum Roosendaal	9%	23%	31%	17%	24%
Overig Roosendaal	0%	0%	2%	0%	1%
Kernen	0%	0%	2%	36%	6%
Totaal gemeente Roosendaal	100%	100%	98%	90%	98%
Elders	0%	0%	1%	9%	2%
Buitenland	0%	0%	0%	1%	0%
Internet	0%	0%	0%	0%	0%
markt/overig	0%	0%	0%	0%	0%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

- Van alle bestedingen in de dagelijkse sector van inwoners van Roosendaal komt 98% terecht bij de winkelveorzieningen in Roosendaal zelf. Dit betekent een koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector van 95%. Buiten de gemeente Roosendaal worden nauwelijks aankopen gedaan. Wanneer dit gebeurt betreft het de kernen rond de stad Roosendaal

- Ook de koopkrachtbinding aan het eigen winkelcentrum ligt in Tolberg op een bijzonder hoog niveau, namelijk 81%.
- Afvloeiing lijkt dus beperkt. Afvloeiing gaat naar de Kroeven (Lidl en Agrimarkt) en het centrum van Roosendaal (met name voor drogisterij/parfumerie)
- Substantiële koopkrachttoevloeiing komt vanuit de Kroeven (met name de Krochten) en uit Wouw en Nispen. Vanuit andere wijken is deze marginaal. Totale toevloeiing is te berekenen op 40% van de omzet. (zie bijlage)
- De binding ligt voor alle food-artikelgroepen die wij in het onderzoek meegenomen hebben (agf, brood en banket en vlees en vleeswaren) op een vergelijkbaar hoog niveau (82-85%).
- Voor drogisterijartikelen is de binding lager, 46% en is er veel concurrentie van het centrum van Roosendaal waar 51 % van de afvloeiing naar toe gaat.

Algemeen beeld is dat in vergelijking met Kroeven/Langdonk de afvloeiing van het centrum vanuit Tolberg veel lager ligt. Er is een sterke oriëntatie op het eigen winkelgebied. Dit kan ook door de ligging ten opzichte van het centrum verklaard worden.

2.2.2 Oriëntatie op supermarkten

De respondenten is gevraagd wat qua bestedingen hun 1^e, 2^e en 3^e supermarkt is .
In onderstaande tabel is de gezamenlijke oriëntatie op de supermarkten weergegeven.

Vlak na afronding van het onderzoek is C1000 in Wouw omgebouwd naar een Jumbo.
Voor de bewoners van Wouw zal dit vooral gevolgen hebben voor het bezoek aan andere Jumbo's, maar mogelijk zal ook de afvloeiing naar Tolberg wat afnemen.

Tabel 2: Bezochte supermarkten (1^e, 2^e en 3^e)

	Tolberg	Kroeven/ Donken	overig Roosendaal	overige kernen	totaal
AH Tolberg	75%	24%	7%	22%	23%
Plus Tolberg	68%	9%	2%	19%	16%
Agrimarkt	8%	16%	4%	8%	7%
Lidl Kennedylaan	33%	48%	19%	3%	26%
Jumbo Lindenburg	8%	34%	8%	0%	13%
Aldi Dijkcentrum	0%	8%	14%	8%	10%
Plus Dijkcentrum	2%	6%	21%	3%	13%
Jumbo Rembrandtgalerij	6%	8%	12%	10%	10%
Jumbo Beethovenlaan	8%	4%	33%	3%	20%
AH Beethovenlaan	2%	5%	28%	3%	16%
Aldi Philipslaan	2%	0%	3%	0%	2%
AH Roselaar	6%	26%	27%	17%	22%
Aldi Boulevard	13%	3%	13%	14%	11%
C1000 Wouw	2%	5%	1%	40%	6%
andere supermarkt nng (o.a Dirk, Attent)	19%	31%	46%	73%	41%

- Opvallend voor Tolberg is enerzijds de sterke oriëntatie op de eigen supermarkten. 90 % van de Tolbergers bezoekt de Albert Heijn en/of de Plus. Slechts 10% bezoekt dus uitsluitend andere supermarkten, bijvoorbeeld de Lidl of Aldi.
- Opvallend sterk is de positie van de Lidl. Een derde van de Tolbergers bezoekt de Lidl, vaak als 2^e of 3^e supermarkt.
- Ook de Aldi trekt bezoekers.
- Andere Plus- of AH-vestigingen worden nauwelijks bezocht.
- De Jumbo trekt redelijk wat klanten verdeeld over de drie vestigingen in Roosendaal.



2.3 Niet-dagelijkse sector

2.3.1 Oriëntatie

In onderstaande tabel is de oriëntatie van huishoudens in het primaire en secundaire verzorgingsgebied weergegeven binnen de niet-dagelijkse sector. Het betreft uitsluitend branches, die ook in Tolberg gevestigd zijn.

Niet opgenomen zijn bijvoorbeeld doe-het-zelf, woninginrichting, huishoudelectronica, optiek. Bij de interpretatie van de gegevens moet hier rekening mee gehouden worden.

Tabel 3: Koopkrachtoriëntatie niet-dagelijkse sector (aanwezige branches)

	primair			secundair	
	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig R'daal	kernen	Totaal
Tolberg	17%	7%	1%	4%	5%
Kroeven	0%	5%	1%	1%	2%
Langdonk	0%	7%	0%	0%	1%
Kortendijk	0%	0%	6%	0%	3%
Rembrandtgalerij	0%	0%	1%	0%	1%
Beethovenlaan	0%	0%	6%	0%	3%
Centrum Roosendaal	66%	71%	64%	59%	65%
Overig Roosendaal	1%	2%	3%	1%	2%
Go Stores	0%	0%	1%	0%	1%
Rosada	0%	2%	1%	0%	1%
Kernen	1%	0%	1%	14%	3%
Totaal gemeente Roosendaal	85%	95%	85%	80%	86%
Elders	8%	1%	7%	13%	7%
Buitenland	2%	2%	1%	1%	2%
Internet	6%	2%	6%	5%	5%
Markt/overig	0%	0%	1%	1%	0%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%
Oriëntatie inclusief niet-aanwezige branches					
Tolberg	10%	4%	1%	2%	3%

- Voor de sector niet-dagelijks is de situatie logischerwijs anders. Voor de aankoop van niet-dagelijkse artikelen is men doorgaans bereid een grotere afstand af te leggen. Ook speelt internet binnen de niet-dagelijkse sector een aanzienlijk grotere rol dan binnen de dagelijkse sector. Daarbij is er binnen de sector niet-dagelijks duidelijk sprake van verschillen tussen de diverse artikelgroepen, daarover meer in de volgende paragraaf.
- Tolberg heeft een bescheiden positie, met name op het gebied van frequent benodigd niet-dagelijkse goederen zoals bloemen, dibevo (zal nu lager komen te liggen door het recente vertrek van de dierenzaak uit Tolberg) en boeken tijdschriften.



- Inclusief de niet aanwezige branches is de totale oriëntatie vanuit Roosendaal op Tolberg 3%. Voor de in Tolberg aanwezige branches ligt deze op 10%.
- Ook in de niet-dagelijkse sector is de toevloeiing voornamelijk afkomstig vanuit de Kroeven en de kernen in de omgeving. Uit overig Roosendaal is de toevloeiing verwaarloosbaar.
- Afvloeiing vanuit Tolberg vindt uitsluitend plaats naar het Centrum van Roosendaal en in veel mindere mate plaatsen buiten Roosendaal (zoals Bergen op Zoom, Etten Leur, Breda)
- Voor de niet onderzochte branches ligt de binding aan Roosendaal gemiddeld veel lager (elektronica, woninginrichting) dan voor de onderzochte branches (bijvoorbeeld bloemen of boeken/tijdschriften). De exacte binding voor geheel Roosendaal voor de niet-dagelijkse sector kan daarom niet vastgesteld worden maar zal op circa 70-75% uitkomen.
- De positie van de perifere detailhandel (Go Stores) blijft daarom in dit onderzoek enigszins onderbelicht. Ook opvallend is de geringe oriëntatie op Rosada.

2.3.2 Artikelgroepen

Tabel 4: Koopkrachtoriëntatie niet-dagelijkse sector Tolberg aanwezige branchegroep

	primair	secundair			
	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig R'daal	kernen	Totaal
bloemen en planten	80%	23%	6%	16%	23%
diervoeding en -benodigdheden	53%	17%	8%	0%	14%
dames/heren/kinderkleding	2%	0%	0%	3%	1%
textiel en onderkleding	5%	0%	1%	0%	1%
schoenen en lederwaren	0%	0%	0%	0%	0%
boeken en tijdschriften	40%	19%	1%	8%	13%
huishoudelijke en cadeauartikelen	28%	12%	2%	3%	8%
speelgoed	7%	18%	0%	0%	4%
Fiets en fietsbenodigdheden	0%	0%	0%	0%	0%
totaal niet-dagelijks	17%	7%	1%	4%	5%
totaal niet-dagelijks (inclusief niet aanwezige branchegroepen)	10%	4%	1%	2%	3%

- In tegenstelling tot de dagelijkse sector, variëren de niet-dagelijkse branchegroepen sterk qua oriëntatie. Dit heeft logischerwijs alles te maken met het winkelaanbod: Tolberg heeft een sterke positie voor frequent benodigd niet-dagelijkse goederen. Voor duurzame goederen is het aanbod zeer beperkt en de positie dus ook minder sterk.
- Opvallend is de sterke positie voor bloemen en planten. Er is ook substantiële toevloeiing vanuit andere delen van Roosendaal.
- Voor dibevo geldt dat er ook een hoge binding is en substantiële toevloeiing. Maar dat is nog gebaseerd op de oude situatie toen er nog een dierenspecialzaak in Tolberg aanwezig was.



- Ook voor boeken en tijdschriften is het aanbod in Tolberg concurrerend en genereert het toevloeiing vanuit andere delen. Internet en het centrum van Roosendaal zijn de belangrijke concurrenten.
- Voor huishoudelijke artikelen en speelgoed is er ook sprake van een redelijke positie, maar is het centrum van Roosendaal zeer dominant.
- Met name op modegebied is de positie van Tolbergcentrum zeer zwak. Ook hier is het centrum van Roosendaal maar ook andere winkelsteden dominant.

2.4 Bekendheid en bezoek Tolbergcentrum

Aan respondenten is gevraagd of men Tolbergcentrum kent en of men hier wel eens is geweest. Indien men er geweest is, is gevraagd hoe vaak men het winkelcentrum doorgaans bezoekt.

Tabel 5: Bekendheid winkelcentrum Tolberg naar herkomst

	primair			secundair	
	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig R'daal	kernen	Totaal
bekend en bezocht	98%	79%	34%	63%	57%
bekend, maar nooit bezocht		19%	44%	18%	29%
onbekend	2%	3%	22%	18%	14%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Binnen Tolberg kent vrijwel iedereen niet geheel onverwacht het heeft het ook wel eens bezocht. Ook in de overige delen van Roosendaal is de bekendheid groot, maar neemt de mate waarin men het bezocht heeft af naarmate men verder van het winkelcentrum woont.

Indien Tolberg van naam kent, maar er nog nooit is geweest, is gevraagd naar de reden hiervan. In nagenoeg alle gevallen geeft men aan dat andere winkelvoorzieningen op kortere afstand zijn en er tot nu toe geen reden is geweest om extra tijd/moeite te doen voor een bezoek aan Tolberg. De meerwaarde van het winkelcentrum en het huidige winkelaanbod in het bijzonder (in de ogen van deze respondenten) ofwel het onderscheidend vermogen van Tolberg is te beperkt.

Tabel 6: Bezoekfrequentie Tolbergcentrum naar herkomst

	primair			secundair	
	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig R'daal	kernen	Totaal
elke dag	10%				2%
3 tot 5 keer per week	31%	11%	3%	5%	9%
2 keer per week	34%		1%	8%	7%
1 keer per week	16%	25%	5%	24%	13%
1 keer per 2 weken	3%	5%	1%	8%	3%
1 keer per maand		10%	2%	5%	4%
1 keer per 2 maanden	2%	8%	3%	3%	4%
1 keer per half jaar		3%	5%	3%	4%
1 keer per jaar		6%	4%		4%
minder dan 1 keer per jaar	3%	11%	9%	8%	8%
nooit	2%	21%	65%	37%	43%
gemiddeld per week	2,66	0,76	0,21	0,66	0,8

- Inwoners van Tolberg bezoeken Tolbergcentrum gemiddeld 2,7 maal per week. 90% bezoekt het winkelcentrum minimaal één keer per week.
- De bezoekfrequentie aan Tolberg in andere wijken logischerwijs op een lager niveau. Inwoners van de Kroeven/Donken bezoeken Tolberg gemiddeld 0,8 keer per week.
- Vanuit overig Roosendaal wordt Tolberg zoals verwacht het minst vaak bezocht: 9% bezoekt het ten minste één keer per week en het gemiddelde komt uit op 0,2. Eerder bleek al dat inwoners overig Roosendaal in zeer beperkte mate gericht zijn op Tolberg.



2.5 Favoriete winkelcentrum dagelijks

Aan respondenten is gevraagd wat hun favoriete (meest bezochte) winkelgebied is voor de dagelijkse boodschappen. Ook is gevraagd waarom juist dit winkelgebied het meest wordt bezocht.

Tabel 7: Favoriete winkelgebied dagelijks naar herkomst

	primair	secundair			Totaal
	Tolberg	Kroeven/Langdonk	Overig R'daal	kernen	
Tolberg	89%	19%	7%	20%	24%
Kroeven	3%	19%	3%	3%	7%
Langdonk	2%	30%	4%	0%	9%
Kortendijk	0%	0%	19%	0%	10%
Rembrandtgalerij	0%	0%	7%	0%	4%
Beethovenlaan	3%	3%	22%	3%	13%
Centrum Roosendaal	3%	23%	30%	23%	23%
Overig Roosendaal	0%	0%	3%	3%	2%
Kernen	0%	0%	1%	40%	5%
Elders	0%	6%	1%	8%	3%
Buitenland	0%	0%	0%	3%	1%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

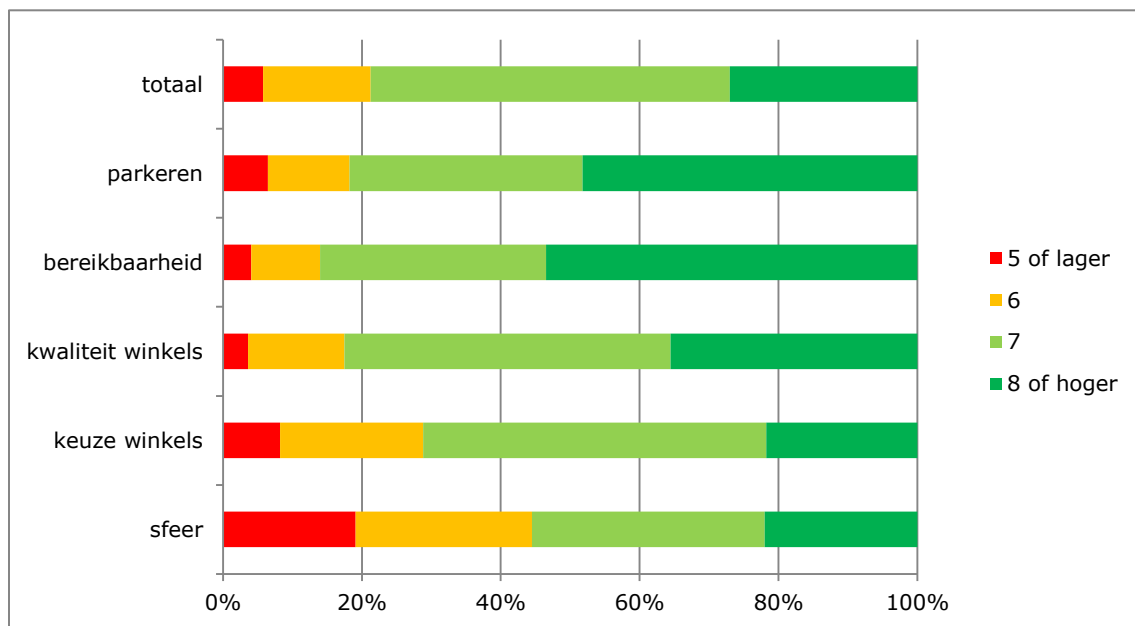
- Opmerkelijk is dat de Tolbergers een heel sterke voorkeur hebben voor het eigen winkelcentrum (ca. 90%). Voor een deel van de bewoners uit overige delen van Roosendaal is Tolberg ook het favoriete winkelcentrum. Met name bewoners uit Kroeven/Langdonk prefereren vaak Tolberg of het Centrum van Roosendaal boven het eigen winkelcentrum. Dat geldt ook voor bewoners uit de kleine kernen.
- Belangrijkste redenen om Tolberg te kiezen zijn afstand (dichtbij) in combinatie met gratis en makkelijk parkeren. Ook de breedte van het aanbod wordt een enkel keer genoemd. Sfeer, kwaliteit van het aanbod spelen geen rol.
- Voor andere wijk- en buurtwinkelcentra speelt, naast de dominante factor afstand, het supermarktaanbod een grotere rol om specifiek voor die locatie te kiezen.
- Ook het centrum van Roosendaal kiest men vooral vanwege de ligging (dichtbij). Sfeer en aanwezigheid overig aanbod, speelt ook hier geen rol van betekenis.

Het feit dat afstand verreweg de belangrijkste factor is, is kenmerkend voor de kwaliteit van het Roosendaalse winkelapparaat, dat te typeren valt als een vaak gedateerde, rommelige en ongezellige clustering van winkels. Winkelvoorzieningen zijn of te klein (Lindenburg), te gedateerd (Rembrandtgalerij en Dijkcentrum) of sfeerloos (Tolberg).

2.6 Waardering Tolbergcentrum

Aan de respondenten (die Tolberg bezoeken) is gevraagd om een zestal aspecten van Tolberg te beoordelen door middel van een rapportcijfer (1 t/m 10). In onderstaande afbeelding zijn hiervan de resultaten weergegeven.

Afbeelding 1: Beoordeling aspecten Tolbergcentrum



- Tolberg wordt over het algemeen positief beoordeeld door respondenten die het hebben bezocht. De totale indruk van het winkelcentrum wordt gemiddeld met een voldoende beoordeeld (7,0). In vergelijking met andere door Strabo onderzochte centra een lage score. Slechts 27% beoordeelt het winkelcentrum met een 8 of hoger. 21% geeft Tolberg een 6 of lager.
- Opvallend is dat de gemiddeld zeer lage score voor de sfeer (6,4) en de keuze aan winkels (6,7) gecompenseerd wordt door bereikbaarheid en parkeren.
- Het verschil naar herkomst is nihil: respondenten uit Tolberg zelf zijn net zo positief als respondenten uit het secundaire verzorgingsgebied. Wel is opvallend dat de belangrijkste doelgroep (35-54 jarigen) het meest negatief zijn.

In andere gevallen zou het winkelcentrum door een deel van de bezoekers gemeden worden, op basis van deze beoordeling. Maar omdat de concurrentie in nagenoeg alle gevallen nog slechter presteert, is dat niet het geval.



2.7 Gemiste winkels

Aan de respondenten is eerst specifiek gevraagd welke artikelgroep of supermarktformule men mist in Tolberg.

Vervolgens welke overige winkels, merken of artikelgroepen men mist in Tolbergcentrum of welke een goede aanvulling zouden zijn op het huidige aanbod.

Van de respondenten uit Tolberg heeft 10% aangegeven behoefte te hebben aan een hard discount formule. Verder genoemd zijn een tweede drogist (met name een Kruidvat), groenteboer, Dibevo (goede), kleding en een fietsenwinkel.

2.8 Suggesties

Aan de respondenten is gevraagd wat Tolbergcentrum kan doen om het winkelcentrum voor hen (nog) aantrekkelijker te maken. In onderstaande tabel zijn hiervan de resultaten weergegeven.

De belangrijkste suggestie, buiten het versterken van het aanbod, is meer sfeer brengen in het winkelcentrum. Dat heeft met name betrekking op inrichting van het centrum en de staat waar de huidige overkapping zich in bevindt.

Ook verder renoveren en opknappen werd herhaaldelijk genoemd.

Over aspecten als de parkeergelegenheid en bereikbaarheid kwamen geen opmerkingen.



Bijlage 3: Brancheringsmogelijkheden Tolbergcentrum

Tabel 1: Overzicht huidige branchering Tolbergcentrum in BVO en WVO in m2

Huidige huurders Tolbergcentrum	BVO	m2 WVO	Groep	Subbranche
De Rooy	107	68	Dagelijks	11.010.111-Bakker
Antens	102	48	Dagelijks	11.010.471-Slagerij
Albert Heijn	1.501	1.146	Dagelijks	11.010.519-Supermarkt
Plus	1.573	1.224	Dagelijks	11.010.519-Supermarkt
Frans Horsten	194	165	Dagelijks	11.020.156-Drogist
Gall & Gall	105	73	Dagelijks	11.010.477-Slijter
De Kaasgraaf	73	45	Dagelijks	11.010.261-Kaas
Joshua	146	126	Mode & Luxe	22.040.135-Damesmode
Totaal dagelijks	3.801	2.895		
Marskramer	293	245	Mode & Luxe	22.070.240-Huishoud Art
Blz.Tolberg	141	117	Vrije Tijd	35.120.750-Boek&Kantoor
Peet's Bloemenshop	146	85	In/Om Huis	37.130.087-Bloem/Plant
Totaal niet-dagelijks	580	447		
Totaal detailhandel	4.381	3.342		
Plaza	213		Horeca	59.210.171-Fastfood
Sonja	98		Diensten	65.260.230-Kapper
Totaal diensten/horeca	311			
Leegstand	60		Leegstand	00.000.200-Langdurig
Leegstand	94		Leegstand	00.000.200-Langdurig
Totaal (inclusief leegstand)	4.846	3.342		

Tabel 2: Overzicht opties uitbreiding branchering Tolbergcentrum in BVO en WVO in m2

Opties voor uitbreiding	BVO in m2	WVO in m2	Groep
buitenlandse toko	50-75	40-60	Dagelijks food
biologische winkel/reform	120-150	95-120	Dagelijks food
agf-speciaalzaak	50-75	40-60	Dagelijks food
uitbreiding bestaand food	300-500	240-400	Dagelijks food
visspeciaalzaak	65-90	50-70	Dagelijks food
zoetwaren/chocola/koffie	65-90	50-70	Dagelijks food
drogisterij/parfumerie (uitbreiding)	300-375	240-300	Persoonlijke verzorging
Totaal dagelijks	950-1.355	755-1.080	
huish. Artikelen (uitbreiding)	150	120	Mode & Luxe
textiel/mode	250-350	200-280	Mode & Luxe
opticien/audicien	115-125	90-100	Mode & Luxe
cadeaushop	50-75	40-60	Mode & Luxe
boek/kantoor (uitbreiding)	75	60	Vrije Tijd
dibevo	125-190	100-150	In/Om Huis
fietsspeciaalzaak	250-300	200-250	In/Om Huis
Totaal niet-dagelijks	1.015-1.265	810-1.020	
kapper (2 ^e)	60-80		Ambacht/Diensten
kledingreparatie/stomerij/ hakkenbar	50-60		Ambacht/Diensten
Overige dienstverlening	70-100		Ambacht/Diensten
horeca	70-100		Horeca
Totaal diensten/ambachten/horeca	250-340		
Totaal	2.215 – 3.010	1.530 – 2.090	

Uitgangspunt is een maximale uitbreiding van 1.600 m2 BVO. Van deze 1.600 m2 wordt 200 m2 gereserveerd voor niet-detailhandelfuncties.

Resteert 1.400 m2 BVO voor uitbreiding dagelijks en niet-dagelijks in Tolbergcentrum. In WVO is dat 1.120 m2⁹.

Voor uitbreiding van het metrage in de dagelijkse sector wordt 700-900 m2 BVO gereserveerd (560-720 m2 WVO), voor uitbreiding van het metrage in de niet dagelijkse sector 500-700 m2 (400-560 m2 WVO). Deze verhouding is gebaseerd op een inschatting van enerzijds de beschikbare marktruimte en de marktmogelijkheden voor de genoemde opties.

⁹ 80% van 1.400 m2 BVO = 1.120 m2 WVO



De uitkomst van de uiteindelijke branchering is uiteraard afhankelijk van de belangstelling in de markt en de individuele wensen van de huidige en toekomstige ondernemers.

Toelichting op de branchering

Voor een versterking van Tolbergcentrum en een meer toekomstbestendige branchering, dient een completer en aantrekkelijker aanbod gecreëerd te worden en tevens om ruimte te bieden aan de gewenste schaalvergroting bij een aantal bestaande ondernemers. De uitbreiding maakt ook mogelijk om het gedateerde winkelcentrum te renoveren, het comfort te verhogen en zo tegemoet te komen aan de wens van de consument.

- Qua branchering is allereerst ruimte voor een vergroting van het huidige aanbod in de drogisterij/parfumeriesector. Op basis van een door Strabo gemaakte dpoberekening (zie Bijlage 6) is er ruimte voor een extra metrage van 330 m² aan persoonlijke verzorging. Verder geldt dat een tweede drogist gebruikelijk is in moderne wijkcentra¹⁰. Ook bij de consument leeft de behoefte aan een tweede drogisterij. (zie Bijlage 2, consumentenonderzoek).
- Het versaanbod in Tolberg kan nog verder versterkt worden. Gezien het draagvlak en de substantieel toevloeiing lijkt er voldoende marktruimte voor een moderne viswinkel, reform/biologische winkel of een agf-speciaalzaak (evt. ook biologisch gericht).
- Ook is er ruimte voor een toko-achtige winkel.
- Aansluitend past ook een winkel met een combinatie van bijvoorbeeld zoetwaren, chocola, thee en koffie.
- Tenslotte wordt een reservering gemaakt voor schaalvergroting bij bestaande ondernemers in de foodsector.

Aansluitend op deze branchering is er ruimte voor frequent benodigd dagelijkse, niet keuzegevoelige of juist servicegevoelige producten.

- Een textielsuper zou een goede aanvulling zijn en behoort standaard tot de branchering van moderne wijkcentra.
- De Blz-ondernemer heeft al aangegeven naar een groter metrage te willen na uitbreiding. Die behoefte is te ramen op 60 m².
- De huidige Marskramer kan ook vergroot worden. Vergroting van de assortimenten zoals speelgoed, liggen voor de hand.
- De dierspeciaalzaak is gestopt vanwege de vertraging in de uitbreiding. Er is ruimte voor een moderne dierspeciaalzaak. Op de Kennedylaan zit een kleine vestiging van Dobey op 70 m².

Aanvullend in de branchering is er plaats voor servicegevoelige branches als een fietsenzaak (inclusief reparatie). Op de Kennedylaan zit nu een kleine fietsenzaak (van

¹⁰ Gemiddeld is in de benchmarkcentra 1,7 drogist per winkelgebied gevestigd.

Zitteren op 77 m² WVO). Wellicht zijn er ook nog verplaatsingskandidaten elders in Roosendaal.

Ook een opticien/audicien past in deze branchering. Naast de concentratie in de binnenstad met veel keuzemogelijkheden, is er ook ruimte voor een lokale specialist.

Uiteindelijk bepaalt de concrete belangstelling van potentiële ondernemers wat de branchering zal zijn. Duidelijk is dat er veel mogelijkheden zijn

Tabel 3: Overzicht in BVO in m²

	Huidig BVO	Uitbreiding in m ² BVO	Totaal BVO na uitbreiding
dagelijks	3.801	700 – 900	4.501 – 4.701
niet-dagelijks	580	500 – 700	1.080 – 1.280
diensten/horeca	311	200	511
leegstand	154		
totaal	4.692	1.600 m ²	6.446

Bijlage 4: Benchmarkanalyse wijkwinkelcentra (klein)

Bron: Locatus

	Branche	VKP per WGB	WVO	AantalWGB
	11.010.012-Groente/Fr	1,0	60	7
	11.010.111-Bakker	1,2	61	9
	11.010.132-Chocola	1,0	40	1
	11.010.141-Delicatessen	1,0	89	2
	11.010.261-Kaas	1,0	41	4
	11.010.309-Minisuper	1,5	106	2
	11.010.471-Slagerij	1,0	52	7
	11.010.477-Slijter	1,1	81	8
	11.010.519-Supermarkt	1,8	1.785	9
	11.010.522-Tabak/Lect	1,0	154	4
	11.010.588-Vis	1,0	56	2
	11.010.657-Zoetwaren	1,0	60	4
	11.010.950-Levensmid Ov	1,0	20	1
	11.020.024-Apotheek	1,0	70	6
	11.020.156-Drogist	1,7	326	6
	11.020.395-Haarproducten	1,0	60	1
	22.030.618-Warenhuis	1,0	410	1
	22.040.135-Damesmode	2,0	146	5
	22.040.138-D&H Mode	1,0	157	4
	22.040.216-Herenmode	1,0	278	1
	22.040.360-Modeaccess	1,0	30	1
	22.040.543-Textielsuper	1,2	234	6
	22.060.252-Juwelier	1,0	54	2
	22.060.770-Optiek	1,2	95	6
	22.070.240-Huishoud Art	1,0	262	7
	22.070.264-Cadeau-Art	1,0	47	2
	22.080.021-Antiek	1,0	35	1
	35.100.486-Speelgoed	1,0	45	2
	35.100.950-Sport Spec	1,0	40	1
	35.110.165-Electronica	1,0	48	1
	35.110.227-Handvaardigh	1,0	169	1
	35.120.090-Boekhandel	1,0	104	1
	35.120.750-Boek&Kantoor	1,0	203	3
	37.130.087-Bloem/Plant	1,0	77	9
	37.130.147-Dibevo	1,0	111	4
	37.150.130-Computers	1,0	28	2
	37.150.537-Telecom	1,0	45	1
	37.150.642-Electro	1,0	228	2

37.160.177-Fietsen	1,5	255	2
37.160.178-Scooters/brommers	1,0	80	1
37.170.249-IJzerw&Gereed	1,0	205	1
37.170.576-Verf/Behang	1,0	77	1
37.180.348-Meubelen	1,0	218	1
37.180.630-Parket/Lamin	1,0	30	1
37.180.635-Tegels	1,0	90	1
37.180.648-Woningtext	1,0	164	1
38.200.225-Paramedisch	1,0	60	1
38.200.950-Non-Food Ov	1,0	34	1
45.203.269-Autoschade	2,0		1
45.203.270-Garagebedr	1,5		2
45.205.528-Tankstation	1,0		1
59.210.123-Café	1,0		4
59.210.127-Koffiehuis	1,0		1
59.210.171-Fastfood	1,1		8
59.210.180-Bezorg/Halen	1,5		2
59.210.215-Grillroom/Sh	1,5		4
59.210.430-Café-Restaurant	1,0		1
59.210.434-Restaurant	1,0		4
59.220.075-Bibliotheek	1,0		2
59.230.078-Biljart/Pool	1,0		1
59.230.200-Fitness	1,0		2
59.230.660-Zonbank	1,0		1
65.250.033-Videotheek	1,0		1
65.260.222-Schoenrep/sleutels	1,0		4
65.260.230-Kapper	1,9		9
65.260.240-Schoonheidss	1,5		2
65.260.294-Kledingrep	1,0		2
65.260.301-Stoffeerderij	1,0		1
65.260.501-Dierentrimsalon	1,0		2
65.260.950-Ambacht Ov	1,0		1
65.280.030-Finan Interm	2,0		1
65.290.340-Makelaardij	1,0		1
65.290.624-Stomerij/Wassalon	1,0		1
65.290.865-Reisburo	1,0		2
65.290.878-Uitzendburo	1,0		1

Bijlage 5: Kooporiëntaties dagelijks

Dagelijks	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig R'daal	kernen	Totaal
Tolberg	81%	14%	4%	24%	20%
Kroeven	5%	22%	5%	6%	8%
Langdonk	1%	30%	3%	4%	9%
Kortendijk	1%	0%	17%	0%	9%
Rembrandtgalerij	0%	4%	10%	0%	6%
Beethovenlaan	3%	6%	25%	3%	15%
Centrum Roosendaal	9%	23%	31%	17%	24%
Overig Roosendaal	0%	0%	2%	0%	1%
Kernen	0%	0%	2%	36%	6%
Totaal Roosendaal	100%	100%	98%	90%	98%
Elders	0%	0%	1%	9%	2%
Buitenland	0%	0%	0%	1%	0%
Internet	0%	0%	0%	0%	0%
Markt/overig	0%	0%	0%	0%	0%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig R'daal	kernen	Totaal
Tolberg	€ 23,0	€ 5,4	€ 3,6	€ 6,6	€ 38,6
Kroeven	€ 1,3	€ 8,4	€ 4,5	€ 1,7	€ 15,9
Langdonk	€ 0,4	€ 11,7	€ 3,4	€ 1,2	€ 16,7
Kortendijk	€ 0,3	€ 0,1	€ 16,9	€ 0,0	€ 17,2
Rembrandtgalerij	€ 0,0	€ 1,5	€ 9,5	€ 0,0	€ 11,0
Beethovenlaan	€ 0,8	€ 2,4	€ 25,0	€ 0,7	€ 29,0
Centrum Roosendaal	€ 2,4	€ 9,0	€ 30,3	€ 4,6	€ 46,3
Overig Roosendaal	€ 0,0	€ 0,0	€ 2,4	€ 0,1	€ 2,5
Go Stores	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Rosada	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Kernen	€ 0,1	€ 0,2	€ 1,5	€ 9,8	€ 11,6
Elders	€ 0,0	€ 0,0	€ 1,2	€ 2,5	€ 3,6
Buitenland	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,2	€ 0,2
Internet	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Markt/overig	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,4	€ 0,0	€ 0,5
Totaal	€ 28,3	€ 38,8	€ 98,6	€ 27,3	€ 193,0
<i>totaal ex internet</i>	€ 28,3	€ 38,8	€ 98,6	€ 27,3	€ 193,0

Niet-dagelijks (in Tolberg aanwezig)	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig Roosendaal	kernen	Totaal
Tolberg	17%	7%	1%	4%	5%
Kroeven	0%	5%	1%	1%	2%
Langdonk	0%	7%	0%	0%	1%
Kortendijk	0%	0%	6%	0%	3%
Rembrandtgalerij	0%	0%	1%	0%	1%
Beethovenlaan	0%	0%	6%	0%	3%
Centrum Roosendaal	66%	71%	64%	59%	65%
Overig Roosendaal	1%	2%	3%	1%	2%
Go Stores	0%	0%	1%	0%	1%
Rosada	0%	2%	1%	0%	1%
Kernen	1%	0%	1%	14%	3%
Roosendaal	85%	95%	85%	80%	86%
Elders	8%	1%	7%	13%	7%
Buitenland	2%	2%	1%	1%	2%
Internet	6%	2%	6%	5%	5%
Markt/overig	0%	0%	1%	1%	0%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%
Oriëntatie op Tolberg (incl. overige artikelgroepen)	10%	4%	1%	2%	3%

	Tolberg	Kroeven/ Langdonk	Overig Roosendaal	kernen	Totaal
Tolberg	€ 2,4	€ 1,5	€ 0,6	€ 0,6	€ 5,1
Kroeven	€ 0,0	€ 0,9	€ 0,4	€ 0,2	€ 1,6
Langdonk	€ 0,0	€ 1,3	€ 0,1	€ 0,0	€ 1,4
Kortendijk	€ 0,0	€ 0,0	€ 2,8	€ 0,0	€ 2,9
Rembrandtgalerij	€ 0,0	€ 0,1	€ 0,5	€ 0,0	€ 0,6
Beethovenlaan	€ 0,0	€ 0,0	€ 3,2	€ 0,1	€ 3,3
Centrum Roosendaal	€ 9,2	€ 14,0	€ 31,7	€ 8,5	€ 63,4
Overig Roosendaal	€ 0,1	€ 0,4	€ 1,5	€ 0,2	€ 2,2
Go Stores	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,6	€ 0,0	€ 0,6
Rosada	€ 0,0	€ 0,5	€ 0,4	€ 0,0	€ 0,9
Kernen	€ 0,1	€ 0,0	€ 0,4	€ 2,1	€ 2,6
Elders	€ 1,1	€ 0,1	€ 3,7	€ 1,8	€ 6,8
Buitenland	€ 0,2	€ 0,4	€ 0,6	€ 0,2	€ 1,5
Internet	€ 0,8	€ 0,4	€ 2,9	€ 0,7	€ 4,8
Markt/overig	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,3	€ 0,1	€ 0,5
totaal	€ 14,0	€ 19,7	€ 49,9	€ 14,5	€ 98,2
totaal EX INTERNET	€ 13,2	€ 19,3	€ 47,0	€ 13,8	€ 93,4

Bijlage 6: Marktruimtebenadering drogisterij/parfumeriebranche

drogisterij	
	Tolberg
omvang bevolking	12.387
bestedingen/hoofd na inkomenscorrectie	€ 220
bestedingspotentieel in miljoenen	€ 2.721.824
koopkrachtbinding	70%
gebonden bestedingen in miljoenen	€ 1.9
koopkrachttoevloeiing	30%
toevloeiende omzet in miljoenen	€ 0,8
totaal omzetpotentieel in miljoenen	€ 2.7
vloerproductiviteit persoonlijke verzorging	€ 5.497
omzetpotentieel in m2	495
aanwezig metrage WVO pv	165
marktruimte in m2	330

Uitgaande van een stijging van de huidige binding van 46% naar 70% en daling van de huidige toevoeiing van 48% naar 30%.



Bijlage 7: Jurisprudentie met betrekking tot de Ladder voor Duurzame Verstedelijking

OMGEVINGSWEB

Leegstand in de ruimtelijke ordening

11 april 2015 - mw. mr. Franca Damen | regelgeving Leegstand, ruimtelijke ordening

Bij de beoordeling of medewerking moet worden verleend aan een nieuwe stedelijke ontwikkeling moet rekening worden gehouden met bestaande leegstand. Er dient te allen tijde sprake te zijn van een goede ruimtelijke ordening.

Ladder voordoorzame verstedelijking

Op grond van artikel 3.1.6, tweede lid, van het Besluit ruimtelijke ordening (hierna: Bro) dient de toelichting op een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling – zijnde een ruimtelijke ontwikkeling van bijvoorbeeld kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen (artikel 1.1.1, eerste lid, sub i, Bro) – mogelijk maakt, te voldoen aan de volgende voorwaarden:

1. er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte;
2. 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, en;
3. 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.

Dit artikel is nieuw ingevoerd bij Besluit van 28 augustus 2012, houdende wijziging van het Besluit algemene regels ruimtelijke ordening en van het Besluit ruimtelijke ordening in verband met de toevoeging van enkele onderwerpen van nationaal ruimtelijk belang (Stb. 2012, 388). Achtergrond voor de invoering van dit artikel is gelegen in een zorgvuldige benutting van de beschikbare ruimte voor verschillende functies, hetgeen vraagt om een goede onderbouwing van nut en noodzaak van een nieuwe stedelijke ruimteaanvraag en een zorgvuldige ruimtelijke inpassing van de nieuwe ontwikkeling. Doelstelling daarbij is ook het voorkomen van leegstand.

Bij het toestaan van nieuwe stedelijke ontwikkelingen schrijft het Besluit ruimtelijke ordening aldus voor dat de ladder van duurzame verstedelijking moet worden doorlopen. Dat betekent onder meer dat moet worden gemotiveerd dat er een actuele, regionale behoefte bestaat aan de nieuwe ontwikkeling. Als blijkt dat de behoefte bestaat, is de



volgende stap dat wordt gemotiveerd dat in die behoefte niet in bestaand stedelijk gebied kan worden voorzien in plaats van nieuwbouw. De behoefte dient afgewogen te worden tegen het bestaande aanbod. In dat aanbod zitten ook de leegstaande woningen, kantoren, winkelpanden en bedrijventerreinen. Hier dient dus uitdrukkelijk rekening mee gehouden te worden.

Jurisprudentie

Overigens weegt de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State (hierna: de Afdeling) ook zonder deze wettelijke ladder van duurzame verstedelijking af of de gemeente zich rekenschap heeft gegeven van het risico bij dreigende overcapaciteit op het ontstaan van leegstand door de nieuwbouw. Wanneer die leegstand tot onaanvaardbare gevolgen kan leiden voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat, kan dat een ruimtelijk relevante reden zijn om van nieuwe ontwikkelingen af te zien (zie bijv. ABRS 5 december 2012, zaaknr. 201200385, ABRS 11 september 2013, zaaknr. 201200385, ABRS 18 september 2013, zaaknr. 201208105 en ABRS 12 februari 2014, zaaknr. 201302182).

Uit de jurisprudentie van de Afdeling volgt echter dat niet snel wordt aangenomen dat reeds bestaande leegstand ertoe leidt dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling niet mogelijk gemaakt had mogen worden. De stelling dat de nieuwe ontwikkeling tot leegstand zal leiden, zal in elk geval moeten worden gekwantificeerd (ABRS 18 september 2013, zaaknr. 201208105). Daarbij zij ook gewezen op de uitspraak van de Afdeling van 31 juli 2013 (zaaknr. 201209729), waarin een bouwvergunning en vrijstelling ex artikel 19 WRO ten behoeve van een nieuwe supermarkt aan de orde waren. Niet in geschil was dat ter plaatse reeds sprake was van een relatief hoge leegstand. De Afdeling oordeelde evenwel dat de aan de besluitvorming ten grondslag liggende onderzoeksrapporten geen aanknopingspunten boden voor het oordeel dat de vestiging van de nieuwe supermarkt zou leiden tot een dusdanige toename van de bestaande leegstand dat de winkelstructuur hierdoor zodanig zou worden aangetast dat daardoor een onaanvaardbaar woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat zou ontstaan. De reeds relatieve hoge leegstand vormde dus geen grond om de ontwikkeling van een nieuwe supermarkt te weigeren.

Conclusie

Uit het bovenstaande volgt dat wanneer een nieuw bestemmingsplan wordt vastgesteld, rekening gehouden moet worden met reeds bestaande leegstand. Meer specifiek moet reeds bestaande leegstand worden meegenomen bij de beoordeling of planologisch medewerking wordt verleend aan een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Daarbij dient op grond van artikel 3.1.6, tweede lid, Bro de ladder van duurzame verstedelijking doorlopen te worden. Uit de jurisprudentie volgt echter dat de stelling dat een nieuwe ontwikkeling tot een onaanvaardbaar woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat zal leiden, niet snel wordt aangenomen.

Relevante wetsartikelen: 3.1.6, lid 2, Bro