

gemeente Cuijk

verplaatsing Aldi

ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

401060.20160150

projectleider:

ir. R.J.M.M. Schram

auteur(s):

M.G.M.C. Geerts MSc

planstatus

datum:

27-03-2017

opdrachtgever:

GBB B.V.

Inhoud

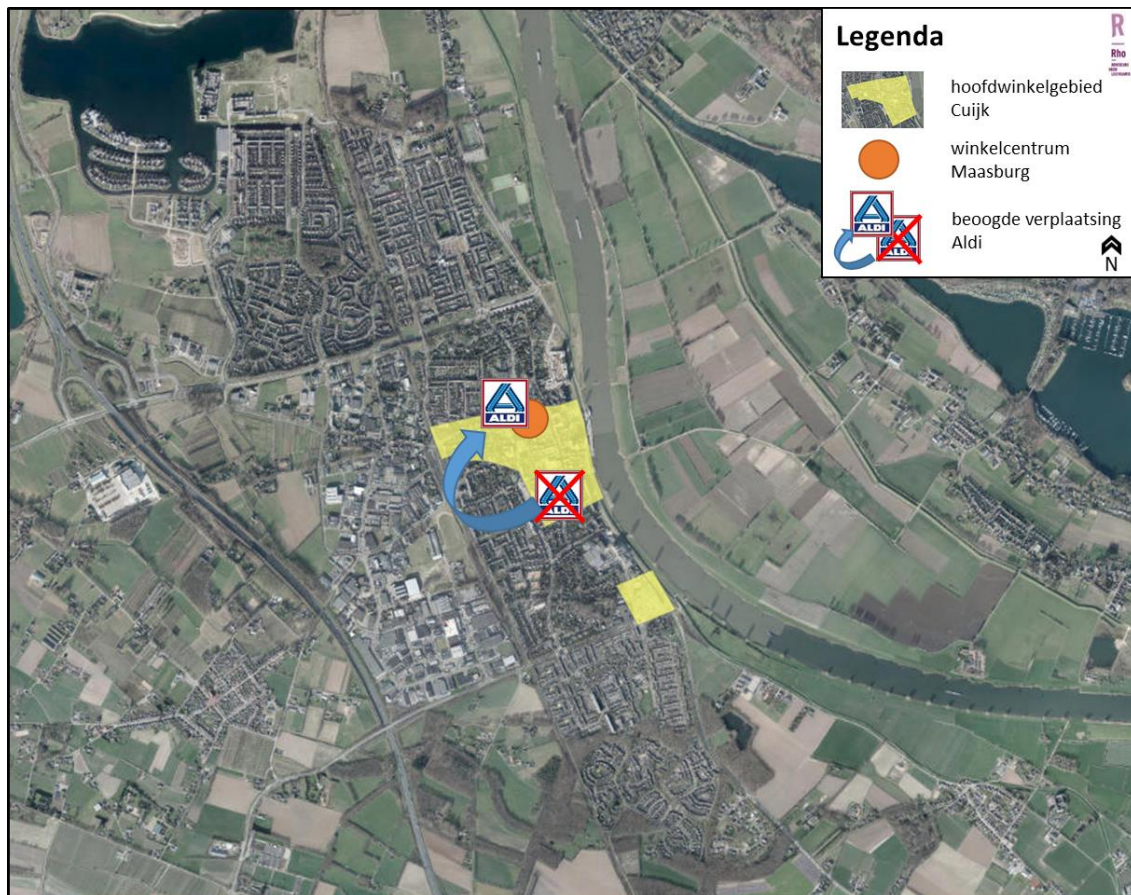
1. Inleiding	3
1.1. Aanleiding	3
1.2. Vraagstelling	4
1.3. Leeswijzer	5
2. Beleidskader	6
2.1. Structuurvisie ruimtelijke ordening (provincie Noord-Brabant, 2014)	6
2.2. Verordening ruimte (provincie Noord-Brabant, 2014; geconsolideerde versie 2017)	6
2.3. Regionale Detailhandelsvisie Agrofood Capital Noordoost-Brabant (2015)	6
2.4. Subregionale Detailhandelsvisie Land van Cuijk (2016)	8
2.5. Structuurvisie Cuijk (2015)	9
2.6. Centrumvisie Cuijk (2014)	10
2.7. Conclusie	12
3. Behoefte	13
3.1. Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Cuijk	13
3.2. Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector Cuijk	14
3.3. Positionering harddiscounter Aldi	16
3.4. Spreiding harddiscountsegment regio Cuijk	19
3.5. Distributieplanologische marktanalyse	20
3.5.1. Relatieve omvang winkelaanbod	20
3.5.2. Distributieplanologische analyse	20
3.6. Conclusie	24
4. Locatieafweging	25
4.1. Ruimtebeslag moderne harddiscounter	25
4.2. Knelpunten huidige locatie	26
4.3. Inpassing uitbreiding/verplaatsing binnen bestaande winkelgebieden	28
4.4. Locatieafweging: Zwaanplein	31
4.5. Mogelijkheden herinvulling vertreklocatie Kaneelstraat 38-44	33
4.6. Conclusie	34
5. Conclusie	36
5.1. Behoefte (trede 1 ladder voor duurzame verstedelijking)	36
5.2. Locatieafweging (treden 2 en 3 ladder voor duurzame verstedelijking)	37
5.3. Conclusie	38

1. Inleiding

3

1.1. Aanleiding

Momenteel heeft Aldi één vestiging in Cuijk aan de Kaneelstraat 38-44. Deze winkel is te klein (510 m² wvo¹; Locatus, 2017) en heeft te weinig parkeerplaatsen (40 stuks). De winkel voldoet dan ook niet meer aan de eisen en verwachtingen van de consument aan een moderne harddiscounter of supermarkt. De winkel wordt door bebouwing omsloten en is slecht zichtbaar. Uitbreiding van de bestaande winkel is vanwege de stedenbouwkundige context niet mogelijk. De winkelruimte is niet meer courant voor een supermarkt. Aldi is daarom voornemens om haar winkel te verplaatsen naar de locatie Zwaanplein in het centrum van Cuijk (figuur 1.1).



Figuur 1.1 Beoogde verplaatsing Aldi Cuijk

¹ Winkelvloeroppervlak (wvo): uitsluitend het voor consumenten toegankelijke/zichtbare deel van de winkel

De beoogde locatie Zwaanplein betreft een leegstaand kantoor aan de rand van het centrumgebied van Cuijk en winkelcentrum Maasbrug. De ontwikkeling is in strijd met het ter plaatse geldende bestemmingsplan en is daardoor planologisch niet mogelijk. De gemeente Cuijk heeft aangegeven mee te willen werken aan de verplaatsing door middel van de herziening van het bestemmingsplan. In dit ruimtelijk-economisch onderzoek wordt de beoogde verplaatsing van Aldi binnen Cuijk getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

1.2. Vraagstelling

In dit onderzoek wordt onder andere gekeken naar een optimale dagelijkse voorzieningenstructuur voor de gemeente Cuijk. Een optimale structuur voorziet de inwoners op een zo kort mogelijke afstand in al hun dagelijkse boodschappen. Harddiscunter Aldi vormt daarin een wezenlijk onderdeel. Naar aard en opzet is een harddiscunter complementair aan de overige supermarkten. Het beoordelen van de ruimtelijk-economische effecten van de beoogde verplaatsing van Aldi in Cuijk vindt plaats conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking.

Ladder voor duurzame verstedelijking

In artikel 3.1.6, lid 2 Bro is (per 01-10-2012) voorgeschreven dat indien een bestemmingsplan 'een nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maakt, in de toelichting van het bestemmingsplan een verantwoording daarvan moet plaatsvinden volgens de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking. Een ontwikkeling moet daarin kortgezegd voldoen aan de volgende voorwaarden:

1. Voorziet de voorgenomen ontwikkeling in een actuele regionale behoefte?
2. Kan in deze behoefte worden voorzien door herstructurering, intensivering of transformatie binnen bestaand stedelijk gebied?
3. Indien blijkt dat de ontwikkeling niet binnen bestaand stedelijk gebied kan plaatsvinden, kan een nieuwe locatie worden gezocht die beschikt over verschillende middelen van vervoer en passend ontsloten is.

De volgende onderzoeksvragen staan centraal in dit ruimtelijk-economisch onderzoek:

- Past de beoogde verplaatsing van Aldi in Cuijk binnen de kaders van de ladder voor duurzame verstedelijking?
- Is de beoogde locatie een geschikte locatie in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking?
- Wat is het effect van het verplaatsen en uitbreiden van Aldi op de beoogde locatie voor het functioneren van het overige dagelijkse aanbod in Cuijk en omgeving?

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden komen de volgende aspecten aan de orde:

- de relevante beleidsaspecten;
- de huidige situatie in de dagelijkse goederensector van Cuijk en omgeving;
- een analyse van de supermarktsegmenten in Nederland;
- de positie van Aldi binnen de Nederlandse supermarktstructuur;
- de regionale spreiding van het harddiscountsegment;
- de analyse van de actuele – en toekomstige regionale behoefte;
- een locatieafweging met de beoordeling van de huidige – en beoogde locatie;
- de toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking met een beschrijving van de effecten op het bestaande winkelaanbod in de dagelijkse goederensector van Cuijk.

1.3. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt het relevante beleidskader geschetst. In hoofdstuk 3 is de actuele regionale behoefte aan de beoogde verplaatsing van Aldi onderzocht. In dit hoofdstuk is onder meer aandacht voor het verzorgingsgebied van Cuijk en de positie van Aldi binnen de Nederlandse supermarktstructuur. Vervolgens komt in hoofdstuk 4 de ruimtelijk relevante aspecten aan bod in de locatieafweging. Tot slot wordt de beoogde verplaatsing van Aldi in Cuijk getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking in hoofdstuk 5.

2. Beleidskader

Het afwegingskader voor een nieuwe detailhandelsontwikkeling bestaat uit provinciaal, regionaal en gemeentelijk beleid. In dit hoofdstuk worden de hoofdlijnen van beleid uiteengezet.

2.1. Structuurvisie ruimtelijke ordening (provincie Noord-Brabant, 2014)

Op 19 maart 2014 zijn de Structuurvisie ruimtelijke ordening en de Verordening ruimte 2014 in werking getreden. Noord-Brabant heeft de ambitie tot de top van Europese kennis- en innovatie regio's te blijven behoren. Een aantrekkelijk leef-, woon- en vestigingsklimaat is hiervoor een essentiële voorwaarde. Juist met het oog op de aantrekkelijkheid van Brabant vindt de provincie een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur van groot belang. Een detailhandelsstructuur waarin plaats is voor innovaties en die ruimte biedt aan verbindingen met diverse andere economische en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen. De Structuurvisie ruimtelijke ordening omschrijft daarom dat de ontwikkeling van detailhandelslocaties een provinciaal belang betreft. Fundamentele veranderingen in de detailhandel (economische stagnatie, omzetverschuivingen van “offline” en naar “online” winkels, toenemende winkelleegstand, digitalisering van de samenleving, demografische transities, toenemend belang van beleving, veranderende vrijetijdsbestedingen en bewegingen in de horeca) vragen om vernieuwing van de detailhandelsstructuur. Er is beperkt ruimte voor uitbreiding van detailhandel. Een reductie van detailhandelsvoorzieningen wordt voorzien. Daarom is het belangrijk zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra. Dit is een primaire verantwoordelijkheid van de gemeenten. De voornaamste taak van de provincie is om ruimtelijke ontwikkelingen van detailhandelslocaties af te stemmen als het gaat om grootschalige, bezoeker intensieve ontwikkelingen met een regionaal en bovenregionaal karakter.

2.2. Verordening ruimte (provincie Noord-Brabant, 2014; geconsolideerde versie 2017)

Het ruimtelijk beleid is vertaald in de Verordening ruimte. In artikel 3.1 is de zorgplicht voor ruimtelijke kwaliteit opgenomen. De toelichting bij een bestemmingsplan dat voorziet in een ruimtelijke ontwikkeling bevat een verantwoording dat het plan bijdraagt aan de zorg voor het behoud en bevordering van ruimtelijke kwaliteit. Het principe van zorgvuldig ruimtegebruik houdt in dat als er sprake is van een stedelijke ontwikkeling de Ladder voor duurzame verstedelijking het uitgangspunt is. Een bestemmingsplan gelegen in bestaand stedelijk gebied kan voorzien in een ontwikkeling of een uitbreiding van een detailhandelslocatie, tenzij deze ontwikkeling of uitbreiding leidt tot een bovenregionale verzorgingsfunctie. De toelichting bij een bestemmingsplan dat voorziet in een ontwikkeling of een uitbreiding van een detailhandelslocatie bevat een verantwoording over de wijze waarop de afspraken die daarover zijn gemaakt in het regionaal ruimtelijk overleg worden nagekomen.

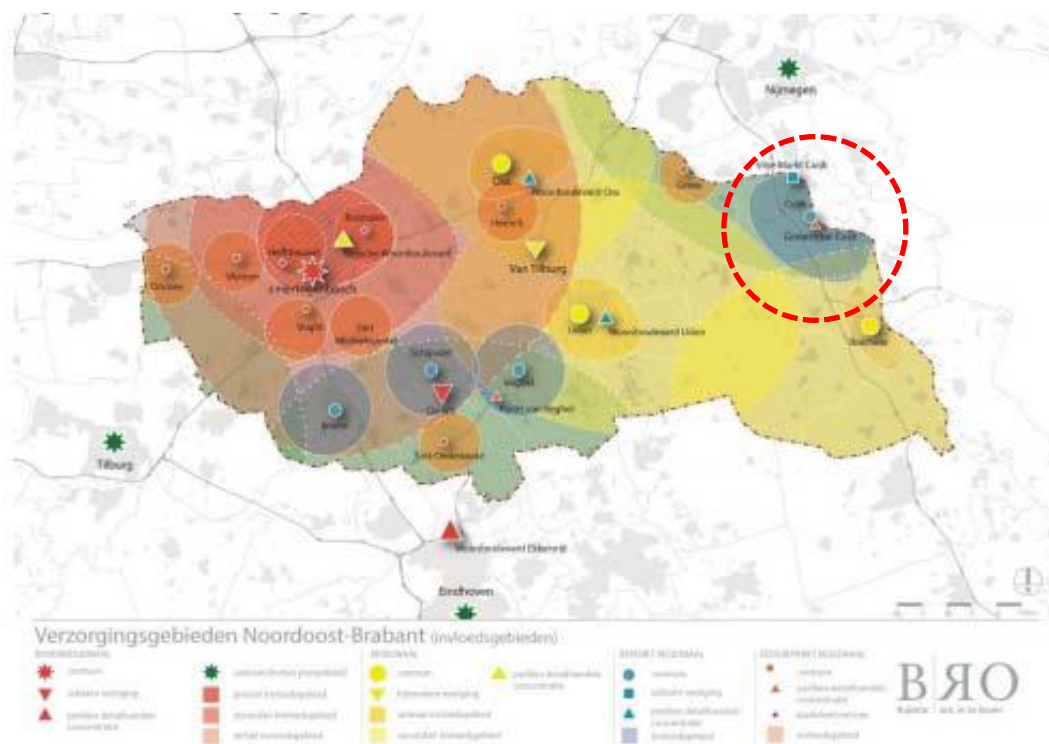
2.3. Regionale Detailhandelsvisie Agrofood Capital Noordoost-Brabant (2015)

De gemeente Cuijk behoort tot de regio Noordoost-Brabant. In deze regio is gekozen voor een gezamenlijke regionale visie op de detailhandelsstructuur. Het doel van deze visie is het formuleren van een gedeelde ambitie en visie over de gewenste ontwikkelingsstructuur van de detailhandel binnen de

regio Noordoost-Brabant. De regionale visie vormt het uitgangspunt voor lokaal gemeentelijk beleid. Uitgangspunt van de visie op de regionale detailhandelsstructuur is een goede consumentenverzorging in perspectiefrijke winkelgebieden. Regionale afstemming moet voorkomen dat de beoogde structuur wordt ondermijnd door detailhandelsontwikkelingen op minder gewenste locaties. Daarnaast moet ruimte geboden worden aan vernieuwing in de detailhandel. Het gaat nadrukkelijk om complementair aanbod met een toegevoegde waarde voor de consument dat in synergie met bestaande perspectiefrijke winkelgebieden kan functioneren.

Om de ambities te verwezenlijken zijn een aantal doelstellingen geformuleerd. Een belangrijke doelstelling is de concentratie van het winkelaanbod in compacte perspectiefrijke bestaande centrumgebieden. De meerwaarde van clustering van winkels is dat bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. Het regionale beleid is er op gericht winkelveorzieningen in de bestaande centra te clusteren en een verdere verspreiding van de detailhandel op locaties buiten de concentraties te voorkomen.

Vanuit de ambities en doelstellingen in de regionale detailhandelsvisie is de positionering van de winkelgebieden binnen de regio Noordoost-Brabant bepaald. Een aantal aspecten is bepalend voor het verzorgingsniveau van een winkelgebied: de omvang van een winkelgebied, de draagvlakpotentie, de geografische positie en de concurrentiepositie. Op basis van de Regionale Detailhandelsvisie Noordoost-Brabant is Cuijk ingedeeld in de categorie 'beperkt regionaal' verzorgingsniveau (figuur 2.1). Deze winkelgebieden zullen in de toekomst winkelaanbod gaan inleveren en zich profileren als gemakscentra waar aspecten zoals bereikbaarheid, parkeren en compleetheit in dagelijks winkelaanbod doorslaggevend zijn.



Figuur 2.1 Verzorgingsgebieden winkelcentra Noordoost-Brabant (Regionale Detailhandelsvisie Agrifood Capital Noordoost-Brabant, 2015; *Cuijk rood gearceerd*)

Winkelgebieden ontwikkelen in de toekomst steeds nadrukkelijker een eigen profiel, gericht op de behoeften in het verzorgingsgebied. Nieuwe initiatieven worden gemotiveerd vanuit de regionale behoefte en de afweging van effecten op winkelgebieden. Belangrijk is de aard en omvang van het initiatief in relatie tot het verzorgingsniveau van het winkelgebied waarin het initiatief wordt beoogd. Als een initiatief in een winkelgebied met een bepaald verzorgingsniveau groter is dan de genoemde

drempelwaarde dan is regionale afstemming vereist. Initiatieven onder de drempelwaarde worden geacht passend te zijn bij het verzorgingsniveau van het winkelgebied. De drempelwaarde voor een beperkt en zeer beperkt regionaal verzorgingsgebied (waar Cuijk onder valt) is initiatieven groter dan 1.500 m² wvo. De beoogde ontwikkeling van Aldi aan het Zwaanplein omvat 1.200 m² wvo. Voor de beoogde ontwikkeling is geen regionale afstemming vereist met het Ruimtelijk Regionaal Overleg (RRO), waardoor alleen de lokale toetsingsgrondslag aan de orde is. Dit betreft de ladder voor duurzame verstedelijking.

2.4. Subregionale Detailhandelsvisie Land van Cuijk (2016)

De gezamenlijke gemeenten in het Land van Cuijk hebben een regiovisie op subregionaal niveau opgesteld, voor de gemeenten Boxmeer, Cuijk, Grave, Mill en Sint Hubert en Sint-Anthonis.. De afspraken in deze subregionale detailhandelsvisie zijn een aanvulling op de Regionale Detailhandelsvisie Agrifood Capital Noordoost-Brabant.

In de Subregionale Detailhandelsvisie Land van Cuijk (2016) wordt geconcludeerd dat Cuijk met ruim 15.000 m² wvo (circa 80 winkels) het tweede centrum van de regio Land van Cuijk is met een divers winkelaanbod. Boxmeer betreft het grootste centrum in de regio. Cuijk-centrum heeft primair een boodschappen- en gerichte koopfunctie voor inwoners van de gemeente en omliggende kleine kernen uit aangrenzende gemeenten (o.a. Mook en Gassel).

In de detailhandelsvisie wordt beschreven dat toerisme een groeimarkt is in het Land van Cuijk. Zowel in het verblijfstoerisme, fietstoerisme als overig dagtoerisme (zelfs vanuit Duitsland) wordt koopkrachttoevloeiing verwacht. De uitdaging voor bijvoorbeeld Cuijk is het toeristische bezoek, dat nu vooral op het buitengebied afkomt, ook naar de centra te halen. Het centrum van Cuijk kan door haar ligging direct aan de Maas profiteren van verblijfstoeristen. Om zowel toeristen als bewoners van de regio aan de centra te kunnen binden is het van belang de centra aantrekkelijk en levendig te houden en hierbij een brede functiemix na te streven met ook horeca, cultuur en evenementen.

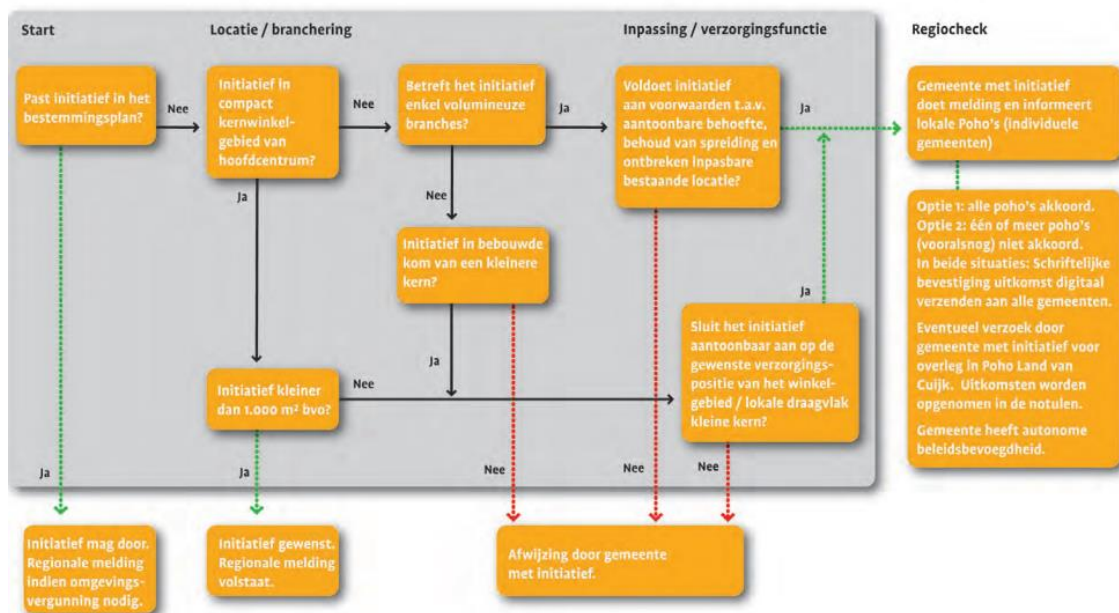
In het uitvoeringskader van de subregionale detailhandelsvisie is opgenomen dat centrumgebieden de grootste meerwaarde voor consumenten hebben en bieden de beste kansen voor synergie en een zo compleet en sterk mogelijke structuur. Binnen het compacte kernwinkelgebied van de hoofdkernen zijn (vernieuwende) detailhandelsontwikkelingen toegestaan, mits deze aansluiten bij de beoogde verzorgingsfunctie van het winkelgebied.

Om gericht uitvoering te kunnen geven aan het Detailhandelsbeleid Land van Cuijk zijn er op hoofdlijnen vier regionale actielijnen, waaraan de gemeenten gezamenlijk, individueel en/of met marktpartijen invulling geven:

1. regionale toetsing nieuwe winkelplannen;
2. reduceren plannen en planologische ruimte;
3. vertalen detailhandelsvisie in lokaal beleid;
4. profileren hoofdcentra.

Voor de regionale toetsing is een overzichtelijk toetsingskader opgesteld (figuur 2.3). Uit figuur 2.3 wordt geconcludeerd dat het initiatief van Aldi voldoet aan de uitgangspunten van de subregionale detailhandelsstructuur in het Land van Cuijk. Momenteel past het initiatief niet binnen het bestemmingsplan, omdat de beoogde locatie een leegstaand kantoor betreft aan het Zwaanplein. De beoogde locatie is gelegen aan het hoofdwinkelgebied van Cuijk. De verplaatsing van Aldi maakt het hoofdwinkelgebied van Cuijk compacter. Het initiatief is groter dan 1.000 m² bvo. Reeds is de beoogde verplaatsing gemeld en besproken met de regio in het reguliere portefeuillehoudersoverleg (poho). Uit dit overleg zijn geen bezwaren naar voren gekomen. Geconcludeerd wordt dat de beoogde verplaatsing van Aldi aansluit op de regionale beleidskaders en succesvol het toetsingsschema kan doorlopen.

Figuur 3 Toetsingsschema nieuwe winkelinitiatieven Land van Cuijk



Figuur 2.3 Toetsingsschema nieuwe winkelinitiatieven Land van Cuijk

Naast het toetsingsschema moeten nieuwe ontwikkelingen waaraan een gemeente overweegt mee te werken getoetst worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

Verder geven gemeenten invulling en ondersteuning aan de transformatie van bestaand verspreid leegstaand winkelaanbod buiten de gewenste winkelstructuur (actielijn 2), door verbreding van de bestemming met bijvoorbeeld wonen, kleinschalige bedrijvigheid of zorgfuncties. Op deze wijze ontstaat een organische transitie en op termijn een sterke afname van het winkelvloeroppervlak in kwetsbare locaties buiten centra en centrumdelen. De gemeente kan hier bijvoorbeeld invulling aangeven met de actualisatie van bestemmingsplannen. Voor gebieden buiten de compacte centra worden ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel uit bestemmingsplannen geschrapt, indien deze niet ingevuld zijn of op termijn niet meer ingevuld worden, conform de beleidslijn van de regio Noordoost-Brabant.

Actielijn 3 is gericht op visievorming. De visies van gemeenten moeten in lijn zijn met de regionale detailhandelsvisie. Bijzondere aandacht in het lokale ruimtelijke detailhandelsbeleid is er voor de centrumgebieden van de hoofdkernen. Momenteel hebben alle gemeenten beleid om detailhandel in een compact centrumgebied te concentreren. Dit uitgangspunt komt overeen met actielijn 4, de profilering van hoofdcentra. Gemeenten in het Land van Cuijk faciliteren het proces waarin stakeholders in het centrumgebied van een hoofdkern uitgedaagd worden de onderscheidende kwaliteiten van het centrum te benoemen.

2.5. Structuurvisie Cuijk (2015)

De Structuurvisie Cuijk geeft de hoofdlijnen aan van de ruimtelijke ontwikkeling van de gemeente tot 2030. In de visie is het centrum van Cuijk geprofileerd als dynamisch voor zowel de inwoners als toeristen. Het centrum is compact, compleet, comfortabel en rijk aan cultuur, detailhandel en horeca. Hierdoor weet Cuijk zijn bovenlokale aantrekkingskracht te behouden.

Het toeristisch-recreatief beleid richt zich de komende periode vooral op het stimuleren van de economie in samenhang met het ruimtelijk beleid. De inzet daarbij richt zich vooral op de kwaliteitsverbetering van het toeristisch product, het stimuleren van het duurzaam ruimtegebruik en het versterken van de positie van de gemeente als belangrijke watersportrecreatie-gemeente. Grootschalige nieuwe recreatieve ontwikkelingen en leisurevoorzieningen, tot maximaal 300.000 bezoekers en overnachtingen per jaar, blijven tot de mogelijkheden behoren. De ontwikkeling van Waterpark Dommelsvoort en het hotel/lifestyleresort zijn belangrijke aanjagers voor de verdere recreatieve ontwikkeling van de Kraaijbergse Plassen. In de toekomst dient het gebied zich echter verder door te ontwikkelen tot een bovenregionaal/internationaal attractief watersport- en natuurrecreatiegebied.

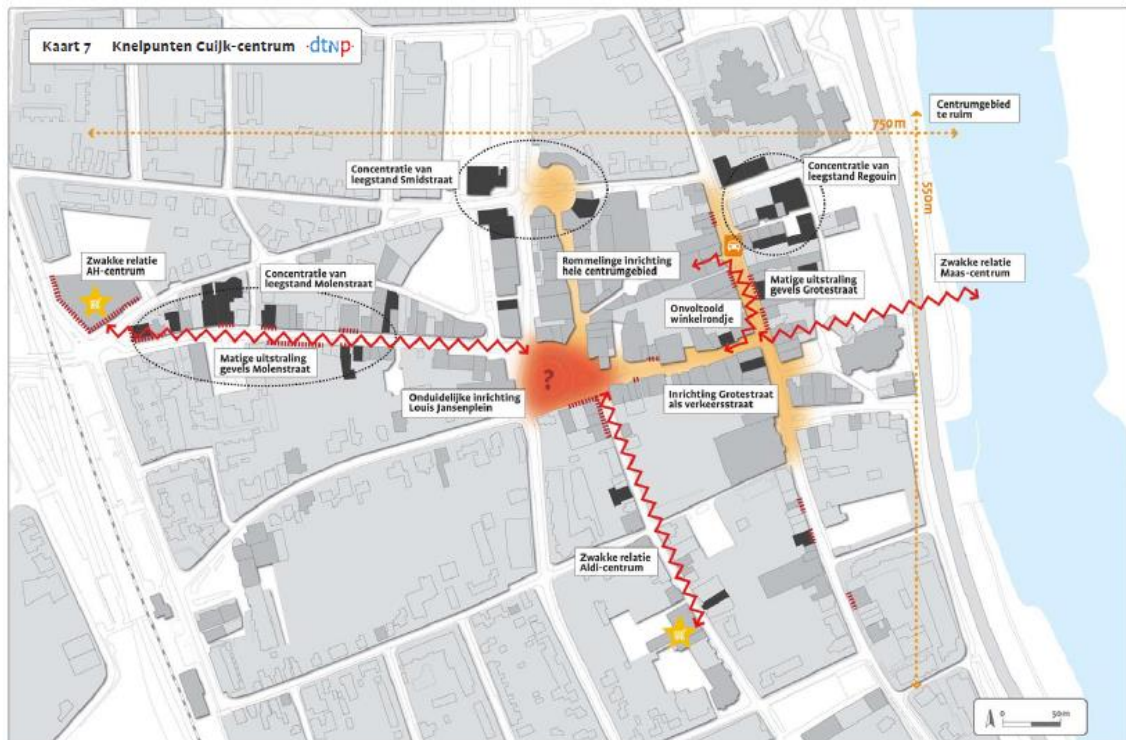
Voor een goede kwaliteit van de leefomgeving moet ook sprake zijn van een kwalitatief goede voorzieningen. Het is van belang dat het centrum van Cuijk ook in toekomst haar aantrekkingskracht behoudt en dat het winkel- en voorzieningenniveau op peil blijft. De aanwezigheid van een aangename sfeer nodigt bezoekers uit om langer te verblijven en daar geld te besteden. Door de concentratie van activiteiten in de vorm van horeca, detailhandel en musea kan het centrum zich profileren als aantrekkelijk verblijfsgebied of als uitvalsbasis voor de vakantiegangers op Waterpark Dommelsvoort en andere bezoekers.

2.6. Centrumvisie Cuijk (2014)

Voor een duurzame ontwikkeling en kwaliteitsverbetering van het centrum is behoefte aan een visie op het centrum. Het inwonertal van de gemeente Cuijk zal naar verwachting langzaam blijven toenemen. Het centrum van Cuijk ligt centraal in een regio met een toenemend dag- en verblijfstoerisme. Het gebied Dommelsvoort aan de Kraaijbergse Plassen wordt de komende jaren ontwikkeld tot recreatiegebied met o.a. een park met ruim 500 vakantiewoningen, een passantenhaven met 500 ligplaatsen en een nieuw hotel aan de A73. De pont bij Cuijk-centrum vervoert met name in de zomermaanden veel fietstoeristen. Het centrum van Cuijk is veruit het belangrijkste winkelgebied in de gemeente. De detailhandel in Cuijk-centrum heeft primair een boodschappen- en gerichte koopfunctie voor de inwoners van de gemeente Cuijk. In de zomermaanden zou ingespeeld kunnen worden op de toename van het toeristisch potentieel. Extra verblijfstoeristen betekent meer tijdelijke consumenten voor het boodschappenaanbod. Dag- en verblijfstoeristen zullen daarnaast vanuit recreatieve motieven geld willen besteden in het centrum van Cuijk.

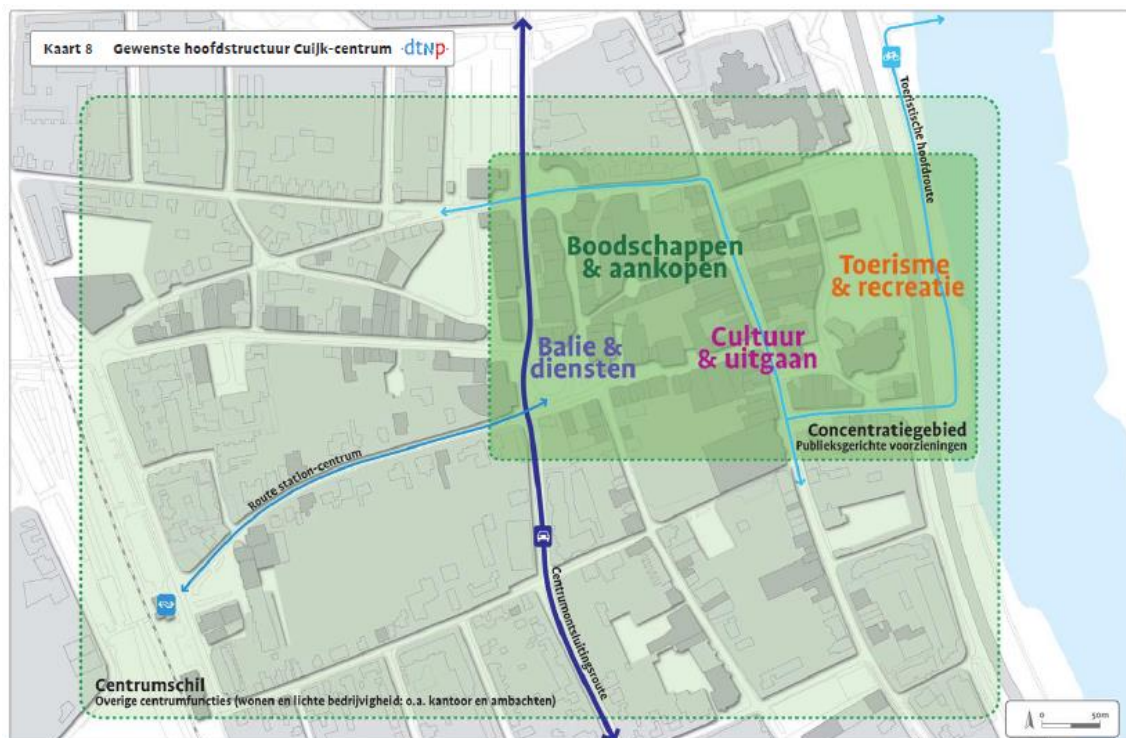
Om een compleet totaalaanbod te kunnen bieden, moeten centrumbezoekers dit ook kunnen ervaren. Een compacte opzet is daarvoor een voorwaarde. Een compact centrumgebied waar alles te vinden is, draagt bij aan de herkenbaarheid en vindbaarheid van het gebied en het aanbod. Op het moment dat alles bij elkaar gevestigd is in een overzichtelijke structuur kunnen de centrumfuncties van elkaars bezoekers profiteren in de vorm van combinatiebezoek. Een compacte structuur draagt zo bij aan kansen voor behoud van een gevarieerd centrumaanbod. Publiekstrekken, zoals supermarkten, hebben invloed op de kracht en vorm van de centrumstructuur en zijn daarom van belang op strategische locaties in deze compacte structuur.

In de centrumvisie worden naast de kwaliteiten ook enkele knelpunten beschreven. Twee van de drie centrumsupermarkten liggen op te grote afstand van het zwaartepunt van het winkelaanbod (figuur 2.4). Het centrum kan hierdoor nauwelijks profiteren van bezoekers van Albert Heijn en Aldi.



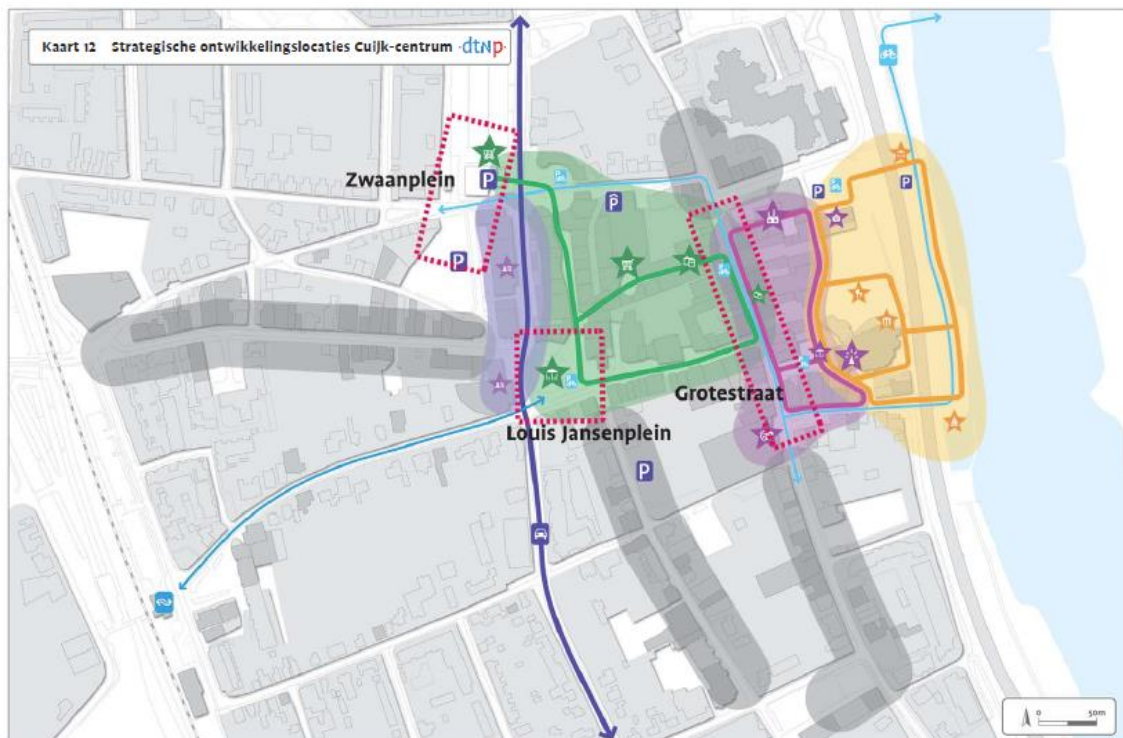
Figuur 2.4 Knelpunten Cuijk-centrum (Centrumvisie Cuijk, 2014)

In de centrumvisie wordt een onderscheid gemaakt in een concentratiegebied en de centrumschil. In figuur 2.5 staat de gewenste hoofdstructuur opgenomen voor het centrum van Cuijk, waarbij het concentratiegebied met donkergroen is omlijnd.



Figuur 2.5 Gewenste hoofdstructuur Cuijk-centrum (Centrumvisie Cuijk, 2014)

In de centrumschil domineert nagenoeg overal de woonfunctie. De Molenstraat, Kaneelstraat en zuidelijke deel van de Grotestraat zijn in de visie onderdeel van de centrumschil. De straten zijn reeds in transitie naar straten met een minder publieksgericht functieprofiel door afname van het aantal winkels. Herinvulling van leegstand met winkels of andere publieksgerichte centrumfuncties is niet meer kansrijk. Transformatie naar een gemengde straat met een meer dominante woonfunctie biedt perspectief. Het Zwaanplein wordt als bronpunt voor centrumbezoek in de centrumvisie nog belangrijker, door naast een grote parkeercapaciteit ook een supermarkt van moderne omvang te ontwikkelen, passend bij de schaal en maat van Cuijk. Gezien de reeds grote aantal supermarkten in de kern gaat de voorkeur uit naar verplaatsing van een bestaande supermarkt, bijvoorbeeld uit de centrumschil, zoals Aldi. In figuur 2.6 zijn de strategische ontwikkellocaties opgenomen.



Figuur 2.6 Strategische ontwikkelingslocaties Cuijk-centrum (Centrumvisie Cuijk, 2014)

Geconcludeerd wordt dat met de beoogde verplaatsing van Aldi naar het Zwaanplein invulling gegeven aan de beleidsmatige behoefte aan clustering van het supermarktaanbod in het concentratiegebied van het centrum van Cuijk. Hierbij is de verplaatsing van Aldi concreet in het uitvoeringsprogramma van de Centrumvisie Cuijk opgenomen.

2.7. Conclusie

Zowel vanuit het provinciaal - als het regionaal beleid wordt getracht zorg te dragen aan een kwalitatief goede detailhandelsstructuur. Dit moet worden bereikt door middel van het versterken van de bestaande hoofdstructuur van reguliere en perifere winkelgebieden. Uitgangspunt bij nieuwe detailhandelsontwikkelingen is de ladder voor duurzame verstedelijking. Geconcludeerd wordt dat de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Aldi naar het winkelconcentratiegebied in het centrum van Cuijk aansluit op de vigerende beleidsuitgangspunten. De beoogde verplaatsing staat concreet opgenomen in de Centrumvisie Cuijk, waardoor sprake is van een beleidsmatige behoefte aan de beoogde ontwikkeling. Met de verplaatsing wordt het dagelijkse goederenaanbod geclusterd in het centrum van Cuijk, waardoor Cuijk haar verzorgingsfunctie kan behouden en versterken.

3. Behoefte

De actuele regionale behoefte van de beoogde ontwikkeling van Aldi in het centrum van Cuijk kan op de volgende wijze in beeld worden gebracht:

- Eerst wordt een beeld geschetst van het verzorgingsgebied van Cuijk: omvang verzorgingsgebied, omvang winkelaanbod, vergelijking omvang winkelaanbod.
- Vervolgens wordt de behoefte geschetst met de kwalitatieve beoordeling van de segmentering van het supermarktaanbod en de positionering van harddiscounter Aldi binnen de supermarktstructuur als complementaire winkelvoorziening in de dagelijkse goederensector.
- Tot slot is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de bekende bevolkingsontwikkeling enerzijds en de beoogde ontwikkeling van het winkelaanbod in de planperiode 2017-2025 anderzijds.

3.1. Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Cuijk

Op basis van het regionale detailhandelsbeleid is voor Cuijk een beperkt regionale en bovenlokale verzorgingsfunctie vastgesteld. Ten aanzien van de dagelijkse boodschappen is in figuur 3.1 het verzorgingsgebied van de kern Cuijk benaderd.



Figuur 3.1 Verzorgingsgebied dagelijkse goederenaanbod Cuijk (ondergrond: TomTom, 2017)

Het verzorgingsgebied voor het dagelijks winkelaanbod in Cuijk wordt deels begrensd door de rivier de Maas als fysieke barrière. Ter hoogte van Cuijk zijn weinig bruggen aanwezig, waardoor de consument aan de andere kant van de rivier naar een andere aankoopplaats gaat voor zijn/haar dagelijkse boodschappen. Op basis van het regionale detailhandelsbeleid wordt enige koopkrachttoevoeiing verwacht vanuit de kern Mook.

Primair bestaat het verzorgingsgebied uit de eigen kern. Verder heeft Cuijk een verzorgingsfunctie voor de kernen binnen de gemeente: Beers, Haps, Katwijk (NB), Linden, Sint-Agatha en Vianen. Ook wordt enige koopkrachttoevoeiing verwacht uit de kernen Gassel, Mook en Oeffelt. Deze kleinere kernen hebben zelf of geen of een beperkt supermarktaanbod.

3.2. Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector Cuijk

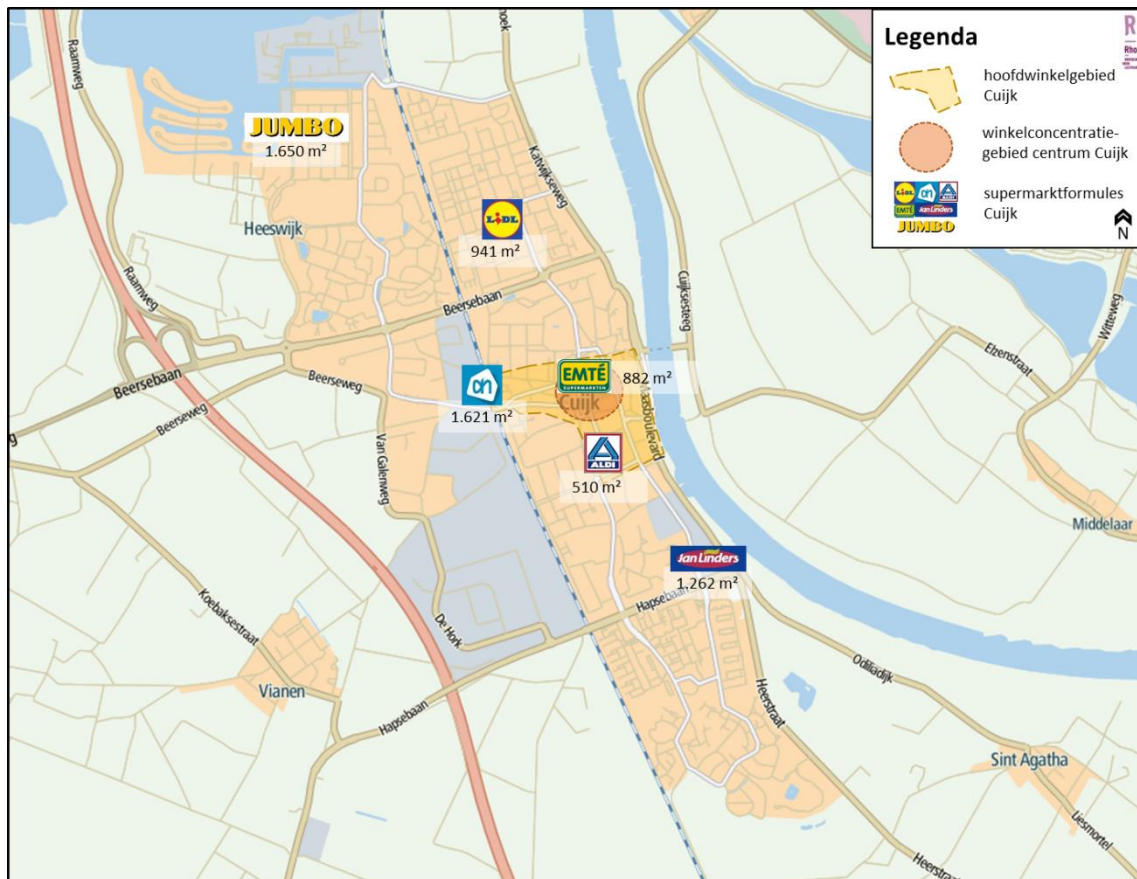
Het dagelijkse winkelaanbod in Cuijk wordt voor het overgrote deel ingevuld door de supermarktketens (meer dan 90%). Naast de supermarkten bestaat de dagelijkse goederensector uit levensmiddelen speciaalzaken en de branche persoonlijke verzorging (tabel 3.1).

Tabel 3.1 Opbouw dagelijks winkelaanbod Cuijk (Locatus, maart 2017)

			omvang m ² wvo
levensmiddelen	<i>supermarkten</i>	ALBERT HEIJN	1.621
		ALDI-MARKT	510
		EMTÉ	882
		JAN LINDERS	1.262
		JUMBO	1.650
		LIDL	941
	<i>zelfst. speciaalzaken</i>		718
	totaal levensmiddelen		7.584
persoonlijke verzorging			1.148
totaal dagelijks			8.732

Supermarktstructuur Cuijk

De supermarktstructuur van Cuijk is hiërarchisch van opzet (figuur 3.2). Drie van de zes supermarkten zijn gevestigd in het hoofdwinkelgebied van Cuijk. Het gaat om de vestiging van Albert Heijn, Aldi en Emté. Het overige supermarktaanbod ligt verspreid over de kern in de wijken De Valuwe (Lidl), De Heeswijkse Kampen (Jumbo) en in het zuidelijk deel van Cuijk/wijk Padbroek (Jan Linders).

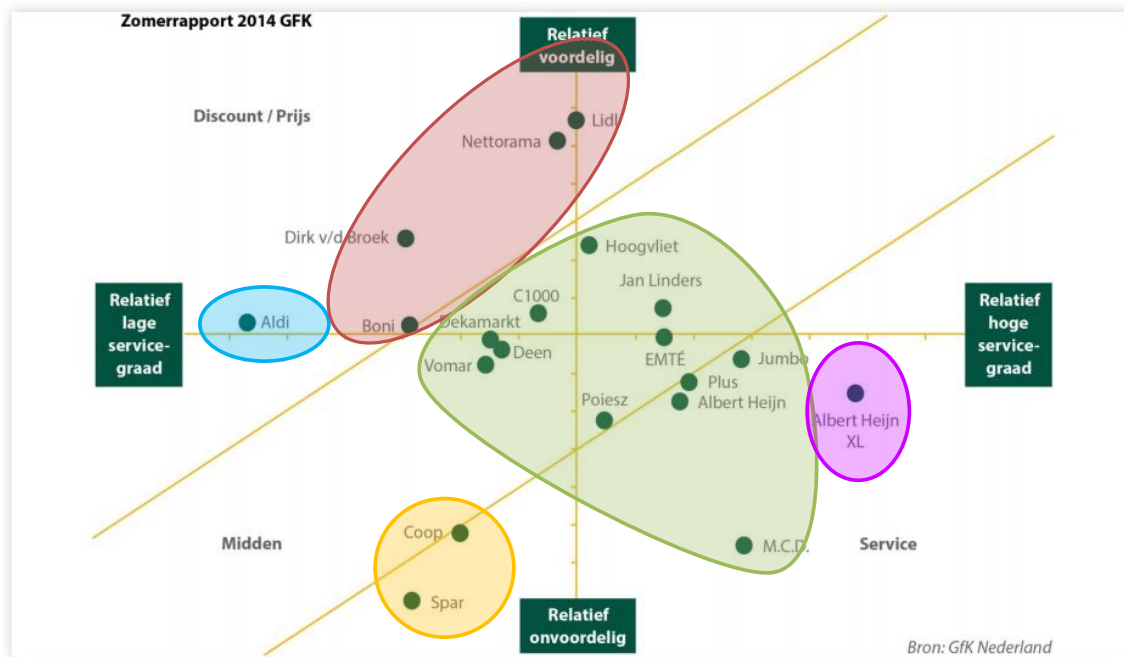


Figuur 3.2 Supermarktstructuur Cuijk (Locatus, maart 2017; ondergrond: TomTom, 2016)

Supermarktsegmenten

Voor een sterke detailhandelsstructuur is het van belang dat het supermarktaanbod compleet is en blijft. In Nederland kennen we diverse supermarkten die op basis van functie en kenmerken kunnen worden ingedeeld in 5 categorieën (figuur 3.3):

- **Mega-supermarkten:** grootschalige supermarkten, zeer uitgebreid productaanbod vooral voor de weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH XL en Jumbo Foodmarkt.
- **Full-service supermarkten:** supermarkten met ruim productaanbod, meer versproducten t.o.v. andere supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH, Emté, Jan Linders, Jumbo en Plus.
- **Goedkope service-supermarkten** (ook wel service-discounters): supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen, met als kenmerk lage prijzen en beperkte service en een kleiner assortiment dan de full-service supermarkten. Voorbeelden zijn Dirk, Lidl en Nettorama.
- **Harddiscount:** supermarkten met een beperkt en incompleet assortiment, een zeer lage prijs, gericht op de aanvullende aankopen (1x per één of twee weken). De enige harddiscouter in Nederland is Aldi.
- **Buurtsupermarkten:** kleinschalige supermarkten met een beperkt assortiment, gericht op service en nabijheid. Deze hebben vooral een functie als supermarkt voor vergeten boodschappen en versaankopen. Voorbeelden zijn Spar, Attent en CoopCompact.



Figuur 3.3 Positionering supermarktketens (bron: GfK, zomer 2014, arcering Rho)

Geconcludeerd wordt dat Cuijk beschikt over een compleet supermarktaanbod. Het full-service segment wordt ingevuld door Albert-Heijn (1x), Emté (1x), Jan Linders (1x) en Jumbo (1x). Het goedkope-service segment bestaat uit de vestiging van Lidl (1x). Het supermarktaanbod in Cuijk wordt gecomplementeerd met de vestiging van Aldi aan de Kaneelstraat 38-44 als harddiscounter.

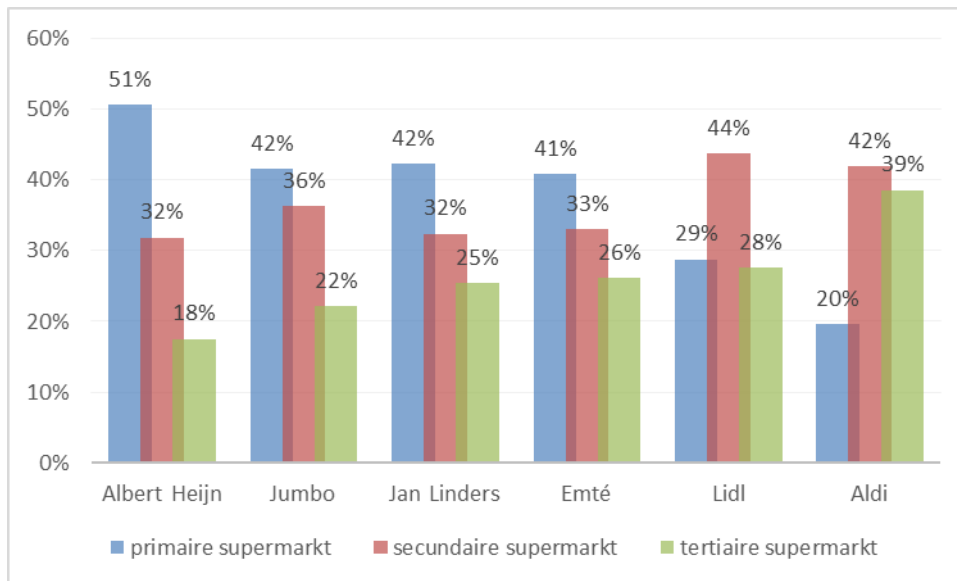
3.3. Positionering harddiscounter Aldi

In de voorgaande paragraaf is geconcludeerd dat Aldi een specifiek supermarktsegment vertegenwoordigt. De verschillen tussen supermarktketens op het gebied van service, prijs en assortiment leiden tot verschillende typen winkelgedrag. Dit winkelgedrag is het gevolg van de verschillende functie van supermarktformules voor de consument.

Het volgende onderscheid wordt gemaakt: Naast een indeling op basis van service, prijs en assortiment, kunnen supermarkten worden ingedeeld op basis van de overwegende functie die een supermarktformule heeft in het winkelgedrag van consumenten:

- Vooral primair bezochte supermarkt (waar men het grootste deel van de dagelijkse boodschappen doet): betreft vooral de full-service supermarkten en de goedkope service-supermarkten.
- Vooral secundair bezochte supermarkt (waar men vrijwel elke week aanvullend koopt, bijvoorbeeld versartikelen en/of discountaankopen): betreft vooral de harddiscounter Aldi en de buurtsupermarkten.
- Vooral tertiair bezochte supermarkten (waar men minimaal één keer per maand komt, bijvoorbeeld voor specifieke aanbiedingen en/of bulkaankopen): harddiscounter Aldi heeft een relatief groot aandeel consumenten die Aldi aanvullend bezoeken voor specifieke aankopen (in bulk).

Uit onderzoek van Deloitte (Consumententrends, 2016) blijkt dat 81% van de bezoekers van Aldi deze supermarkt secundair of tertiair bezoekt. Aldi heeft door dit bezoekgedrag een heel andere functie dan full-service supermarkten, zoals Albert Heijn en Plus, waar 40%/50% van de bezoekers primaire klant is (figuur 3.4).



Figuur 3.4 Functie van supermarktfomules primair marktgebied voor de consument (Deloitte, 2016; bewerking Rho)

De harddiscounter Aldi heeft de volgende unieke kenmerken ten opzichte van de overige supermarkten in Nederland:

- Aldi heeft een relatief klein assortiment in vergelijking tot andere supermarkten. Dit assortiment bestaat uit circa 1.200 artikelen, dat in iedere Aldi winkel hetzelfde is (Maatschappelijk jaarverslag 2015, Aldi Nord). Het Aldi assortiment bestaat voor bijna 98% uit eigen merk. Ter vergelijking: full-service supermarkten hebben een assortiment van tussen de 15.000 en 30.000 afzonderlijke producten dat niet per vestiging gelijk hoeft te zijn.
- Ook het assortiment van andere goedkope supermarkten is groter. Zo heeft Lidl een basisassortiment van meer dan 1.500 artikelen (dit neemt momenteel snel in omvang toe tot meer dan 3.000 artikelen²³⁴), wat in iedere winkel verschillend kan zijn, bijvoorbeeld met of zonder een bakkerij. Lidl betrad de Nederlandse markt als harddiscounter, maar analisten zien Lidl de laatste jaren uitgroeien tot een service-supermarkt (DistriFood, 2016). Nettorama heeft een assortiment van circa 5.000 artikelen.
- Verder is de beperkte omvang van het versassortiment van een harddiscounter opvallend. Voor (full)service-supermarkten zijn versartikelen namelijk een belangrijke manier om zich te onderscheiden van de concurrent. Terwijl een harddiscounter slechts een 'basis'-assortiment in vers heeft. De keuze heeft te maken met beheersbaarheid (laag houden) van de kosten. In algemene zin ligt de focus van een harddiscounter meer op de verpakte, langer houdbare producten.
- Om het lage prijsniveau te behalen biedt een harddiscounter een lager serviceniveau dan andere supermarkten. Dit vertaalt zich bijvoorbeeld in verkoop uit displayverpakkingen (soort dozen), waardoor minder vakkenvullers nodig zijn. Waar andere supermarkten ook service-elementen toevoegen (cadeaubonnen, toegangsbewijzen en bijvoorbeeld stomerijdiensten etc.) blijft dit bij een harddiscounter achterwege.

Op basis van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat harddiscounter Aldi een supermarkt is waar men 'ook' heen gaat, naast een bezoek aan één of meerdere andere supermarkten. Hiermee samenhangend is de bezoekfrequentie van de consument aan een harddiscounter lager dan aan de primair bezochte supermarkt. Gemiddeld bezoekt de consument de primair bezochte supermarkt twee

² 'Jumbo zoekt vergelijking met Lidl', DistriFood, 26 oktober 2015. Geraadpleegd op:

<http://www.distriFood.nl/formules/nieuws/2015/10/jumbo-zoekt-vergelijking-met-lidl-10193167>

³ 'Lidl opent testwinkel met meer vers en service', Food, 27 oktober 2015. Geraadpleegd op:

<http://www.retaildetail.nl/nederland/nl-food/item/18176-lidl-test-pilotstore-met-meer-vers-en-service>

⁴ Maatschappelijk jaarverslag Lidl, 2013/2014.

keer per week en de secundair bezochte één keer. Primair bezochte supermarkten zijn vaak (de meest) dichtbijgelegen supermarkt. Doorgaans bevinden de secundair en tertiair bezochte supermarkten zich op grotere afstand, omdat deze minder frequent worden bezocht. Het bezoeks-motief voor een harddiscounter beoogt zich op het snijvlak van boodschappen doen en doelgericht aankopen doen.

Jurisprudentie

In een recente uitspraak van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State (ABRvS), uitspraak 201604262/1/R2 (verplaatsing Aldi Drunen, gemeente Heusden), is bevestigd dat Aldi geen cruciale trekker is voor het centrumgebied. Als in een centrumgebied geen uitbreidingsruimte beschikbaar is kan op basis van ruimtelijk-economische argumenten overwogen worden om Aldi buiten het centrumgebied te faciliteren. Eerder is in een andere uitspraak de complementariteit van de Aldi-formule bevestigd: 201306171/1/R2 (Centrumplan Wissenkerke, gemeente Noord-Beveland). De belangrijkste overwegingen hierbij waren als volgt:

- Aldi heeft een groter verzorgingsgebied dan andere supermarkten.
- Een goede ruimtelijke ordening van supermarkten houdt in dat inwoners van een gebied op een aanvaardbare afstand hun boodschappen kunnen doen. Voor de discountaankopen is dat, door het grote verzorgingsgebied, vaak een locatie die gunstig ligt ten opzichte van meerdere woonwijken.
- Het autogebruik bij Aldi is hoger dan bij andere supermarkten en daarmee ook de parkeerbehoefte. In de CROW-kencijfers (publicatie 317) is daarom een aparte categorie "discountsupermarkt" opgenomen.

Door de relatief hoge parkeerbehoefte heeft een Aldi-locatie relatief veel ruimte nodig.

In hoofdstuk 4 wordt verder ingegaan op de ruimtelijke aspecten van harddiscounter Aldi.

Specifieke omzet per winkelmeter voor Aldi

Aldi is altijd terughoudend geweest met het publiceren van bedrijfsgegevens. Recent is daar verandering in gekomen met het publiceren van een Maatschappelijk jaarverslag over 2015. Ook heeft Aldi bekend gemaakt dat de omzet excl. BTW in Nederland over 2015 € 2,1 miljard bedroeg.

De afgelopen jaren heeft Aldi gewerkt aan het verbeteren van het winkelbestand. Zo is de gemiddelde omvang van een Aldi gegroeid van ruim 450 m² wvo 10 jaar geleden, naar 726 m² wvo nu (2016).

Toch is de gemiddelde omvang van (nieuwe) Aldi supermarkten relatief klein ten opzichte van nieuwe full-service supermarkten en nieuwe Lidl-supermarkten.

Op basis van de totaalomzet van Aldi Nederland, het aantal winkels en het aantal winkelmeters van Aldi kan berekend worden wat de gemiddelde omzet per winkel van Aldi is en wat de gemiddelde omzet per m² wvo is van Aldi. Dit is weergegeven in tabel 3.2.

Tabel 3.2 Berekening gemiddelde omzet per winkel en gemiddelde omzet per m² wvo van Aldi (Rho adviseurs, Locatus, Aldi, augustus 2016)

€ 2.100.000.000	omzet Aldi Nederland totaal excl. BTW (Maatschappelijk jaarverslag Aldi-Nord, 2015)
497	aantal winkels Aldi in Nederland (2015)
€ 4.200.000	gemiddelde jaaromzet per Aldi supermarkt in Nederland
€ 80.000	gemiddelde weekomzet per Aldi supermarkt in Nederland
360.946	totaal aantal m ² wvo Aldi in Nederland (2015)
€ 5.820	omzet per m ² wvo Aldi (2015)
€ 8.112	gemiddelde omzet per m ² supermarkten in Nederland (2016; gegevens over 2015)
71,72	index gemiddelde omzet Aldi per m² t.o.v. Nederlands gemiddelde

Aldi blijkt rendabel te zijn met een veel lagere omzet per m² wvo dan de gemiddelde Nederlandse supermarkt. De omzetclaim per m² wvo van een Aldi supermarkt is in de praktijk ook maar ruim 71% van de gemiddelde omzetclaim van supermarkten in Nederland.

Conclusie positionering Aldi

Kortom, Aldi heeft als harddiscountier een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheidt zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscountier ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument.

3.4. Spreiding harddiscountsegment regio Cuijk

In de voorgaande paragrafen is geconcludeerd dat Aldi vooral aanvullend wordt bezocht door de consument, naast de reguliere boodschappentrip naar een full-service supermarkt en voedingsspecialzaak. Om voldoende omzet te halen is het verzorgingsgebied van Aldi relatief groot. Waar een full-service supermarkt circa 4.000 tot 5.000 consumenten in de omgeving nodig heeft, is de omvang van het verzorgingsgebied van een harddiscountier circa 20.000 tot 25.000 inwoners. De kern Cuijk heeft 17.230 inwoners (CBS, 2017; gegevens over 2016). Samen met de omliggende kernen heeft de gemeente Cuijk bijna 25.000 inwoners, waardoor voldoende draagvlak is voor een harddiscountier. Daarbij wordt nog enige koopkrachttoevloeiing verwacht vanuit omliggende kernen Gassel, Mook en Oeffelt. Deze kernen mogen bij gebrek aan een 'eigen' harddiscountier ook deels tot het verzorgingsgebied gerekend worden (figuur 3.5).



Figuur 3.5 Regionale spreiding harddiscountsegment (ondergrond: TomTom, 2016)

De beoogde verplaatsing van Aldi in Cuijk is er mede op gericht om de harddiscountvoorziening te behouden voor de gemeente. Een economisch-duurzame exploitatie is op de huidige locatie van Aldi niet mogelijk, waardoor uitbreiding en verplaatsing noodzakelijk is. De gemeente heeft met circa 25.000 inwoners ruim voldoende draagvlak voor een 'eigen' harddiscountier. Daarbij wordt als gevolg van de

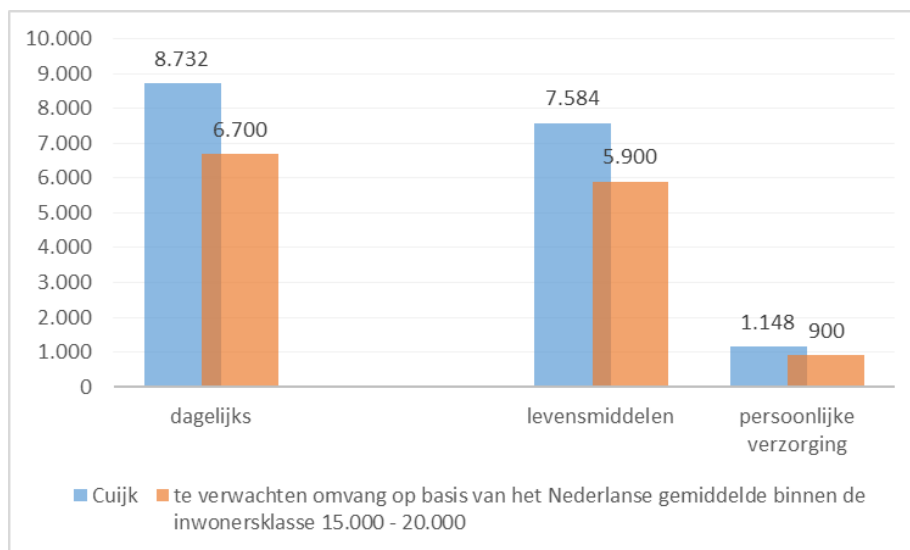
beoogde verplaatsing verwacht dat de beperkt regionale verzorgingsfunctie van Cuijk verder versterkt kan worden, met de verwachte toevloeiing uit de omliggende kernen.

3.5. Distributieplanologische marktanalyse

In deze paragraaf wordt een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd. Uit de berekening kan een inschatting worden gemaakt op de economische effecten de uitbreiding en verplaatsing van Aldi in Cuijk.

3.5.1. Relatieve omvang winkelaanbod

In paragraaf 3.1 is geconcludeerd dat het dagelijkse goederenaanbod van Cuijk een beperkt regionale verzorgingsfunctie heeft. De verzorgingsfunctie van Cuijk is dan ook af te leiden uit de vergelijking van het winkelaanbod met het gemiddelde dagelijkse winkelaanbod in kernen binnen de inwonersklasse 15.000 tot 20.000 inwoners. Cuijk heeft een bovengemiddeld dagelijks winkelaanbod. De vergelijking bestaat uit de branchegroep dagelijkse goederen, die bestaat uit de hoofdbranches levensmiddelen en persoonlijke verzorging (figuur 3.6).



Figuur 3.6 Vergelijking winkelaanbod Cuijk met het te verwachten winkelaanbod op basis van het Nederlandse gemiddelde voor kernen binnen de inwonersklasse 15.000 tot 20.000 (Locatus, maart 2017)

3.5.2. Distributieplanologische analyse

Een beter inzicht in de marktomstandigheden van de dagelijkse goederensector van Cuijk kan worden verkregen door een distributieplanologische marktanalyse. Hierbij wordt de omvang van de totale gebonden bestedingen bij de winkels in dagelijkse goederen in het primaire marktgebied vergeleken met de gemiddelde omzet die het aanwezige winkelaanbod in het verzorgingsgebied in deze sector nodig heeft voor duurzaam functioneren.

Uitgangspunten

De uitgangspunten voor de distributieplanologische marktanalyse zijn hieronder uitgewerkt. Hierbij zijn de overwegingen vermeld ten aanzien van het hanteren van deze variabelen. De uitgangspunten zijn gebaseerd op de voor dit doel gebruikelijke, herleidbare en meest actuele bronnen.

Inwonertal

Cuijk heeft momenteel 17.230 inwoners (CBS, 2017; gegevens over 2016). Op basis van de bevolkingsprognose van de provincie Noord-Brabant gaat het inwonertal in Cuijk met circa 3% stijgen de komende planperiode. Het inwonertal in 2017 wordt ingeschat op 17.800 inwoners in de kern Cuijk.

Gemiddelde winkelbesteding per persoon per jaar Cuijk

De gemiddelde winkelomzet aan dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2015 € 2.413,- per persoon (Notitie omzetkengetallen 2015, juni 2016). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,25 (HBD, 2013). Het gemiddelde inkomen in Cuijk ligt bijna 10% lager dan het Nederlandse gemiddelde. De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in Cuijk is daardoor ruim 2,4% lager dan het Nederlandse gemiddelde en bedraagt € 2.355,-.

Omvang – en ontwikkelingen winkelaanbod

Het dagelijks winkelaanbod in de kern Cuijk heeft een omvang van 8.732 m² wvo (Locatus, maart 2017). Als gevolg van de beoogde ontwikkeling van Aldi wordt het dagelijks winkelaanbod per saldo met 690 m² wvo uitgebreid (1.200 m² wvo minus 510 m² wvo). Momenteel zijn geen andere uitbreidingsplannen bekend voor de komende planperiode.

Koopkrachtbinding

De koopstromen bestaan uit koopkrachtbinding en -toevloeiing. Koopkrachtbinding is het deel van de bestedingen van inwoners van de kern Cuijk dat in de winkels in de eigen kern terecht komt. Voor Cuijk zijn geen recente koopstroomgegevens beschikbaar. De belangrijkste reden voor de keuze van een supermarkt is nabijheid (Deloitte Consumentenonderzoek, 2016). Verder beschikt Cuijk over vrijwel alle supermarktsegmenten, waarbij Albert Heijn en Jumbo beschikken over een moderne winkelveestiging. In de nabijheid van Cuijk zijn alternatieven op relatief grote afstand. Rekening houdend met de voorgaande gegevens wordt de koopkrachtbinding ingeschat op 92% in de huidige situatie. Naar de toekomst wordt een koopkrachtbinding van 95% verwacht als gevolg van de clustering van het dagelijks winkelaanbod in het centrum van Cuijk. Vrijwel alle consumenten in Cuijk zullen de dagelijkse boodschappen in Cuijk blijven doen vanwege de nabijheid en compleetheid van het aanbod.

Koopkrachttoevloeiing

Koopkrachttoevloeiing is het deel van de omzet van de winkels in Cuijk, dat afkomstig is van consumenten van buiten de gemeente Cuijk. In tabel 3.3 is de koopkrachttoevloeiing van de kern Cuijk ingeschat.

Tabel 3.3 Inschatting koopkrachttoevloeiing Cuijk

	kern	aantal inwoners	winkelomzet per persoon per jaar (excl. btw; incl. inkomens-correctie)	bestedings-potentieel dagelijkse goederen	aantal super-markten	inschatting afvloeiing naar Cuijk (%)	inschatting afvloeiing naar Cuijk (€)
kernen binnen de gemeente Cuijk	Beers	1.675	€ 2.410	€ 4.037.000	0	90%	€ 3.633.300
	Haps	2.845	€ 2.390	€ 6.800.000	1	80%	€ 5.440.000
	Katwijk	695	€ 2.490	€ 1.731.000	0	90%	€ 1.557.900
	Linden	265	€ 2.520	€ 668.000	0	90%	€ 601.200
	Sint-Agatha	615	€ 2.520	€ 1.550.000	0	90%	€ 1.395.000
	Vianen	1.265	€ 2.360	€ 2.985.000	0	90%	€ 2.686.500
overige kernen regio Land van Cuijk	Gassel	1.175	€ 2.370	€ 2.785.000	0	15%	€ 417.750
	Mook	6.580	€ 2.520	€ 16.582.000	1	5%	€ 829.100
	Oeffelt	2.290	€ 2.410	€ 5.519.000	1	10%	€ 551.900
					overig & toerisme		€ 2.567.000
					totaal koopkrachttoevloeiing Cuijk		€ 20.000.000

Op basis van de inwonertallen en het gemiddeld inkomen van de kernen in het verzorgingsgebied van Cuijk is het bestedingspotentieel berekend. Vervolgens is op basis van het aanwezige supermarktaanbod de koopkrachtafvoer naar Cuijk ingeschat voor deze kernen. Het totaal omvat de inschatting van de totale koopkrachtoefvoer voor het winkelaanbod in de dagelijkse goederensector van de kern Cuijk, inclusief toerisme. De omzet uit koopkrachtoefvoer wordt geschat op circa € 20.000.000 (35%).

Gemiddelde winkelomzet per m² wvo

De gemiddelde winkelomzet per m² wvo in de sector dagelijkse goederen bedraagt € 7.518,- (Notitie omzetkengetallen 2015, juni 2016). Dit kengetal is gecorrigeerd naar een gewogen gemiddelde op basis van het aanwezige supermarktaanbod, levensmiddelenpecialzaken en persoonlijke verzorging. De gemiddelde winkelomzet per m² wvo in Cuijk is berekend op € 7.292,-.

Distributieplanologische marktanalyse

Op basis van de voorgaande uitgangspunten is in tabel 3.4 de distributieplanologische marktanalyse weergegeven.

Tabel 3.4 Distributieplanologische marktanalyse

	2017	2027	bron
inwonertal marktgebied	17.230	17.800	CBS, 2017; Bevolkingsprognose provincie Noord-Brabant, 2014
winkelomzet per persoon per jaar (excl. btw)	€ 2.355	€ 2.355	gewogen gemiddelde Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
bestedingspotentieel	€ 40.580.000	€ 41.920.000	
koopkrachtbinding (%)	92%	95%	inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€ 37.330.000	€ 39.820.000	
koopkrachtoefvoer (%)	35%	39%	inschatting Rho
koopkrachtoefvoer €	€ 20.000.000	€ 25.460.000	
totale omzet in marktgebied	€ 57.330.000	€ 65.280.000	
gemiddelde winkelomzet per m ² wvo (excl. btw)	€ 7.292	€ 7.292	gewogen gemiddelde Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	7.860	8.950	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	8.732	8.732	Locatus, 2017
berekende winkelomzet per m ² wvo (excl. btw)	€ 6.570	€ 7.480	
omzetclaim winkelaanbod marktgebied	€ 63.670.000	€ 63.670.000	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	-10%	3%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ -6.340.000	€ 1.610.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	-900	200	
uitbreiding Aldi	-	690	
vloerproductiviteit Aldi	-	€ 5.820	
extra omzetclaim uitbreiding Aldi	-	€ 4.020.000	
nieuwe omzetclaim winkelaanbod marktgebied	-	€ 67.690.000	
toekomstige omzet ten opzichte van het gemiddelde	-	-5%	
ruimte voor ontwikkeling in €	-	€ -2.410.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	-	-470	

Bij de huidige koopstromen heeft Cuijk een verzorgingsfunctie voor ruim 24.000 consumenten (omzet € 57,4 miljoen gedeeld door gemiddelde besteding € 2.355,-). De detailhandel functioneert momenteel benedengemiddeld. Als gevolg van de bevolkingsontwikkeling en de verwachte toename van de koopkrachtoefvoer, zowel vanuit de regio als vanuit toerisme (versterking winkelaanbod + ontwikkeling Dommelsvoort), ontstaat de komende planperiode naar verwachting een beperkte ontwikkelruimte in de dagelijkse goederensector van Cuijk. Deze berekende ontwikkelruimte kan gebruikt worden voor de optimalisatie van het bestaande winkelaanbod, zoals de relocatie van Aldi.

Te verwachten effecten op het ondernemersklimaat Cuijk

In tabel 3.5 is een economische analyse uitgevoerd naar het te verwachten marktaandeel van Aldi. Hoewel een groot deel van de omzet van Aldi uit Cuijk zelf komt is het marktaandeel binnen het primaire marktgebied relatief beperkt. De beoogde nieuwe winkel van Aldi heeft een omvang van 1.200 m² wvo. Uitgaande van dezelfde kengetallen zal het marktaandeel van Aldi binnen Cuijk met circa 8% toenemen ten opzichte van de huidige vestigingsplaats aan de Kaneelstraat 38-44. Rekening houdend met de bevolkingsprognose zal het marktaandeel van het overige supermarktaanbod min of meer gelijk blijven.

Tabel 3.5 Ontwikkeling omzetclaim Aldi huidige – en toekomstige situatie

	huidige situatie Kaneelstraat 38-44	toekomstige situatie Zwaanplein
aantal inwoners Cuijk	17.230	17.800
winkelomzet per persoon per jaar (excl. btw)	€ 2.355	€ 2.355
bestedingspotentieel	€ 40.580.000	€ 41.920.000
oppervlak Aldi (m ² wvo)	510	1.200
omzet Aldi per m ² wvo	€ 5.820	€ 5.820
jaaronzet supermarkt	€ 2.970.000	€ 6.980.000
Inschatting aandeel omzet vanuit Cuijk	90%	90%
omvang omzet vanuit Cuijk	€ 2.700.000	€ 6.300.000
marktaandeel supermarkt binnen Cuijk	7%	15%
ontwikkeling marktaandeel supermarkten		8%
marktaandeel speciaalzaken Cuijk	7%	7%
gemiddeld marktaandeel overige supermarkten	17%	16%

De ontwikkeling van de omzetclaim in relatie tot het gemiddeld marktaandeel voor de overige supermarkten zijn beperkt. Ten opzichte van de huidige situatie zijn de verwachte economische effecten op het overige winkelaanbod beperkt en blijft een duurzame-economische exploitatie mogelijk, waardoor geen onaanvaardbare effecten verwacht worden op het ondernemersklimaat in Cuijk.

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor berekende distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die zijn gebaseerd op meerdere aannames. De berekening is gemaakt voor de komende planperiode. Toekomstige ontwikkelingen kunnen op voorhand niet exact voorspeld worden. Een aantal uitgangspunten, zoals de demografische ontwikkeling, de koopstroomgegevens of de omvang van het winkelaanbod kunnen veranderen. Een sterke bevolkingsontwikkeling, bijvoorbeeld als gevolg immigratie, groei van de gemiddelde besteding en – winkelomzet per m² wvo of nieuwe koopstroomgegevens hebben invloed op distributieplanologische marktanalyse.

Omdat de uitgevoerde distributieplanologische berekening indicatief is, is het belang om ook de kwalitatieve aspecten van ontwikkelingen mee te wegen in een beoordeling. In de Nederlandse ruimtelijke ordening mag een plan/project dan ook alleen beoordeeld worden op de ruimtelijk relevante argumenten, zoals duurzame ontwikrichting en relevante leegstand die leidt tot een verslechtering van het woon- en leefklimaat.

Een verslechterde concurrentiepositie c.q. minder omzet bij andere gevestigde aanbieders is ruimtelijk geen relevant argument. Als bijvoorbeeld nieuwe ontwikkelingen vanuit de winkelstructuur op een goede plek gefaciliteerd worden en verouderd aanbod op een slechte plek met de tijd verdwijnt dan is per saldo sprake van een positief effect op de detailhandelsstructuur. De consument heeft baat bij een aantrekkelijk verblijfsklimaat. Kortom, kwalitatieve argumenten wegen minstens zo zwaar mee als de kwantitatieve argumenten voor het al dan niet toestaan van een detailhandelsontwikkeling.

3.6. Conclusie

Aldi Roermond B.V. is voornemens om haar bestaande vestiging in Cuijk uit te breiden en te verplaatsen naar de centrumlocatie Zwaanplein in Cuijk.

Kwalitatieve behoefte

De consumenten in Cuijk hebben behoefte aan het behoud van een complete voorzieningenstructuur op aanvaardbare afstand op een gewenste locatie. Het harddiscountsegment is een wezenlijk onderdeel van een complementair dagelijks winkelaanbod. Aldi heeft als harddiscounter een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheidt zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscounter ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument. Geconcludeerd wordt dat er sprake is van een kwalitatieve behoefte aan een complete dagelijkse voorzieningenstructuur. Het harddiscountsegment maakt hier een wezenlijk onderdeel van uit. Het centrumgebied van Cuijk heeft een prominente verblijfsfunctie, onder andere voor recreanten. Daarbij maakt de beoogde locatie van Aldi aan het Zwaanplein maakt onderdeel uit van het beleidsmatig gewenste winkelconcentratiegebied in het centrum van Cuijk.

Kwantitatieve behoefte

Cuijk heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie, onder andere voor de gelijknamige gemeente met circa 25.000 inwoners, waardoor in beginsel ruim voldoende draagvlak is voor een 'eigen' harddiscounter. Als gevolg van de uitbreiding van Aldi worden geen onaantvaardbare effecten verwacht op het ondernemersklimaat in Cuijk. Ten opzichte van de huidige situatie wijzigen de marktomstandigheden nauwelijks door een positieve bevolkingsontwikkeling en de verwachte toename van de koopkrachttoevloeiing door de verbeterde winkelstructuur in Cuijk. Met het behoud van het complete winkelaanbod is geen sprake van een duurzame ontvricting van de voorzieningenstructuur. Op basis van de analyse wordt geconcludeerd dat er sprake is van een actuele regionale behoefte aan de verplaatsing en uitbreiding van het harddiscountsegment in Cuijk.

In het volgende hoofdstuk komen de ruimtelijk relevante aspecten aan bod van de uitbreiding van Aldi in Cuijk. Daarbij wordt onderzocht wat de knelpunten op de huidige locatie zijn, maar ook of er alternatieve locaties beschikbaar zijn in de winkelgebieden / bestaande leegstand.

4. Locatieafweging

In Cuijk is een behoefte aan de versterking van het supermarktaanbod op een beleidsmatig gewenste locatie. De huidige vestiging van Aldi aan de Kaneelstraat 38-44 kan niet voorzien in deze behoefte, maar ook niet in de gewenste uitbreiding van Aldi, vanwege de ruimtelijke beperkingen.

In dit hoofdstuk worden de ruimtelijk relevante aspecten van de beoogde uitbreiding en verplaatsing van Aldi in beeld gebracht. Allereerst wordt inzicht gegeven in het ruimtebeslag van een moderne harddiscounter. Vervolgens worden de knelpunten van de huidige locatie benoemd en inzichtelijk gemaakt. Daarna wordt een locatieafweging gemaakt, rekening houdend met de beleidsuitgangspunten uit hoofdstuk 2, maar ook met de huidige leegstand in Cuijk. In dit kader wordt de beoogde locatie aan het Zwaanplein in Cuijk beoordeeld.

4.1. Ruimtebeslag moderne harddiscounter

Gelet op de veranderende consumentenwensen, maar ook op basis van de inzichten ten aanzien van de rol die een harddiscounter vervult in de beleving van de consument, is Aldi in de loop van 2012 gekomen tot een geactualiseerd vestigingsbeleid.

Winkelruimte

Net als bij de overige supermarktketens, wensen ook de bezoekers van Aldi meer service en comfort in de winkel. Om hieraan tegemoet te komen – en de concurrentie bij te blijven – wordt door Aldi niet zozeer de typische harddiscountopstelling (sobere productenpresentatie) losgelaten, maar worden wel de gangpaden breder, de schappen ruimer en het assortiment met verse en gekoelde producten uitgebreid (figuur 4.1).



Figuur 4.1 Impressie moderne Aldi winkel (Aldi, 2016)

Ten behoeve van kostenbeheersing wordt door Aldi wel vastgehouden aan het kleine assortiment van circa 1.200 artikelen dat vooral wordt verkocht vanuit dozen. Dit leidt tot een standaardmaat voor Aldi winkels van circa 1.000 m² tot 1.200 m² vvo. Inclusief de ondersteunende ruimten (magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten) is de standaardmaat circa 1.400 m² tot 1.550 m² bruto vloeroppervlak (bvo), welke mede afhankelijk is van de ruimtelijke/stedenbouwkundige context.

Bereikbaarheid en autogebruik

Om de volgende redenen moet een harddiscountsupermarkt – meer nog dan overige supermarkten – goed bereikbaar zijn met de auto en voldoende parkeergelegenheid bieden:

- Nabijheid is in vergelijking tot overige supermarkten een minder belangrijk criterium bij de keuze voor een harddiscountsupermarkt, omdat consumenten deze doorgaans laagfrequent bezoeken om er specifieke producten 'in bulk' aan te schaffen. Dit blijkt uit de afstand die consumenten afleggen tot de supermarkt. Gemiddeld legt een Nederlandse consument 2,0 km af naar zijn primair bezochte supermarkt (Deloitte, 2016). De gemiddelde afstand die consumenten afleggen tot Aldi bedraagt 4,9 km (klantherkomstonderzoek Aldi, Rho, 2015⁵).
- Door de specifieke verzorgingsfunctie van een harddiscounter voor de consument is bereikbaarheid met de auto juist van groot belang. 79% van de bezoekers van Aldi komt met de auto de boodschappen doen (klantherkomstonderzoek Aldi, Rho, 2015). Bij een gemiddelde supermarkt komt 47% van de klanten met de auto (Deloitte, 2016).
- Omdat doorgaans een grotere afstand wordt overbrugd, zal het bezoek aan een harddiscounter doelgericht plaatsvinden: omdat het meer moeite kost om bij de supermarkt te komen, wordt beter overdacht wat aangeschaft moet worden, een vergeten boodschap haal je minder makkelijk alsnog in huis.

Parkeren

Omdat relatief veel consumenten een harddiscounter met de auto bezoeken, heeft een harddiscounter een relatief grote parkeerbehoefte. Dit specifieke kenmerk van discountsupermarkten is erkend door het CROW, daarom is in de CROW-publicatie 317 (2012) een aparte tabel opgenomen met de parkeerbehoefte en verkeersgeneratie van discountsupermarkten. Ook in de gemeentelijke Nota Parkeernormen 2016-2023 (gemeente Cuijk, 2016) is een aparte categorie 'discount-supermarkt' opgenomen.

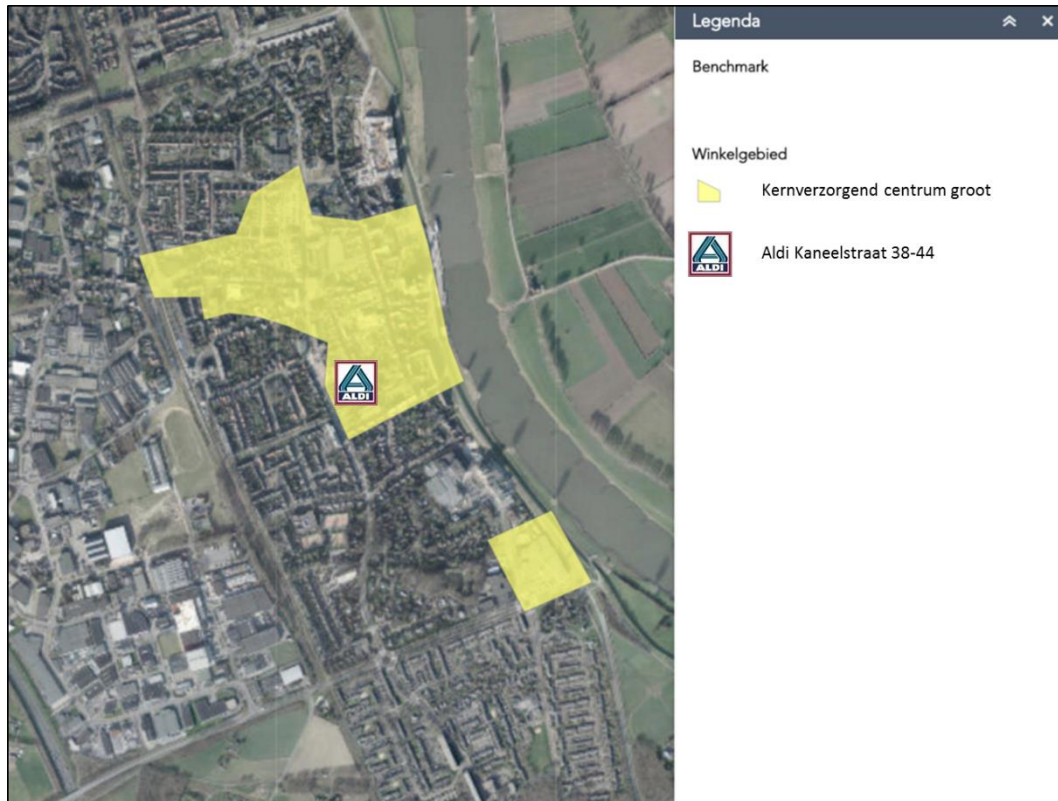
Ruimtebeslag

Voor een moderne harddiscounter moet dus circa 2.000 m² tot 3.000 m² worden gereserveerd voor de parkeervoorziening in combinatie met een moderne winkel (1.500 m² bvo) en ruimte voor de bevoorrading komt het totale ruimtebeslag, afhankelijk van de stedenbouwkundige context, uit op circa 4.000 tot 6.000 m².

4.2. Knelpunten huidige locatie

De locatie Kaneelstraat 38-44 in Cuijk ligt binnen het hoofdwinkelgebied van Cuijk, conform de indeling van dataleverancier Locatus (figuur 4.2). Dit betreft het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats en wordt aangeduid als centraal winkelgebied. Het centrum van Cuijk wordt aangeduid als 'kernverzorgend centrum groot'.

⁵ Door Rho is er in 2015 bij 8 Aldi-vestigingen in de provincie Noord-Brabant (Aarle-Rixtel, Baarle-Nassau, Bergeijk, Boxtel, Haren, Heesch, Reusel en Veldhoven) in een matig stedelijk gebied op 6 dagen in de week in totaal 17.027 Aldi-klanten de postcode van het woonadres, de besteding en de vervoerswijze genoteerd. Op basis hiervan (6 positie postcode) is de gemiddelde reisafstand en het autogebruik onder de consumenten van een Aldi-supermarkt berekend.



Figuur 4.2 Ligging Aldi Kaneelstraat 38-44 (Locatus, maart 2017; bewerking Rho adviseurs)

De locatie Kaneelstraat 38-44 ligt aan een aanloopstraat richting het winkelcentrum Maasburg. De huidige winkel van Aldi heeft een verscholen ligging (figuur 4.3) en heeft een omvang van 510 m² vvo.



Figuur 4.3 Impressie Kaneelstraat 38-44 (Google Streetview, 2017)

Daarbij heeft de winkel slechts 40 parkeerplaatsen en leidt de bevoorrading tot verkeersonveilige situaties, doordat het laden en lossen op straat plaatsvindt. Omdat de Kaneelstraat een eenrichtingsweg betreft leidt de bevoorrading ook tot verkeersopstoppen. Kortom, de winkellocatie is (niet meer) geschikt voor de vestiging van een supermarkt.

Vergelijking overige supermarktketens

In tabel 4.1 is een vergelijking opgenomen van de gemiddelde winkelomvang van supermarktketens met meer dan 250 winkels. Van de reguliere supermarkten heeft Aldi gemiddeld genomen de kleinste omvang per supermarkt. Met een gemiddelde omvang per supermarkt van 736 m² wordt geconcludeerd dat het merendeel van de winkels van Aldi niet voldoet aan de gestelde eisen in het vestigingsbeleid van Aldi, zoals een minimale oppervlakte van 1.000 m² wvo. Dit geldt ook voor de huidige winkel van Aldi aan de Kaneelstraat 38-44 in Cuijk, die zelfs nog onder het landelijke gemiddelde van Aldi zelf zit.

Tabel 4.1 Vergelijking gemiddelde winkelomvang supermarktketens (Locatus, januari 2017)

supermarktformule	gem. wvo per supermarkt
AGRIMARKT	1.808
AH TO GO	110
AH XL	3.413
ALBERT HEIJN	1.248
totaal AH	1.244
ALDI-MARKT	736
BONI	979
COOP	794
COOP COMPACT	398
SUPERCOOP	1.123
totaal Coop	741
DEEN SUPERMK	1.064
DEKAMARKT	1.222
DIRK	1.161
EMTÉ	1.043
HOOGVLIET	1.316
JAN LINDERS	1.130
JUMBO	1.264
LIDL	955
MCD	793
NETTORAMA	1.047
PLUS	1.039
POIESZ	821
SPAR	385
VOMAR	1.235
totaal gemiddelde	1.029

4.3. Inpassing uitbreiding/verplaatsing binnen bestaande winkelgebieden

Bij een zorgvuldig ruimtelijke afweging is het van belang dat wordt onderzocht of een nieuwe stedelijke ontwikkeling ingepast kan worden binnen de bestaande leegstand of bestaande winkelgebieden. Uit tabel 4.1 wordt geconcludeerd dat zowel het aantal leegstaande panden, als de leegstand in winkelmeters bovengemiddeld is ten opzichte van het provinciale gemiddelde en het gemiddelde in vergelijkbare kernen.

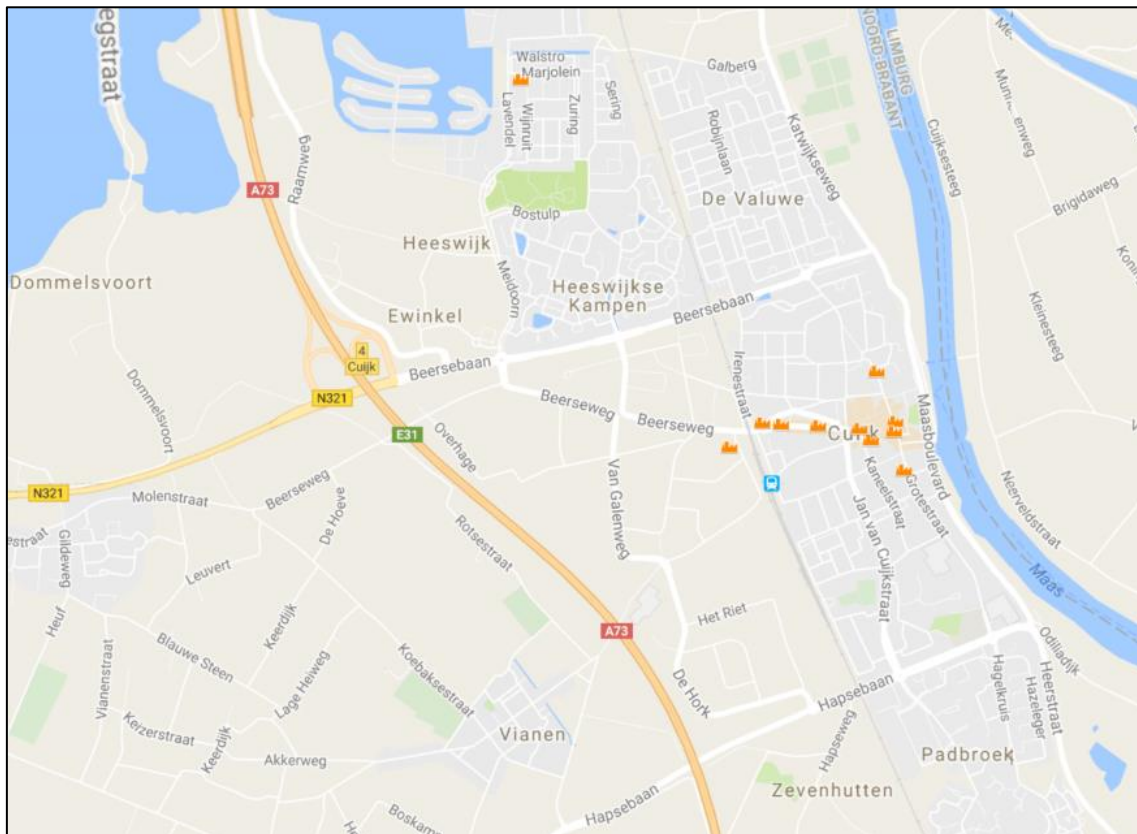
Tabel 4.2 Leegstandsanalyse Cuijk (Locatus, maart 2017)

	winkelometers (in m ² vvo)			commerciële verkooppunten		
	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)
provincie Noord-Brabant	4.759.424	526.864	11%	32.404	2.639	8%
Cuijk	44.940	5.629	13%	272	26	10%
te verwachten omvang op basis van het Nederlandse gemiddelde binnen de inwonersklasse 15.000 - 20.000	34.900	4.100	12%	230	20	9%

Inpassing beoogde ontwikkeling binnen bestaande leegstand

De beoogde verplaatsing van Aldi is gericht op het behoud van de harddiscounter voor Cuijk. In het kader van zorgvuldig ruimtegebruik moet eerst onderzocht worden of de beoogde verplaatsing ingepast kan worden binnen de bestaande leegstand van Cuijk. Momenteel worden 16 leegstaande winkelunits aangeboden op Funda (Funda in Business, per 17 maart 2017).

Uit figuur 4.4 wordt geconcludeerd dat de winkelleegstand in Cuijk zich concentreert in het centrumgebied.

**Figuur 4.4 Aangeboden winkelpanden (Funda in Business, per 17 maart 2017)**

De aangeboden winkelpanden variëren van 78 tot 600 m² bvo (figuur 4.5). De leegstand is vooral aanwezig in de aanloopstraten richting het centrum van Cuijk. Er worden 4 winkelpanden aangeboden in de Grotestraat en 4 winkelpanden in de Molenstraat. Op basis van de centrumvisie (hoofdstuk 2) wordt een functietransformatie voorzien in deze aanloopstraten. De leegstand geeft aan dat de panden niet meer courant zijn voor de winkelfunctie. Op basis van de inventarisatie wordt geconcludeerd dat de gewenste uitbreiding van Aldi niet gefaciliteerd kan worden binnen de bestaande leegstand.

	Grotestraat 13 5431 DG Cuijk € 245.000 k.k. 117 m ² Marc Peters Bedrijfsmakelaar		Molenstraat 40 5431 BX Cuijk € 365.000 k.k. 575 m ² • Units vanaf 222 m ² Bernheze makelaars & adviseurs
	Grotestraat 46 5431 DK Cuijk € 158.000 k.k. € 93 /m ² /jaar 155 m ² Marc Peters Bedrijfsmakelaar		Molenstraat 36 5431 BX Cuijk € 75 /m ² /jaar 175 m ² Marc Peters Bedrijfsmakelaar
	Louis Jansenplein 15 5431 BV Cuijk € 168 /m ² /jaar 137 m ² Makelaardij Twan Poels		Molenstraat 64 5431 BZ Cuijk € 87 /m ² /jaar 404 m ² Stonevest
	Molenstraat 34 5431 BX Cuijk € 96 /m ² /jaar 124 m ² Smedema Makelaars•Taxateurs		Smidstraat 70 5431 BJ Cuijk Huurprijs op aanvraag 264 m ² • Units vanaf 71 m ² Luc Beumer Vastgoed
	Grotestraat 84 5431 DL Cuijk € 240.000 k.k. 400 m ² RSP Makelaars		Maasburg 29 5431 BR Cuijk € 238 /m ² /jaar 80 m ² Strijbosch-Thunnissen Makelaardij b.v.
	Grotestraat 90 5431 DM Cuijk € 60 /m ² /jaar 600 m ² Stonevest		Maasburg 38 5431 BR Cuijk Huurprijs op aanvraag 290 m ² Strijbosch-Thunnissen Makelaardij I
	Korte Molenstraat 15 5431 DT Cuijk € 135 /m ² /jaar 78 m ² Marc Peters Bedrijfsmakelaar		Vorstendom 2 14/15 5431 DD Cuijk € 95 /m ² /jaar 138 m ² • Units vanaf 69 m ² Meerdere makelaars betrokken
	Lavendel 256 5432 DW Cuijk Huurprijs op aanvraag 478 m ² • Units vanaf 239 m ² Meerdere makelaars betrokken		

Figuur 4.5 Inventarisatie aangeboden winkelpanden Cuijk (Funda in Business, per 17 maart 2017)

Lidl-locatie Padbroek

De voormalige locatie van supermarktketen Lidl aan de Berenkuil 5 staat momenteel leeg. Deze locatie ligt in de woonwijk Padbroek in het zuiden van Cuijk. De winkel meet slechts 500 m² wvo. Voor deze locatie blijkt geen interesse te zijn vanuit de markt. Hieruit blijkt dat met deze winkelomvang geen economisch-duurzame exploitatie mogelijk is voor een supermarkt op de locatie Padbroek. Daarbij is de ligging in het verzorgingsgebied niet optimaal. De gemeente onderzoekt momenteel de mogelijkheden voor een bestemmingsplanwijziging (DistriFood, 4 mei 2015).

Conclusie

Uit bovenstaande inventarisatie blijkt dat er geen alternatieve winkellocaties voor handen zijn om een moderne harddiscountvoorziening te faciliteren binnen de bestaande winkelgebieden van Cuijk.

4.4. Locatieafweging: Zwaanplein

Uit de voorgaande analyse wordt geconcludeerd dat gewenste uitbreiding niet ingepast kan worden binnen de bestaande winkelstructuur, waardoor uitgeweken moeten worden naar een alternatieve locatie. De beoogde locatie van Aldi ligt aan het Zwaanplein. Het Zwaanplein is momenteel een belangrijke parkeerplaats voor de centrumfuncties. De locatie maakt onderdeel uit van het winkelconcentratiegebied. Op de locatie staat momenteel een leegstaand kantoorpand (figuur 4.6). De locatie wordt via de Zwaanstraat, Sint-Annastraat en de Beersebaan ontsloten richting de A73. De locatie is goed bereikbaar vanuit het hele verzorgingsgebied van Cuijk.



Figuur 4.6 Impressie beoogde locatie Zwaanplein (Google Streetview, 2017)

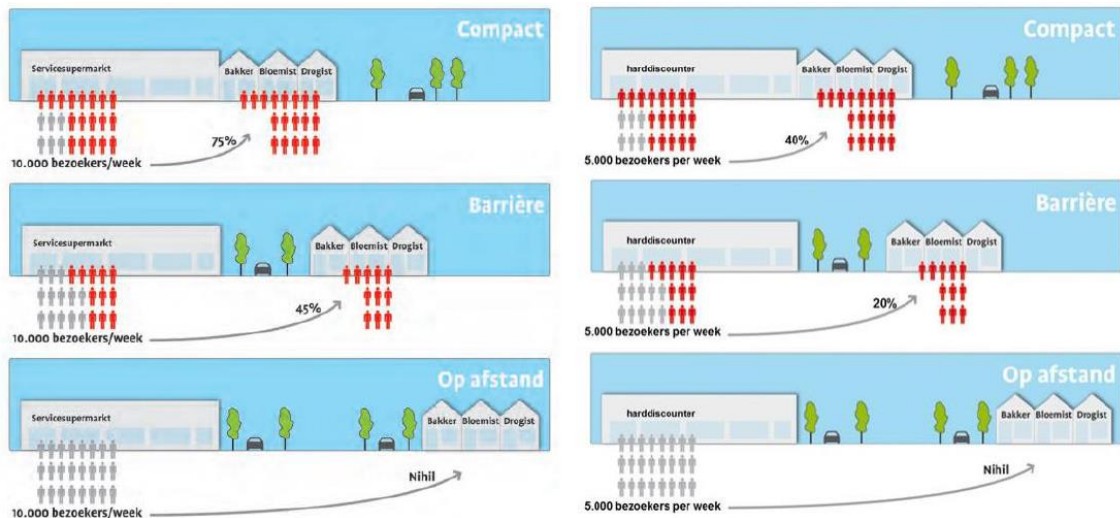
Aansluiting beleidsuitgangspunten

In de Centrumvisie Cuijk (2014) staat de beleidsmatige behoefte aan een supermarkt op het Zwaanplein beschreven. Het centrum van Cuijk ligt centraal in een regio met een toenemend dag- en verblijfstoerisme. Het gebied Dommelsvoort aan de Kraaijenbergse Plassen wordt de komende jaren ontwikkeld tot recreatiegebied met o.a. een park met ruim 500 vakantiewoningen, een passantenhaven met 500 ligplaatsen en een nieuw hotel aan de A73. Rekening houdend met deze ontwikkelingen is een aantrekkelijk centrumgebied van belang. Een van de beleidsuitgangspunten is een compact centrum. Momenteel liggen twee van de drie supermarkten te ver van het winkelconcentratiegebied (winkelcentrum Maasburg). Met de verplaatsing van Aldi van de schil van het centrum naar het winkelconcentratiegebied ontstaat een sterk boodschappencluster. In toenemende mate domineert in de centrumschil de woonfunctie. De centrumschil bestaat uit de Molenstraat, Kaneelstraat (vertreklocatie Aldi) en een deel van de Grotestraat. Voor deze straten wordt een transitie beoogd naar een minder publieksgericht functieprofiel door de afname van de winkelfunctie. Hiervoor biedt de woonfunctie een goed perspectief. In het beleid wordt het Zwaanplein als bronpunt voor centrumbezoek gezien. In de Centrumvisie staat beschreven dat de locatie geschikt is als supermarktlocatie, om bij voorkeur een supermarkt uit de centrumschil te faciliteren. Het Zwaanplein is voor de gemeente Cuijk een strategische ontwikkellocatie. Met twee supermarkten in het winkelconcentratiegebied kan het winkelaanbod profiteren van elkaar nabijheid.

Combinatiebezoek

In algemene zin fungeren supermarkten als trekker voor winkelcentra. Deze trekkersfunctie is voor harddiscounters doorgaans lager dan bij full-service supermarkten (figuur 4.7). Dit omdat combinatiebezoek door consumenten tussen harddiscountsupermarkt en overige winkels veel minder vaak voorkomt dan bij reguliere supermarkten. Dit komt omdat consumenten een harddiscounter minder vaak bezoeken voor de aanschaf van specifieke producten (in bulk). Hiertoe gaan veel consumenten doelgericht op weg, terwijl het doen van de reguliere (week)boodschappen voor veel

consumenten een combinatie is tussen een bezoek aan een full-service supermarkt, speciaalzaken en vaak nog een drogisterij. Echter, met de combinatie van een full-service supermarkt (Emté) en harddiscounter (Aldi) en verschillende speciaalzaken ontstaat een sterk boodschappencluster.



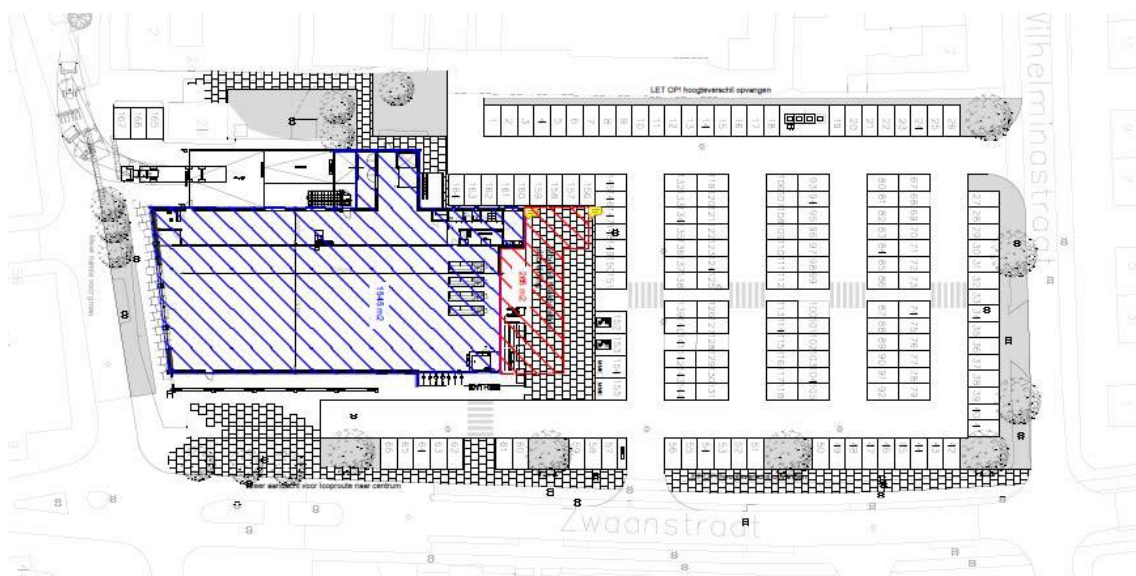
Figuur 4.7 Schematische weergave van het gemiddelde combinatiebezoek naar ruimtelijke situering tussen harddiscountsupermarkt en speciaalzaak (DTNP, 2011)

Herontwikkeling bestaande langdurige leegstand

Het kantoorpand (600 m²) aan het Zwaanplein staat al enige tijd leeg en heeft een gedateerde uitstraling (figuur 4.7). De gedateerde uitstraling zorgt voor een degradatie van het straat- en bebouwingsbeeld van het centrum van Cuijk. Met de beoogde ontwikkeling van Aldi wordt een kwalitatieve impuls gegeven aan het gebied als entree van het winkelconcentratiegebied van Cuijk.

Ruimtelijke inpassing

De locatie Zwaanplein heeft voldoende ruimte voor het realiseren van een moderne harddiscounter (1.200 m² vvo), maar ook voor de realisatie van voldoende parkeerplaatsen. In figuur 4.8 is de beoogde ontwikkeling ingetekend binnen het perceel.



Figuur 4.8 Impressie ontwikkeling Aldi Zwaanplein

Conclusie

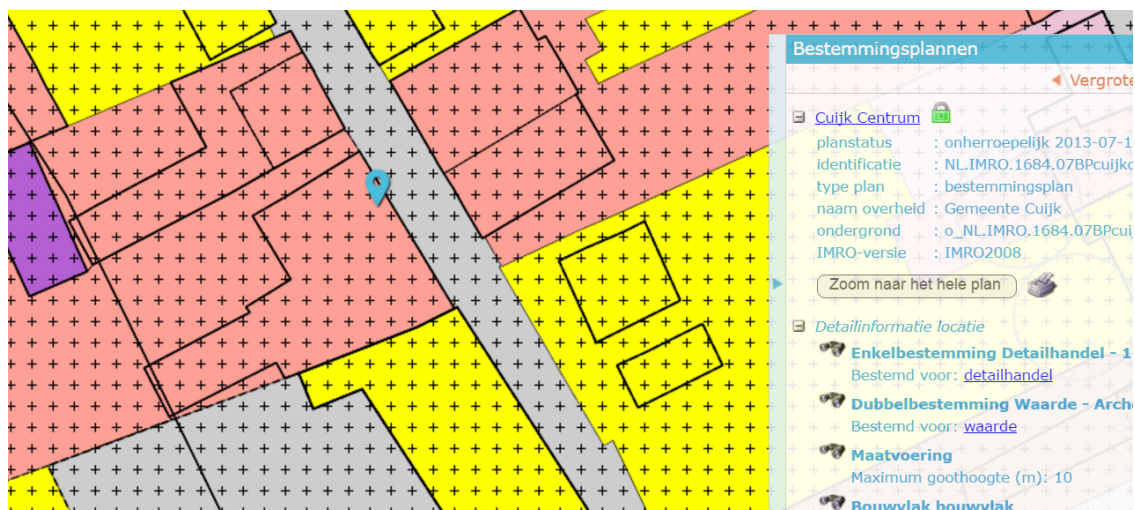
Geconcludeerd wordt dat het Zwaanplein een geschikte locatie is. Met de beoogde verplaatsing van Aldi naar het Zwaanplein wordt invulling gegeven aan de beleidsmatige behoefte aan clustering van het supermarktaanbod in het concentratiegebied van het centrum van Cuijk. Hierbij is de verplaatsing van Aldi concreet in het uitvoeringsprogramma van de Centrumvisie Cuijk opgenomen. Met de concentratie ontstaan twee gebiedstrekkers, waarvan de andere centrumondernemers kunnen profiteren. Naar verwachting zal de mate van combinatiebezoek toenemen als gevolg van de beoogde ontwikkeling. Met de ontwikkeling wordt bestaande kantoorleegstand uit de markt gehaald en wordt voldaan aan de vestigingseisen van Aldi, maar ook aan de eisen die de consument stelt aan een moderne supermarkt. De locatie Zwaanplein is een economisch-duurzame vestigingslocatie voor een harddiscounter.

4.5. Mogelijkheden herinvulling vertreklocatie Kaneelstraat 38-44

Op basis van de vigerende bestemmingsplanregeling zijn de volgende functies mogelijk aan de Kaneelstraat 38-44 (Bestemmingsplan Cuijk Centrum, 2013; figuur 4.9):

- Op de begane grond:
 - o Detailhandel;
 - o Dienstverlening;
 - o Alleen ter plaatse van de aanduiding 'bedrijf' is een bedrijf toegestaan, vallend in maximaal categorie 2;
 - o Na bedrijfsbeëindiging mag de voormalige dienstruimte betrokken worden bij de bovenstaande bovenwoning(en), waar het totaal aantal woningen niet mag toenemen.
- Op de verdieplingslagen:
 - o Wonen
 - o Ter plaatse van de aanduiding 'detailhandel' is ook detailhandel op de verdieplingslaag toegestaan.

Kortom, de vertreklocatie kan op basis van de huidige bestemmingsplanregeling worden ingevuld met detailhandel in het algemeen, dienstverlening, maar ook met wonen. Het bestemmingsplan biedt dus mogelijkheden voor transformatie na vertrek van Aldi.



Figuur 4.9 Uitsnede vigerende planregeling Kaneelstraat 38-44 (gemeente Cuijk, 2013)

Detailhandel

Het detailhandelsbeleid is gericht op een sterke afname van winkelvloeroppervlak op kwetsbare locaties buiten centra en centrumdelen die niet tot het kernwinkelgebied gerekend worden (deel aanloopmilieu). Gemeenten kunnen ondernemers en eigenaren ondersteunen in dit transformatieproces (Detailhandelsvisie Land van Cuijk, 2015, p. 30).

In de visie wordt de Kaneelstraat gerekend tot de centrumrand die kwetsbaar is. Met de huidige leegstandscijfers en de recente ontwikkelingen in het winkellandschap is de kans klein dat na het vertrek van Aldi een supermarkt terugkomt aan de Kaneelstraat 38-44. Op basis van het overzicht uit tabel 4.1 wordt geconcludeerd dat de locatie niet meer courant is als supermarktlocatie, waardoor verwacht wordt dat hier ook geen supermarkt terugkomt.

In Centrumvisie Cuijk is beschreven dat de aanloopstraten, waaronder de Kaneelstraat, niet meer geschikt is voor publieksaantrekkende functies zoals detailhandel. In de centrumschil domineert nagenoeg overal de woonfunctie. In de visie staat beschreven dat de aanloopstraten reeds in transitie zijn naar een minder publieksgericht functieprofiel. Transformatie naar een gemengde straat met een meer dominante woonfunctie biedt perspectief.

Mogelijkheden voor transformatie naar dienstverlening en wonen

In de subregionale detailhandelsvisie en de centrumvisie wordt geconcludeerd dat de planologische ruimte voor detailhandel gereduceerd moet worden (Detailhandelsvisie Land van Cuijk, 2015, p. 29-30). In de 'Actielijn' staat ook beschreven dat gemeenten ondersteuning bieden aan transformatie van leegstaand winkelaanbod door verbreding van de bestemming met bijvoorbeeld wonen, kleinschalige bedrijvigheid of zorgfuncties. Op deze wijze ontstaat een organische transitie van kwetsbare winkellocaties. Op basis van de vigerende bestemmingsplanregeling wordt geconcludeerd dat de vigerende bestemmingsplanregeling deze mogelijkheden voor transformatie bevat, waardoor bijvoorbeeld een invulling met dienstverlening of wonen mogelijk is conform de subregionale detailhandelsvisie. Deze beleidslijn wordt onderschreven in de Centrumvisie Cuijk, waar wordt gestreefd naar een winkelconcentratiegebied rond winkelcentrum Maasbrug.

Meest representatief gebruik Kaneelstraat 38-44

Uitgangspunt voor de herinvulling van de Kaneelstraat 38-44 is het meest representatieve gebruik. Eerder is geconcludeerd dat een supermarkt niet tot het representatieve gebruik behoort. Theoretisch zou een andere retailer, niet zijnde een supermarkt toch gebruik willen maken van het winkelpand. Afhankelijk van de initiatiefnemer biedt de huidige bestemmingsplanregeling mogelijkheden voor transformatie naar een andere bestemming dan detailhandel, bijvoorbeeld dienstverlening en wonen. De huidige mogelijkheden voor transformatie sluiten aan bij de beleidsuitgangspunten van de subregionale detailhandelsvisie Land van Cuijk. De vigerende bestemmingsplanregeling biedt mogelijkheden voor een organische transitie van de kwetsbare winkellocatie Kaneelstraat 38-44.

Conclusie

Op basis van het voorgaande wordt geconcludeerd dat herinvulling van de Kaneelstraat 38-44 kansrijk kan zijn voor andere vormen van gebruik dan een supermarkt/detailhandel. Mocht bij het vertrek van Aldi leegstand ontstaan dan biedt de huidige bestemmingsplanregeling mogelijkheden voor transformatie voor meer kansrijke functies, zoals dienstverlening en wonen. De huidige bestemmingsplanregeling biedt ruimte voor transitie.

4.6. Conclusie

De beoogde verplaatsing van Aldi is gericht op duurzaam behoud van een harddiscounter in de regio Cuijk. Met de ontwikkeling kan positief worden bijgedragen aan de beleidsmatig gewenste voorzieningenstructuur in het centrum van Cuijk. De consument heeft behoefte aan een volwaardige harddiscounter op een goed bereikbare locatie met voldoende parkeerruimte. De gewenste uitbreiding kan niet gerealiseerd worden op de bestaande locatie aan de Kaneelstraat 38-44. De locatie is niet meer courant voor een supermarkt. Daarbij is voor de locatie beleidsmatig een transitie voorzien naar een minder publieksgerichte functie, zoals wonen. Op basis van de bestaande bestemmingsplanregeling zijn hier minder publieksgerichte functie als wonen en dienstverlening mogelijk.

De beoogde locatie aan het Zwaanplein is uniek en is beleidsmatig aangewezen als strategische ontwikkellocatie voor een supermarkt. De locatie ligt in het winkelconcentratiegebied van Cuijk en heeft een ruime parkeerfaciliteit. Daarbij wordt combinatiebezoek versterkt door een tweede gebiedstrekker toe te voegen aan het centrum. Met de ontwikkeling wordt een leegstaand kantoorpand uit de markt gehaald en getransformeerd naar een supermarkt. Met de herontwikkeling krijgt het entreegebied van het centrum van Cuijk een kwalitatieve impuls. Geconcludeerd wordt dat met de beoogde ontwikkeling sprake is van zorgvuldig ruimtegebruik en een goede ruimtelijke ordening in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking, waardoor een goed woon-, leef- en ondernemersklimaat behouden blijft.

5. Conclusie

Overheden die nieuwe stedelijke ontwikkelingen mogelijk willen maken, moeten standaard een aantal stappen zetten die borgen dat tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging en inpassing van die nieuwe ontwikkeling wordt gekomen. Deze stappen volgen de ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij moet worden voldaan aan de volgende voorwaarden:

1. de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte;
2. indien er sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt nagegaan 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. als de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt nagegaan in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.

5.1. Behoeft (trede 1 ladder voor duurzame verstedelijking)

In dit onderzoek is zowel de kwalitatieve – als kwantitatieve behoefte van de beoogde verplaatsing van Aldi onderzocht.

Kwalitatieve behoefte

Harddiscounters, zoals Aldi, hebben een specifieke rol binnen het koopgedrag van consumenten. Bij harddiscounters doen consumenten vooral aanvullende discountaankopen bovenop de boodschappen die bij de reguliere supermarkten en speciaalzaken worden gekocht. De consument in Cuijk heeft behoefte aan een complete supermarktstructuur. De beoogde verplaatsing van Aldi is dan ook gericht op het duurzaam behoud van de complementaire supermarkt.

Op de huidige locatie aan de Kaneelstraat 38-44 kan Aldi haar verzorgingsfunctie niet waar maken omdat deze winkel niet meer voldoet aan de eisen van de moderne consument. Het functioneren van deze harddiscount staat dan ook onder druk, waarmee de kans reëel is dat de harddiscountvoorziening voor de kern / de gemeente verloren gaat. De belangrijkste knelpunten van de locatie zijn als volgt:

- De omvang van de winkel is te beperkt. Ook de zichtbaarheid van de winkel is slecht. Daarbij is de uitstraling van de winkel gedateerd.
- Het laden en lossen van de harddiscount vindt dagelijks op straat plaats aan de eenrichtingsstraat Kaneelstraat en leidt tot verkeersonveilige situatie en verkeeropstoppen.
- De bereikbaarheid van de harddiscount is matig, omdat de winkel op enige afstand van de doorgaande route door de kern ligt en decentraal ten opzichte van de overige winkelaanbod.
- De omvang en de situering van de winkel maakt dat deze zijn harddiscountfunctie voor de inwoners van Cuijk en de omliggende kernen niet kan waarmaken.
- Een uitbreiding is ook vanwege de parkeerbehoefte niet mogelijk op de huidige locatie.

De beoogde verplaatsing en uitbreiding van Aldi naar het winkelconcentratiegebied in het centrum van Cuijk aansluit op bij de beleidsmatige behoefte aan de clustering van winkelaanbod in Cuijk.

Kwantitatieve behoefte

Het marktaandeel van een harddiscountsupermarkt is relatief laag ten opzichte van de marktaandelen van de reguliere supermarkten in een verzorgingsgebied. Deze positie van harddiscounters binnen de winkelstructuur maakt dat er buiten de grote steden 'markt' is voor één harddiscounter op iedere 20.000 inwoners. De relevante regio bestaat primair uit de kern Cuijk (circa 17.000 inwoners) en secundair uit de omliggende kernen in de gemeente Cuijk, maar ook enkele kernen buiten de gemeente. De gemeente Cuijk heeft met circa 25.000 inwoners voldoende draagvlak voor een harddiscountvoorziening.

Uit distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat de komende planperiode enige ontwikkelruimte ontstaat als gevolg van de positieve bevolkingsontwikkeling. Deze ontwikkelruimte kan benut worden om bestaande aanbieders, zoals Aldi, de mogelijkheid te bieden voor de gewenste schaalvergroting. De marktomstandigheden zullen niet substantieel wijzigen als gevolg van de beoogde uitbreiding en verplaatsing van de harddiscounter. Hier wordt aan toegevoegd dat ondernemers altijd rekening moeten houden ontwikkelingen en innovaties van concurrenten in welke vorm dan ook, want deze kunnen altijd effect hebben op de omzetmogelijkheden van een winkel.

Bij een eventuele verplaatsing of uitbreiding van Aldi zijn naar verwachting de te verwachten effecten om de volgende redenen beperkt, waarmee een eventuele ontwikkeling aanvaardbaar is ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat:

- Een moderne harddiscounter betekent weliswaar dat deze winkel groter wordt dan in de huidige situatie, maar dat leidt niet tot een evenredige groei van de omzet. De uitbreiding van de winkel is namelijk vooral bedoeld om de huidige klanten beter te bedienen met meer comfort in de winkel en ten aanzien van de bereikbaarheid en de parkeersituatie.
- Bij een verplaatsing van Aldi in Cuijk wordt de centrumfunctie als hoofdwinkelgebied versterkt.
- De beoogde verplaatsing van Aldi is gericht op duurzaam behoud van een harddiscounter in de regio op aanvaardbare afstand waardoor geen sprake is van duurzame ontwrichting.

5.2. Locatieafweging (treden 2 en 3 ladder voor duurzame verstedelijking)

Zowel vanuit het provinciaal - als het regionaal beleid wordt gestreefd naar een kwalitatief goede detailhandelstructuur. Dit moet worden bereikt door middel van het versterken van de bestaande hoofdstructuur van reguliere en perifere winkelgebieden. De beoogde verplaatsing van Aldi naar het Zwaanplein sluit aan bij de relevante beleidsuitgangspunten. De ontwikkeling staat concreet opgenomen in de Centrumvisie Cuijk. Met de verplaatsing wordt het dagelijkse goederenaanbod geclusterd in het centrum van Cuijk, waardoor Cuijk haar verzorgingsfunctie kan behouden en versterken. Met de ontwikkeling kan positief worden bijgedragen aan de beleidsmatig gewenste voorzieningenstructuur in het centrum van Cuijk. De gewenste uitbreiding kan niet gerealiseerd worden op de bestaande locatie aan de Kaneelstraat 38-44. De locatie is niet meer courant voor een supermarkt. Daarbij is voor de locatie beleidsmatig een transitie voorzien naar een minder publieksgerichte functie. Op basis van het vigerende bestemmingsplan is deze transitie mogelijk, bijvoorbeeld naar wonen en dienstverlening. Van onaanvaardbare leegstandseffecten is naar verwachting geen sprake.

De beoogde locatie aan het Zwaanplein is uniek en is beleidsmatig aangewezen als strategische ontwikkellocatie voor een supermarkt. Combinatiebezoek in het centrum wordt versterkt door een tweede gebiedstrekker toe te voegen. Daarbij wordt met de ontwikkeling een leegstaand kantoorpand uit de markt gehaald en getransformeerd naar een harddiscountsupermarkt. Met de herontwikkeling krijgt het entreegebied van het centrum van Cuijk een kwalitatieve impuls.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde uitbreiding en verplaatsing van Aldi in Cuijk voldoet aan trede 2 van de ladder voor duurzame verstedelijking door bestaande stedelijke gronden te herontwikkelen. Hiervoor is een uitgebreide locatieafweging uitgevoerd. Trede 3 is niet van toepassing, omdat de ontwikkeling plaatsvindt binnen bestaand stedelijk gebied.

5.3. Conclusie

Geconcludeerd wordt dat de consumenten in Cuijk en omgeving behoefte hebben aan een volwaardige harddiscounter op een goed bereikbare locatie met voldoende parkeerruimte. De beoogde locatie aan het Zwaanplein voorziet in die behoefte en is daarmee wenselijk om de voorzieningenstructuur in het centrum van Cuijk te versterken. Met de beoogde ontwikkeling van Aldi is dan ook sprake van zorgvuldig ruimtegebruik en een goede ruimtelijke ordening in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.