

Overbetuwe, Ruimtelijk-functionele Effectenanalyse uitbreiding Lidl Oosterhout

Lidl Nederland GmbH



Oosterhout, Ruimtelijk-functionele Effectenanalyse uitbreiding Lidl Oosterhout

Lidl Nederland GmbH

Rapportnummer:	203X01327.087647_4
Datum:	8 maart 2017
Opdrachtgever:	Lidl Nederland GmbH
Contactpersoon:	De heer P. Jacobs
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer, Robin van Lieshout, Geert Welten
Trefwoorden:	Dagelijkse sector, Oosterhout, structuur, supermarkten, distributieve mogelijkheden, uitbreiding, effecten
Bron foto kافت:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	In voorliggende rapportage worden de effecten van de uitbreiding van Lidl op de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand geanalyseerd.

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

Inhoudsopgave

1.Aanleiding, vraagstelling en conclusies (managementsummary)	2
1.1Achtergrond en probleemstelling	2
1.2Het planinitiatief en relevant onderzoeksgebied	3
1.3Conclusies	4
1.3.1 Beantwoording onderzoeksvragen	4
1.3.2 Overige aspecten	6
1.3.3 Ten slotte	8
2.Analyse	9
2.1Trends en ontwikkelingen	9
2.2Aanbodanalyse	10
2.2.1 Winkelaanbod verzorgingsgebied Lidl	10
2.2.2 Leegstand	14
2.2.3 Plannen en initiatieven	14
2.3Economische analyse	15
2.3.1 Uitgangspunten analyse	15
2.3.2 Analyse marktomstandigheden sector dagelijkse artikelen	17
2.3.3 Effectanalyse	18
2.4Beleidskaders	20
2.4.1 Provinciaal	20
2.4.2 Regionaal	21
Bijlagen	23
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Ladder voor Duurzame Verstedelijking	2
Bijlage 3: Definitie leegstand Locatus	4

1. AANLEIDING, VRAAGSTELLING EN CONCLUSIES (MANAGEMENTSUMMARY)

1.1 Achtergrond en probleemstelling

Lidl aan de Stationsstraat 19 nabij de kern Oosterhout in de gemeente Overbetuwe is voornemens de huidige vestiging te moderniseren, want de huidige vestiging sluit niet meer optimaal aan op de maatstaven voor een discountsupermarkt met een regionale verzorgingsfunctie. Tegelijk wordt de inrichting van de buitenruimte kwalitatief versterkt en de bevoorradingsituatie verbeterd.

Om te kunnen voldoen aan de maatstaven wordt de winkelruimte van Lidl uitgebreid met 327 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Het totale bruto vloeroppervlak van de Lidl-vestiging neemt toe van 1.621 m² tot circa 2.100 m², een uitbreiding van 479 m² bvo. Een deel van de uitbreiding (circa 30%) betreft daarmee ruimtes die niet voor de consument toegankelijk zijn, zoals de ruimten voor het magazijn, logistiek, het personeelsverblijf en bake-off.

Omdat de beoogde uitbreiding van Lidl niet past binnen het vigerende bestemmingplan, is een wijziging van het bestemmingsplan noodzakelijk. In dat kader is het mogelijk dat deze ontwikkeling geldt als een nieuwe stedelijke ontwikkeling in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking (zie bijlage 1). De beperkte omvang van de uitbreiding (à 479 m² bvo) maakt dat wellicht geen sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Hoe dan ook is inzicht wenselijk in de behoefte aan de ontwikkeling en de aanvaardbaarheid van de effecten. Om deze aspecten te toetsen is in dit rapport de systematiek van de ladder gevolgd. In dit rapport is verder aandacht voor de gemeentelijke structuurvisie, het Regionaal Programma Detailhandel (RPD) en de provinciale Omgevingsvisie en -verordening.

De centrale vragen voor het onderzoek zijn als volgt geformuleerd:

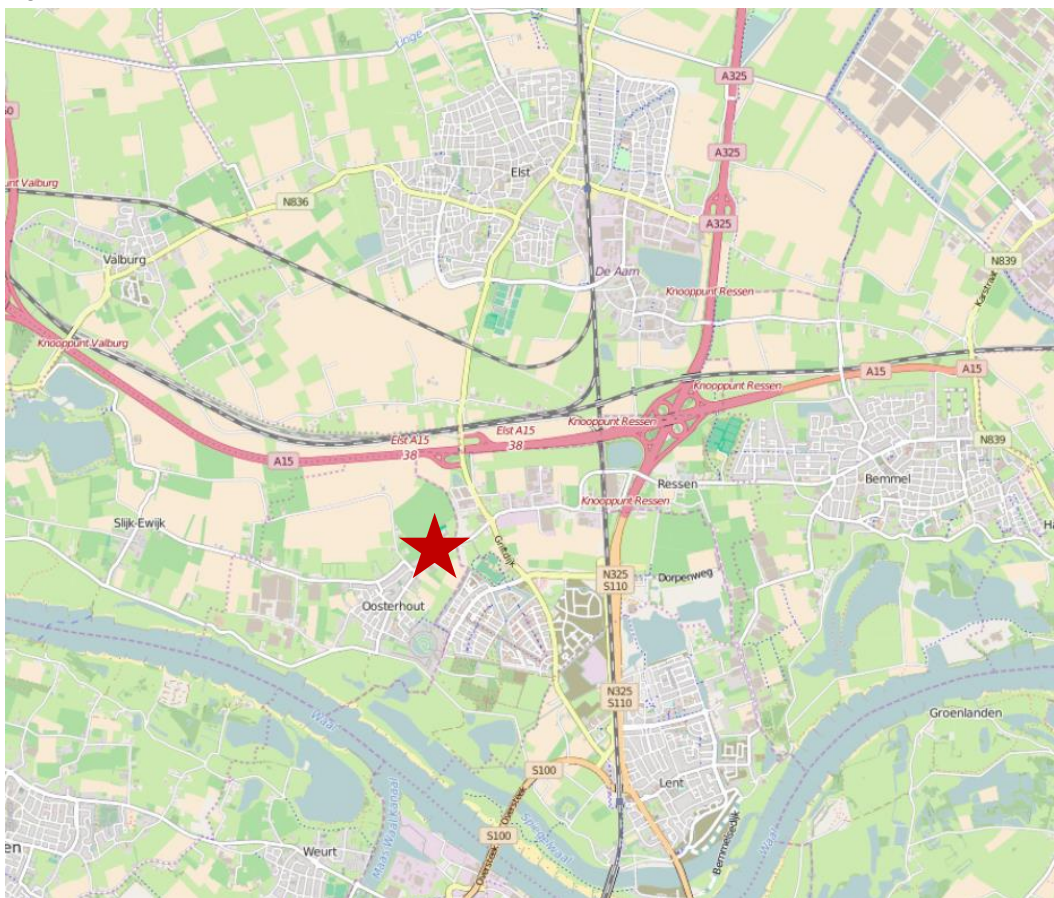
- Past de beoogde ontwikkeling in de detailhandelsstructuur van de relevante regio?
- Zijn de eventuele effecten van de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat?
- Past de beoogde ontwikkeling binnen het beleid?

1.2 Het planinitiatief en relevant onderzoeksgebied

Initiatief

Zoals vermeld, bestaan er plannen om de Lidl aan de Stationsstraat 19 in de gemeente Overbetuwe met circa 327 m² wvo (479 m² bvo) uit te breiden. Met deze uitbreiding krijgt Lidl een modernere maatvoering, wordt de kwaliteitswaarde van de supermarkt verhoogd en sluit de supermarkt beter aan op de wensen van de consument. Onder andere door het bieden van meer winkelcomfort: ruimere gangpaden, overzichtelijkere schappen, meer kassa's en een beperkt ruimer assortiment. In onderstaand kaartbeeld is de locatie en ruimtelijke context van Lidl opgenomen.

Figuur 1.1: Planlocatie



Relevant onderzoeksgebied

Een discountsupermarkt als Lidl heeft doorgaans een groter verzorgingsgebied dan een reguliere fullservice supermarkt. Dit heeft vooral te maken met het specifieke marktsegment en de relatief grote gerichtheid op 'bulkaankopen' met een veel lagere bezoekfrequentie dan bij fullservice-supermarkten. Inwoners van het oude dorp Oosterhout (gemeente Overbetuwe), de nieuwbouwwijk Oosterhout (gemeente Nijmegen), Ressen, Lent

en Elst hebben – naast de Lidl in Oosterhout – alleen de Lidl in Bommel (op circa 6 kilometer) als alternatief. In Nijmegen-stad zijn meerdere Lidl vestigingen aanwezig, maar de Waal is een duidelijke fysieke barrière en de afstand is relatief groot voor de inwoners uit Oosterhout en omgeving. Op basis van de lokale situatie zal Lidl vooral een functie hebben voor de inwoners van de oude kern Oosterhout, de nieuwbouwwijk Oosterhout (gemeente Nijmegen) en voor een deel van de kern Lent. Ook komt een deel van de koopkracht uit Elst en andere omliggende kleinere kernen. In de onderhavige rapportage wordt Nijmegen-Noord inclusief Oosterhout (gemeente Overbetuwe) en Ressen beschouwd als het primaire verzorgingsgebied.

1.3 Conclusies

1.3.1 Beantwoording onderzoeksvragen

Past de beoogde ontwikkeling in de detailhandelsstructuur van de relevante regio?

Ja, want de ontwikkeling betekent een versterking van de verzorgingsstructuur van het dorp Oosterhout (gemeente Overbetuwe) en de groeiende wijk Oosterhout (gemeente Nijmegen). Hierbij is het volgende van belang.

- De winkelstructuur in het nieuwe deel van Nijmegen (Nijmegen-Noord), inclusief het dorp Oosterhout (gemeente Overbetuwe), is in de huidige situatie zeker niet optimaal. Binnen de detailhandelsstructuur in Nijmegen-Noord en Oosterhout ontbreekt momenteel een centrale aankoopplaats voor dagelijkse artikelen van voldoende omvang. Het centrum van de wijk Oosterhout (gemeente Nijmegen) is met een Albert Heijn, Kruidvat, een apotheek en een bakker het enige winkelcluster. Hoewel het een relatief nieuw winkelcentrum is, is de omvang van Albert Heijn en Kruidvat naar de huidige maatstaven beperkt. Vanwege de krappe ruimtelijke structuur bestaan er geen mogelijkheden om dit aanbod uit te breiden. Supermarkt Jan Linders te Lent ligt op relatief grote afstand van Oosterhout. Verder is de Lidl de enige discountsupermarkt binnen de relevante regio, waarmee deze een aanvullende verzorgingsfunctie heeft.
- Vanwege de forse bevolkingsgroei in Nijmegen-Noord, ontstaat er tot 2025 ruimte voor minimaal 2.800 m² wvo extra detailhandel in de dagelijkse sector, nadrukkelijk gerekend vanuit behoudende aannames. Slechts een beperkt deel van deze uitbreidingsruimte is nodig voor de beoogde versterking van Lidl. Het overig deel van deze ruimte kan worden ingezet voor de realisatie van het geplande wijkwinkelcentrum Hof van Holland nabij station Nijmegen-Lent.
- De afstand van dit geplande centrum tot het dorp Oosterhout (gemeente Overbetuwe) bedraagt circa 4 kilometer. Daarmee is het voor de dagelijkse verzorging van dit dorp geen geschikte optie, maar ook voor veel inwoners van de Nijmeegse wijk Oosterhout ligt het centrum op een relatief grote afstand voor dagelijkse aankopen. Inwoners in Nederland beschikken namelijk over een supermarkt op gemiddeld circa 900 meter afstand van de woning. Lidl voorziet nu al in belangrijke mate voor de consu-

mentenverzorging voor dit gebied voor wat betreft het discountsegment in de dagelijkse sector.

- Voor met name de huidige en toekomstige inwoners van Oosterhout (kern en wijk) is het belangrijk dat zij beschikken over een modern boodschappenaanbod, i.c. de eerste levensbehoeften, nabij de eigen woning. Hoewel Lidl aan de Stationsstraat vanuit de structuur gezien een solitaire locatie is, biedt het o.a. door de goede bereikbaarheid wel voordelen voor de consumentenverzorging.
- De uitbreiding van Lidl speelt in kwalitatieve zin verder sterk in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, keuzemogelijkheden voor de consument).

Zijn de eventuele effecten van de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat?

Ja, de eventuele effecten zijn aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. De volgende overwegingen zijn hierbij van belang.

- Vanwege de forse bevolkingsgroei in Nijmegen-Noord ontstaat er tot 2025 ruimte voor minimaal 2.800 m² wvo extra detailhandel in de dagelijkse sector, nadrukkelijk gerekend vanuit behoudende aannames. Dit betekent dat op basis van de bevolkingsgroei de uitbreiding van Lidl én de realisatie van een nieuw wijkwinkelcentrum theoretisch goed mogelijk zijn.
- De omvang van de uitbreidingsruimte in relatie tot de omvang van de beoogde ontwikkeling + 327 m² wvo betekent dat alle detailhandel in dagelijkse goederen in de relevante regio voldoende omzet kan blijven behalen voor economisch-duurzaam functioneren. De leegstand neemt daarom niet toe als gevolg van de beoogde ontwikkeling.
- Bovendien betreft de beoogde ontwikkeling de uitbreiding van een bestaande winkel die vooral gericht is op het bieden van extra winkelcomfort aan de bestaande klanten. De vergroting van de winkel leidt daarom nooit tot een evenredige toename van de winkelomzet. Dit alles maakt dat het omzeteffect van de beoogde ontwikkeling op de huidige en de toekomstige detailhandelsstructuur zeer beperkt blijft.

Past de beoogde ontwikkeling binnen het beleid?

Ja, de beoogde ontwikkeling sluit aan op het beleid. Hierbij is het volgende van belang.

- Hoewel zowel het provinciaal als het regionaal beleid terughoudend zijn ten aanzien van detailhandelsontwikkelingen buiten bestaande winkelgebieden, moet de beoogde ontwikkeling niet worden opgevat als een nieuwe ontwikkeling. Het betreft immers de (beperkte) uitbreiding van een bestaande supermarkt.
- De beoogde ontwikkeling sluit uit aan bij het provinciale streven om de dynamiek van de markt de ruimte te geven om nieuwe impulsen te stimuleren. Vernieuwing is nodig om detailhandel vitaal en aantrekkelijk te houden en om in te kunnen spelen op veranderende wensen en gedrag van consumenten. In de provinciale visie gaat het om de juiste balans tussen het accommoderen van vernieuwingsimpulsen en nieuwe ontwikkelingen (marktdynamiek) aan de ene kant, en het behouden van dat wat al

sterk is, met name de centrumgebieden. Bij dit laatste punt is het van belang dat uit de effectanalyse blijkt dat de beoogde ontwikkeling geen onaanvaardbare effecten zal hebben op de ontwikkelingsmogelijkheden van de bestaande en toekomstige detailhandelsstructuur in het relevante verzorgingsgebied.

- In aansluiting op bovenstaand punt is het van belang dat in het regionaal beleidskader wordt benadrukt dat *vernieuwing en modernisering* van supermarkten belangrijk is voor het toekomstperspectief. Het regionale detailhandelsbeleid is vooral ingestoken vanuit *kwalitatieve* perspectieven. Kwantitatieve uitbreidingsruimte is derhalve niet leidend in de keuzes ten aanzien van de regionale detailhandelsstructuur.
- In dat kader stelt het beleid dat moet worden ingespeeld op dynamische processen als schaalvergroting, internetverkoop en het veranderende consumentengedrag. Waar mogelijk moet worden meebewogen met de eisen/wensen van de consumenten, ondernemers en andere marktpartijen. Tegelijk moet rekening worden gehouden met de effecten van detailhandelsontwikkeling op de bestaande winkelgebieden en de leefbaarheid in kernen en wijken (voorkomen ongewenste effecten op de verzorgingsstructuur). Als vermeld, speelt de beoogde ontwikkeling in op de genoemde dynamische processen en wordt daarmee meebewogen met de eisen van de consument en de ondernemer, waarbij tevens is geconcludeerd dat de eventuele effecten van de ontwikkeling aanvaardbare zijn voor de verzorgingsstructuur.
- Verder wordt in het beleid gesteld dat verspreide bewinkeling in bepaalde gevallen een functie kan hebben voor de structuur en ontwikkelingen worden daarom niet per definitie uitgesloten, mits ze niet structuurverstoring zijn. Een moderne Lidl supermarkt op de onderhavige locatie past binnen de regionale uitgangspunten voor een sterke, duurzame verzorgingsstructuur en belemmert de toekomstige ontwikkeling van een wijkwinkelcentrum (Hof van Holland) niet. Bovendien betreft de beoogde ontwikkeling een uitbreiding van een bestaande winkel, waarvan de eventuele effecten aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

1.3.2 Overige aspecten

Duurzame ontwricting

Aangezien de omvang van de beoogde uitbreiding van Lidl beperkt is, worden geen negatieve effecten op de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging verwacht. Deze verwachting wordt versterkt door de ruime distributieve uitbreidingsruimte. Geconcludeerd wordt dan ook dat de inwoners van de relevante regio op dezelfde, aanvaardbare afstand blijven voorzien in hun eerste levensbehoeften, in de vorm van dagelijkse artikelen. Van een duurzame ontwricting van de detailhandelsstructuur is dan ook geen sprake. Het planinitiatief van Lidl heeft juist een positief effect op in elk geval de consumentenverzorging. Inwoners van Oosterhout en omgeving (w.o. Elst) krijgen een moderne Lidl-supermarkt die voldoet aan de wensen van de consument. Dit winkeltype wordt i.t.t. fullservice supermarkten immers relatief veel bezocht voor 'bulkaankopen' met een lage bezoekfrequentie en vanuit een relatief grote regio. Bereikbaarheid en parkeerruimte zijn daarbij essentieel. De consument in Oosterhout en omgeving heeft hierdoor binnen aanvaardbare afstand tot de eigen woning de beschikking over keuze in de dagelijkse sector.

Ladder voor duurzame verstedelijking

Eerste trede: Actuele regionale behoefte

- Het initiatief speelt in *kwantitatieve* zin in op de regionale behoefte. Vanwege de forse bevolkingsgroei in Nijmegen-Noord ontstaat er tot 2025 ruimte voor minimaal 2.800 m² wvo extra detailhandel in de dagelijkse sector, nadrukkelijk gerekend vanuit behoudende aannames. Dit betekent dat op basis van de bevolkingsgroei de uitbreiding van Lidl én de realisatie van een nieuw wijkwinkelcentrum theoretisch goed mogelijk zijn.
- In *kwalitatieve* zin speelt het planinitiatief sterk in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. keuzemogelijkheden voor de consument, gemak, bereikbaarheid). Inwoners van Oosterhout en omgeving krijgen in de nieuwe situatie de beschikking over een goed bereikbare, gemoderniseerde vestiging van Lidl.
- Verder de behoefte van de supermarktformule Lidl zelf een rol, want Lidl wenst te komen tot een (inter)nationale standaard voor haar supermarkten. Hierin komt de Lidl-formule optimaal tot uitdrukking wat uiteindelijk ook een positief effect heeft op de consument. Daarnaast biedt de modernisering en uitbreiding van Lidl ook meer toekomstperspectief voor de winkel en haar werknemers (meer verblijfsruimte). Dit betekent tevens dat de inwoners van Oosterhout en omgeving in de toekomst de beschikking blijven houden over één moderne discountsupermarkt nabij de eigen woning.

Tweede trede: benutting bestaande panden en leegstand

- Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Zoals blijkt uit de inventarisatie is de winkelleegstand in relatieve zin beperkt in de gemeenten Lingewaard, Nijmegen en Overbetuwe.
- Eveneens relevant is dat het hier gaat om een uitbreiding van een bestaande, reeds aanwezige, supermarkt. Een verplaatsing van de winkel naar bijvoorbeeld Nijmegen centrum, Nijmegen-Zuid, Elst of Bemmelen, zal zorgen voor een significante verschuiving van de koopstromen. Overlap met bestaande supermarkten wordt groter, waardoor mogelijk aanbieders verdwijnen. Daarnaast verliezen de inwoners van Oosterhout (en Nijmegen-Noord) een supermarkt, terwijl de omvang van dit aanbod nu al relatief beperkt is ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Het benutten van bestaande panden en leegstand is in dit kader daarom niet aan de orde.
- Overigens zijn er in de huidige situatie, in aansluiting op de Gelderse Ladder voor duurzaam ruimtegebruik, ook geen alternatieve locaties (gronden) beschikbaar voor een nieuwe supermarkt. De locatie Hof van Holland wordt, als wijkwinkelcentrum voor Nijmegen-Noord met o.a. detailhandel en horeca, pas de komende jaren ontwikkeld. Bovendien ligt deze locatie op ruim 4 km afstand van het dorp Oosterhout (gemeente Overbetuwe), wat voor de dagelijkse boodschappen een relatief grote afstand is.

Derde trede: niet binnen bestaand stedelijk gebied

- Omdat realisatie van de beoogde ontwikkeling niet mogelijk is binnen bestaand stedelijk gebied (zie trede twee), is realisatie ervan buiten bestaand stedelijk gebied mogelijk.
- De beoogde ontwikkeling betreft uitbreiding van de bestaande Lidl-vestiging. Deze bevindt zich op een goed bereikbare locatie ten opzichte van de relevante regio.
- De locatie is daarbij passend ontsloten voor auto en fiets. Hoewel minder relevant voor de functie supermarkt, bevinden OV-haltes zich op korte afstand.

1.3.3 Ten slotte

Hoewel de locatie van Lidl vanuit de structuur gezien niet aansluit op het uitgangspunt concentratie, heeft de supermarkt wel een belangrijke verzorgingsfunctie voor de inwoners van Oosterhout en omgeving. De huidige structuur in Oosterhout en Nijmegen-Noord biedt geen reële vestigingsmogelijkheden voor de beoogde versterking van de Lidl-vestiging. Het nieuwe wijkcentrum Hof van Holland biedt voor dagelijkse boodschappen geen geschikte alternatieve locatie voor Lidl vanwege de relatief grote afstand voor inwoners van het dorp Oosterhout (4 kilometer).

Aangezien het planinitiatief inspeelt op de behoefte in zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin, valt een beperkte uitbreiding goed te verantwoorden. Bovendien betreft de beoogde ontwikkeling een uitbreiding van een bestaande winkel en zijn er nauwelijks negatieve effecten te verwachten op dagelijkse aanbieders elders, dan wel de lokale / regionale detailhandelsstructuur of consumentenverzorging. Hierdoor is eveneens geen sprake van een duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur. Dit alles maakt dat de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar is voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

2. ANALYSE

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording van de conclusies in hoofdstuk 1. Hiertoe wordt allereerst stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op de winkelsector dagelijkse artikelen. De sector dagelijkse artikelen bestaat uit zowel zaken in levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelenpecialzaken) als in persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën). Vervolgens wordt een analyse gemaakt van het winkelaanbod in dagelijkse artikelen, de leegstand en de plannen en initiatieven in het verzorgingsgebied van Lidl. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner¹. Deze aspecten worden gebruikt voor het aangeven van de distributieve uitbreidingsruimte en de effecten van het planinitiatief. Tot slot zijn de beleidskaders aan de orde.

2.1 Trends en ontwikkelingen

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

Schaalvergroting

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

Deze schaalvergroting is ook duidelijk zichtbaar bij discountformules. Moderne vestigingen van Aldi of Lidl omvatten minimaal 1.000 m² wvo.

Consument wordt mobieler

Door de toenemende mobiliteit kiest de consument er steeds makkelijker voor om buiten de eigen wijk / kern inkopen te doen en te winkelen. De dagelijkse boodschappen doet

¹ Peildatum Locatus, februari 2017

men echter bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Er is dus in principe altijd voldoende perspectief voor dagelijks aanbod in kernen van voldoende omvang. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc.

Parkeren & bereikbaarheid steeds belangrijker

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

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

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

Relatie met het planinitiatief

De beoogde uitbreiding van Lidl past binnen de bovengenoemde trends en ontwikkelingen. Allereerst speelt het initiatief in op schaalvergroting. Na uitbreiding en modernisering van de winkel voldoet de supermarkt meer aan de moderne maatstaven van een discounter, wat er voor zorgt dat het toekomstperspectief beter wordt. Lidl heeft verder een uitstekende bereikbaarheid vanuit de regio.

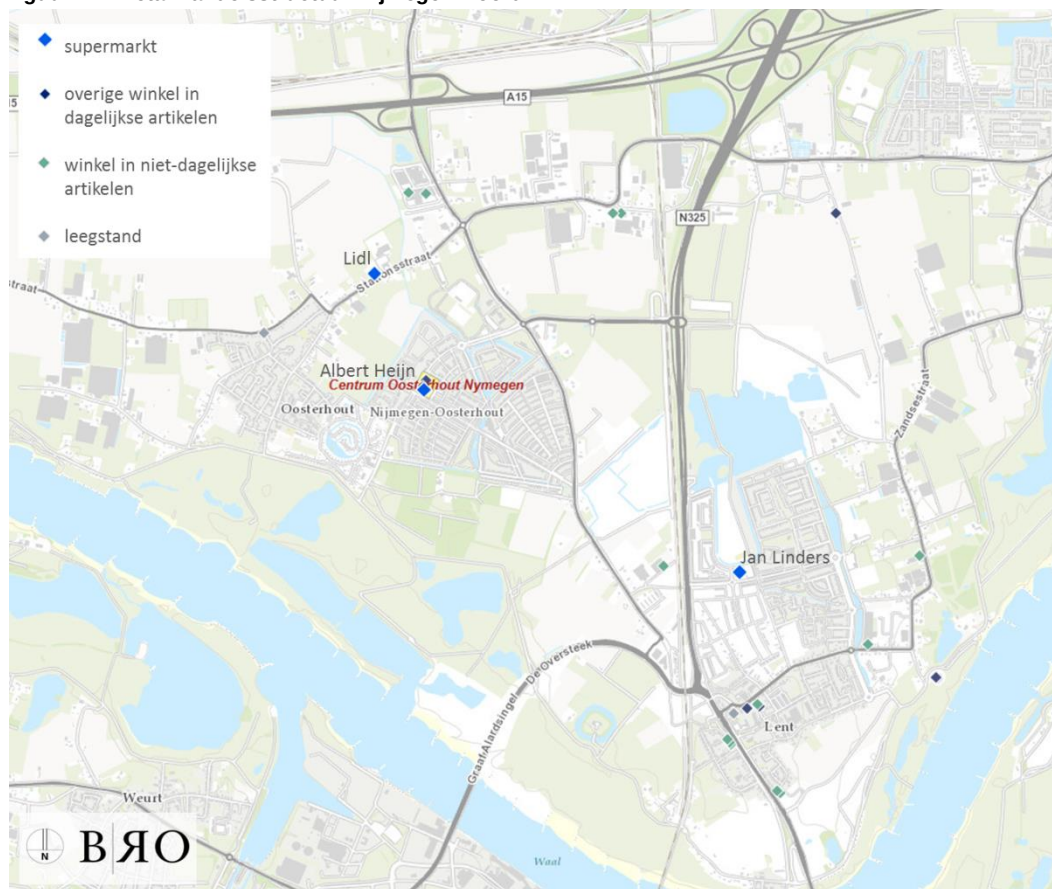
2.2 Aanbodanalyse

2.2.1 Winkelaanbod verzorgingsgebied Lidl

Spreiding winkelaanbod

Nijmegen-Noord heeft momenteel vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief een 'atypische' winkelstructuur. Belangrijke oorzaak is dat er in het gebied de komende jaren nog veel woningbouw gepland staat en er een relatief grote bevolkingsgroei wordt verwacht. De belangrijkste winkelgebieden in het verzorgingsgebied van Lidl zijn het centrum van Oosterhout (gemeente Nijmegen) en het winkelaanbod in Lent (figuur 2.1). Buiten de winkelcentra zijn er enige winkels verspreid aanwezig. Binnen enige jaren krijgt het nabij station Nijmegen-Lent geplande centrum Hof van Holland een wijkfunctie voor Nijmegen-Noord voor o.a. detailhandel.

Figuur 2.1: Detailhandelsstructuur Nijmegen-Noord



Omvang en samenstelling dagelijkse sector verzorgingsgebied Lidl

Nijmegen-Noord inclusief het dorp Oosterhout (gemeente Overbetuwe) en Ressen (gemeente Nijmegen en Lingewaard) en hun buitengebied tellen gezamenlijk 10 winkels in de dagelijkse sector met een totale omvang van 3.520 m² wvo. In de navolgende tabel wordt de verdeling van het aanbod in het verzorgingsgebied weergegeven, met de supermarktsector uitgelicht.

Tabel 3.1: Aanbod dagelijkse sector kern verzorgingsgebied Lidl

	Aantal verkooppunten	Winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	8	3.330	416
w.v. Supermarkt	3	2.960	987
Persoonlijke verzorging	1	220	220
Dagelijkse artikelen totaal	10	3.550	355

Het grootste deel van het aantal m² wvo in de dagelijkse sector in het verzorgingsgebied van Lidl wordt opgevuld door supermarkten. Het betreft in totaal 3 supermarkten met

2.960 m² wvo, te weten Lidl (1.167 m² wvo), Albert Heijn (544 m² wvo) en Jan Linders (1.250 m² wvo). Alleen Albert Heijn is in een winkelgebied gevestigd, namelijk in het centrum van Oosterhout Nijmegen. De andere twee supermarkten zijn solitair gelegen. Buiten de supermarkten bestaat het aanbod in de levensmiddelenbranche in het verzorgingsgebied van Lidl uit een beperkt aantal speciaalzaken. Er zijn twee bakkers, één slagers, één wijnwinkel, en één landwinkel aanwezig. De branche 'persoonlijke verzorging' bestaat uit één drogist (Kruidvat).

Aanbod in de dagelijkse sector in het verzorgingsgebied van Lidl in perspectief

Landelijk gezien bedraagt het aanbod in de dagelijkse sector 355 m² wvo per 1.000 inwoners². In het verzorgingsgebied van Lidl is het aanbod in de dagelijkse sector met 195 m² wvo per 1.000 inwoners ten opzichte van het landelijk gemiddelde opvallend beperkt³, zeker gegeven de verwachte bevolkingsgroei in de nabije toekomst. Bekijken we het supermarktaanbod, dan is dit landelijk 255 m² wvo per 1.000 inwoners ten opzichte van 162 m² per 1.000 inwoners in het verzorgingsgebied van Lidl. De omvang van het supermarktaanbod in het verzorgingsgebied ligt hiermee 36% onder het landelijk gemiddelde.

Supermarktaanbod verzorgingsgebied Lidl en omgeving

Het relevante verzorgingsgebied beschikt, zoals gezegd, over 3 supermarkten met een totale omvang van 2.960 m² wvo. In de nabije omgeving zijn ook diverse supermarkten aanwezig (tabel 2.2). Met de nabije omgeving worden hier de kernen Bemmelen en Elst bedoeld.

Tabel 2.2: Supermarktaanbod verzorgingsgebied Lidl en omgeving

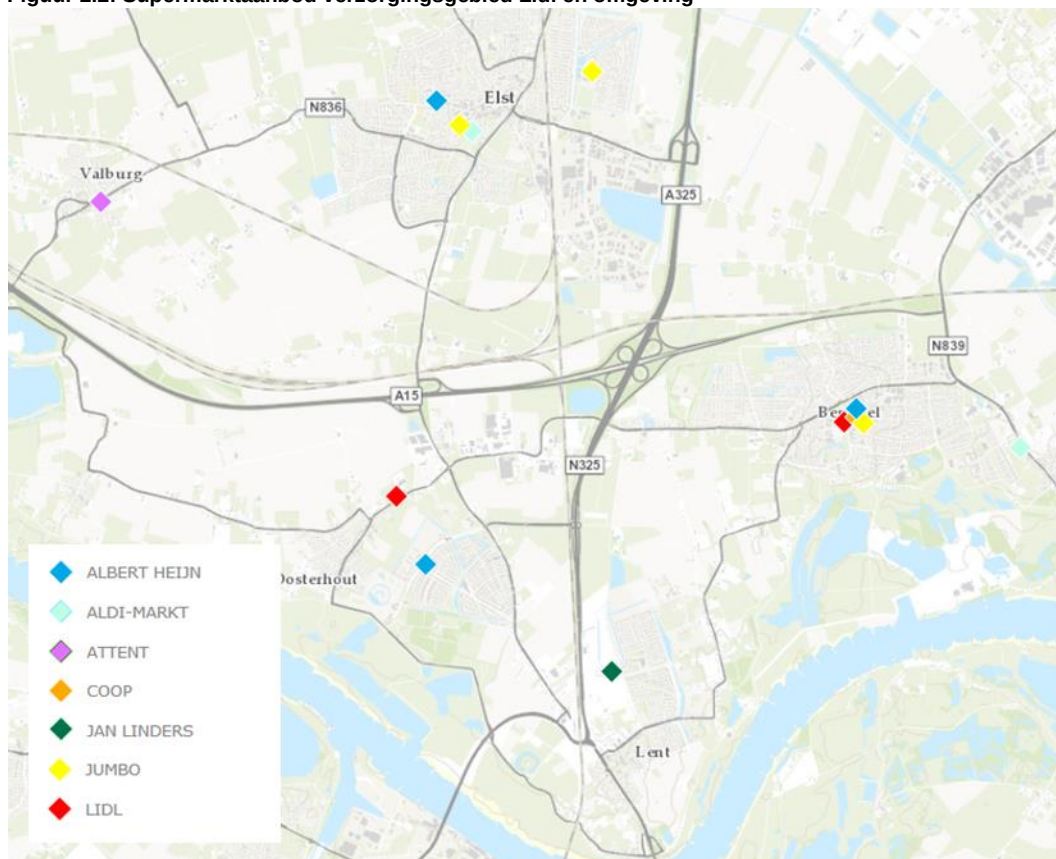
Woonplaats	Formule	Adres	Aantal m ² wvo	Winkelgebied
Oosterhout	Lidl	Stationsstraat 19	1.167	Bebouwde kom
Oosterhout	Albert Heijn	Jonagoldstraat 57	543	Centrum Oosterhout Nijmegen
Lent	Jan Linders	Frankrijkstraat 1	1.250	Buiten bebouwde kom
Elst	Albert Heijn	Valburgseweg 20	2.340	Centrum Elst
Elst	Jumbo	Europaplein 22	2.318	Centrum Elst
Elst	Aldi	Europaplein 37	759	Centrum Elst
Elst	Jumbo	Basilica 19	895	Bebouwde kom
Valburg	Attent	Tielsestraat 35	198	Bebouwde kom
Bemmelen	Lidl	De Pollenbrink 11	624	Centrum Bemmelen
Bemmelen	Albert Heijn	Buitengracht 2	1.255	Centrum Bemmelen
Bemmelen	Coop	Markt 61	950	Centrum Bemmelen
Bemmelen	Jumbo	Kloosterplaats 1	849	Centrum Bemmelen
Haalderen	Aldi	Van Der Mondeweg 81	1.017	Bebouwde kom

² Let op: Het betreft hier de totale omvang in de dagelijkse sector, afgezet naar aantal inwoners. Het betreft daardoor een ander cijfer dan het gemiddelde aantal m² wvo per winkel.

³ Het aantal inwoners in het verzorgingsgebied van Lidl bestaat uit de inwoners van de kernen Lent, Oosterhout (gemeente Nijmegen en Overbetuwe) en Ressen (gemeente Nijmegen). Bron: CBS Statline, Kerncijfers wijken en buurten 2016. Het betreft in totaal 18.240 inwoners.

Uit de spreiding van het supermarktaanbod in de grotere regio (figuur 2.2), blijkt dat alleen de inwoners van de kernen Bemmeloord en Elst ruime keuzemogelijkheden hebben. Het supermarktaanbod in Lent en Oosterhout is relatief beperkt.

Figuur 2.2: Supermarktaanbod verzorgingsgebied Lidl en omgeving



Segmentatie

Om inzicht te krijgen in de complementariteit / segmentatie van de verschillende supermarktformules is in figuur 2.3 de positionering van de belangrijkste supermarktformules in Nederland weergegeven. Hieruit blijkt dat de consument in het verzorgingsgebied van Lidl de beschikking heeft over nagenoeg drie segmenten: fullservice (Albert Heijn), midden (Jan Linders) en discount (Lidl). De drie supermarkten in het verzorgingsgebied zijn daarmee complementair aan elkaar.

Figuur 2.3: Supermarktpositionering (Bron: EFMI, CBL, ConsumentenTrends 2013)

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

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

2.2.2 Leegstand

In het verzorgingsgebied van Lidl staan slechts twee panden leeg⁴. Het betreft het pand Oosterhoutsestraat 47 (dorp Oosterhout, 246 m² wvo⁵) en Laauwikstraat 2 (Lent, 975 m² wvo). Beide panden liggen op solitaire locaties. Als wordt ingezoomd op de leegstand in de gemeenten Lingewaard, Nijmegen en Overbetuwe, kan geconcludeerd worden dat de leegstand relatief beperkt is. Landelijk bedraagt de leegstand van het aantal verkooppunten en het aantal m² wvo respectievelijk circa 7,3% en 7,8%.

Tabel 2.3: Leegstand in de gemeenten Lingewaard, Nijmegen en Overbetuwe

Gemeente	Leegstand			
	Aantal panden	Aantal panden (%)	Aantal m ² wvo	Aantal m ² wvo (%)
Lingewaard	30	6,4%	5.112	5,0%
Nijmegen	147	6,8%	27.197	7,2%
Overbetuwe	32	5,9%	6.410	5,3%
Nederland		7,3%		7,8%

2.2.3 Plannen en initiatieven

In het verzorgingsgebied van Lidl zijn, los van het in de inleiding van dit rapport beschreven planinitiatief, nog enkele andere relevante planinitiatieven bekend.

- De Waalsprong (Nijmegen-Noord) is met afstand de grootste uitbreidingslocatie in de regio. Richting 2025 wordt hier een nieuw stadsdeel van Nijmegen beoogd, waar dan ruim één vijfde van het aantal inwoners in Nijmegen woont. Dit betekent daardoor ook een fors woningbouwprogramma. In totaal is sprake van circa 12.000 woningen.
- Nabij station Nijmegen-Lent wordt het nieuwe wijkcentrum Hof van Holland ontwikkeld. Dit wijkverzorgende centrum voor geheel Nijmegen-Noord krijgt een mix van detailhandel, horeca, dienstverlening, een gezondheidscentrum, flexibele werkplekken en wonen. De realisatie van dit centrum moet bovendien zorgen voor een meer heldere, samenhangende winkelstructuur in Nijmegen-Noord. De gemeente Nijmegen heeft besloten dat de detailhandel in dit centrum moet kunnen 'meegroeien' met de wijk. De eerste fase omvat 7.000 à 10.000 m² wvo detailhandel. In een tweede fase kan, afhankelijk van de groei van het inwonertal in de wijk, nog 5.000 m² wvo worden toegevoegd.
- In het centrum van Elst zal een nieuwe winkelpassage ontwikkeling worden, om een 'winkelrondje' te creëren. De twee centrale winkelpleinen zullen met elkaar worden verbonden. Er zal circa 1.000 m² detailhandel en/of kantoor worden toegevoegd. De planstatus is hard.
- Aldi in Elst gaat binnen afzienbare tijd verhuizen naar de overzijde van het Europeplein, in het centrum. De nieuwe omvang van de winkel wordt circa 1.180 m² wvo; wat een uitbreiding betekent van netto +420 m² wvo t.o.v. de huidige situatie.

⁴ Peildatum, februari 2017

⁵ Voormalige pand van Attent.

- Lidl aan De Pollenbrink in het centrum van Bemmelen is voornemens de supermarkt uit te breiden. Het betreft een vergelijkbare omvang als de uitbreiding van Lidl in onderhavig onderzoek. Het bestemmingsplan is reeds vastgesteld.
- Op termijn staat een extra buurtwinkelcentrum voor Oosterhout geprogrammeerd tussen Woonpark Oosterhout en Groot Oosterhout. Een mogelijke locatie is de Keizer Hendrik VI singel. Omvang en branchering zijn vooralsnog onbekend.

2.3 Economische analyse

2.3.1 Uitgangspunten analyse

Bevolkingsomvang en -ontwikkeling

Zoals gezegd speelt het woningbouwprogramma er in het verzorgingsgebied van Lidl een belangrijke rol. Er staan in principe nog vele nieuwe woningen op het programma, maar in hoeverre en op welke termijn dit wordt gerealiseerd is vooralsnog onduidelijk. In elk geval zal het economisch draagvlak van Lidl de komende jaren gaan toenemen, als gevolg de woningbouw en het groeiende aantal inwoners.

De gemeente Nijmegen heeft in haar 'Monitor Waalsprong 2015' een bevolkingsprognose opgenomen op basis van de te verwachten kaververkoop en woningbouw voor de Waalsprong, zoals in januari 2015 vastgelegd door de GEM (GREX 2015). Uit dit onderzoek komt naar voren naar er op 1 januari 2015 ruim 14.500 mensen in Nijmegen-Noord woonden, in zo'n 5.000 woningen. In 2020 zal naar verwachting het aantal inwoners in Nijmegen-Noord zijn toegenomen tot 21.000 en in 2025 tot 29.200. De bevolkingstoename zal zich in alle leeftijdsklassen voordoen, maar relatief het sterkst bij tieners en vijftigers. Toch ligt in 2020 en 2025 in Nijmegen-Noord het zwaartepunt in de bevolkingsopbouw net als nu bij kinderen, dertigers en veertigers.

Voor de kern Oosterhout (gemeente Overbetuwe) is geen bevolkingsprognose voorhanden. Uit de bevolkingsprognose van het CBS blijkt dat het inwonertal in de gemeente Overbetuwe tot 2025 nagenoeg stabiel blijft. Daarom wordt het inwonertal van de kern Oosterhout naar de toekomst toe gelijk gehouden.

Tabel 2.4: Bevolkingsprognose verzorgingsgebied Lidl⁶

	2016	2020	2025
Nijmegen-Noord	15.410	21.000	29.200
Kern Oosterhout e.o.	2.830	2.830	2.830
Totaal	18.240	23.830	32.030

⁶ Bron: O&S Gemeente Nijmegen, Monitor Waalsprong 2015.

Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Overbetuwe bedraagt circa € 14.900,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt daarmee 1,3% onder het landelijk gemiddelde⁷. Het inkomensniveau in de gemeente Nijmegen bedraagt circa € 14.200,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt daarmee 6% onder het landelijk gemiddelde. Bij een afwijking groter dan 5% is het bij distributie planologisch onderzoek gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen. Omdat de berekening in dit geval niet enkel betrekking heeft op één gemeente, is nuance noodzakelijk. Hoewel het besteedbaar inkomen in de gemeente Nijmegen onder het landelijk gemiddelde ligt, wordt verwacht dat in Nijmegen-Noord het gemiddelde inkomen rond het landelijk gemiddelde zal liggen. Deze aanname is gebaseerd op het type woningen (relatief veel koopwoningen en verhuur in de vrije sector) en de beoogde doelgroepen. Wij houden passen geen correctie op de bestedingen toe en hanteren het landelijk gemiddelde als uitgangspunt. In Nederland wordt in de dagelijkse artikelsector gemiddeld € 2.540,- per hoofd van de bevolking per jaar besteed⁸.

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

Koopstromen

Er zijn geen koopstromen beschikbaar die zijn afgestemd op het verzorgingsgebied van Lidl. Wel heeft de gemeente Nijmegen in 2015 een burgerpeiling gehouden waar ook koopstromen uit af te leiden zijn. Voor het dagelijkse winkelaanbod in Nijmegen-Noord geldt dat anno 2015 een binding werd behaald op het eigen stadsdeel van 50 tot 55%. Als we de inwoners van Oosterhout (gemeente Overbetuwe) hierin meenemen achten wij een huidige koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van circa 55% reëel. Dit is nadrukkelijk een behoudende aanname: structuurversterking van het dagelijkse aanbod, met sterke supermarkten, zal waarschijnlijk leiden tot hogere bindingscijfers binnen Nijmegen-Noord.

De meeste afvloeiing in de dagelijkse sector vindt naar verwachting plaats naar Bemmelen en Elst. Ook doet een deel van de consument uit Nijmegen-Noord de dagelijkse boodschappen in Nijmegen-stad.

⁷ Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2012

⁸ Bron: Notitie omzetkengetallen 2015 (detailhandel.info, 2016)

Uit de burgerpeiling van de gemeente Nijmegen uit 2015 blijkt dat het dagelijkse aanbod in Nijmegen-Noord circa 5% van de koopkracht uit andere delen van de gemeente Nijmegen trekt. Hierin is de Lidl nog niet meegenomen, omdat deze formeel geen onderdeel uitmaakt van Nijmegen-Noord. Als we er vanuit gaan dat Lidl ook relatief veel koopkracht uit Elst zal trekken, betekent dit dat toevloeiing feitelijk hoger ligt. De koopkrachttoevloeiing zal in de dagelijkse sector gemiddeld minimaal 10% bedragen. Dit aandeel hanteren we dan ook als, behoudend, uitgangspunt.

Naar de toekomst toe zal als gevolg van de uitbreiding van Lidl wellicht iets meer koopkracht gebonden worden en meer koopkracht van buiten getrokken worden. Deze toename zal echter voor een belangrijk deel veroorzaakt worden door de groei van het aantal inwoners. Vanuit een behoudende insteek houden wij daarom de relatieve koopstromen naar de toekomst toe gelijk.

2.3.2 Analyse marktomstandigheden sector dagelijkse artikelen

In de navolgende tabel is op basis van de hiervoor aangegeven gegevens een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijkse artikelenaanbod Nijmegen-Noord inclusief Oosterhout. Hiervoor wordt de omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) als indicator gebruikt.

Tabel 2.5: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector Nijmegen-Noord inclusief Oosterhout (gemeente Overbetuwe)

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2025)
Aantal inwoners	18.240	32.030
Bestedingen per hoofd	€ 2.540	2.540
Totale bestedingspotentieel	€ 46,3 mln.	€ 81,4 mln.
Koopkrachtbinding (%)	55%	55%
Gebonden bestedingen (€)	€ 25,5 mln.	€ 45,2 mln.
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	10%	10%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€)	€ 2,8 mln.	€ 5,0 mln.
Totale besteding	€ 28,3 mln.	€ 50,2 mln.
Huidig winkelloppervlak (m ² wvo)	3.550	3.550
Omzet per m² wvo	€ 7.970	€ 14.140
Landelijk gemiddelde omzet (€ per m ² wvo)*	€ 7.910	€ 7.910
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	30	2800

* Notitie omzetkengetallen 2015 (detailhandel.info, 2016)

De gemiddelde omzet per m² wvo in de dagelijkse sector in Nijmegen-Noord en Oosterhout bedraagt in de huidige situatie circa € 7.970,-. Dit is nagenoeg gelijk aan de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Zoals gezegd, neemt het aantal inwoners in Nijmegen-Noord naar de toekomst toe fors toe. De koopstromen houden wij vanwege de behou-

dende insteek gelijk⁹. Op basis van de huidige omvang van het dagelijks aanbod ontstaat er tot 2025 theoretisch ruimte voor uitbreiding van de winkelruimte in de dagelijkse sector in Nijmegen-Noord en Oosterhout met minimaal circa 2.800 m² wvo. We benadrukken dat hiervoor behoudende aannames zijn gehanteerd, met name qua koopkrachtbinding binnen de wijk.

2.3.3 Effectanalyse

Omdat de uitbreiding van de netto winkelruimte van Lidl verhoudingsgewijs zeer beperkt is (+327 m² wvo), worden geen significante omzeteffecten verwacht. Theoretisch gezien zal de omzetclaim van Lidl stijgen met circa € 2,6 mln. (327 m² wvo * € 7.910,- per m² wvo). Alleen al op basis van de bevolkingsgroei stijgt de totale omzet van het dagelijkse aanbod in Nijmegen-Noord en Oosterhout tot € 50,2 mln. Als we hier de extra omzetclaim van Lidl van aftrekken, blijft er nog € 47,6 mln. over voor andere dagelijkse aanbieders in het gebied. Dit is nog altijd circa 80% boven de huidige vloerproductiviteit. Per saldo heeft de uitbreiding van Lidl daarmee niet of nauwelijks effect op de omzet van bestaande aanbieders.

Bovendien zal deze extra omzetclaim hoogst waarschijnlijk in praktijk lager uitvallen, omdat een fysieke uitbreiding van een bestaande winkel in praktijk vrijwel nooit naar rato tot extra omzet leidt. Een vergroting van het vloeroppervlak met bijvoorbeeld 28% (zoals hier het geval is) zal in praktijk veelal een extra omzet van circa 10% genereren. In dit geval betekent dit een extra omzetclaim in de dagelijkse sector in het verzorgingsgebied van circa € 900.000,- i.p.v. € 2,6 mln.

Wellicht zal er door de ontwikkeling iets meer koopkracht uit Elst afvloeien, als gevolg van de uitbreiding van Lidl. De supermarkten in Elst functioneren echter nu ook al naast Lidl in Oosterhout. De uitbreiding zal er niet toe leiden dat er door sec de uitbreiding significant meer koopkracht afvloeit uit Elst.

De consumentenverzorging zal er na uitbreiding van Lidl nabij Oosterhout op vooruit gaan. De supermarkt krijgt in de beoogde situatie een moderne omvang en sluit bovendien beter aan op de behoefte van de consument, supermarktformule Lidl zelf en de werknemers van de winkel (meer verblijfsruimte). De uitbreiding van Lidl speelt verder sterk in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, keuzemogelijkheden voor de consument). Bij de beoogde ontwikkeling wordt de extra winkelruimte, onder meer, ingezet voor het bieden van een ruimere entree en meer ruimte tussen de gangpaden, zodat het ook in een drukke winkel prettig boodschappen doen is. De omvang van het assortiment zal dan ook nauwelijks worden uitgebreid, waardoor de invloed van deze ontwikkeling op de concurrentie met andere winkels/supermarkten in de sector dagelijkse artikelen hoe dan ook beperkt zal blijven.

⁹ Uiteraard zal de eventuele ontwikkeling van een wijkwinkelcentrum nabij Lent van invloed zijn op de koopstromen. Waarschijnlijk zal bij de realisatie van een wijkwinkelcentrum vooral de binding fors toenemen, wat per saldo resulteert in extra uitbreidingsruimte.

Gezien het voorgaande, zijn de effecten op de detailhandelsstructuur in de dagelijkse artikelensector neutraal. Er is zeker geen sprake van een duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur, omdat consumenten op dezelfde, aanvaardbare afstand kunnen blijven voorzien in hun eerste levensbehoeften (in de vorm van de boodschappen). Zoals blijkt uit de berekening van het economisch functioneren van de dagelijkse sector, ontstaat er in de nabije toekomst relatief veel uitbreidingsruimte als gevolg van de forse bevolkingsgroei. Hierin is nog geen rekening gehouden met een toename van de koopstromen indien er een wijkwinkelcentrum wordt gerealiseerd. Ook als Lidl in Oosterhout de winkel uitbreidt, blijft er voldoende ruimte over om t.b.v. Nijmegen-Noord een wijkwinkelcentrum te realiseren met een qua omvang modern supermarktaanbod.

Kwaliteit boven kwantiteit

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

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

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

2.4 Beleidskaders

2.4.1 Provinciaal

Omgevingsvisie provincie Gelderland

In de Omgevingsvisie Gelderland is het provinciaal ruimtelijk beleid verankerd. In algemene heeft de provincie twee hoofddoelen gesteld in haar visie, namelijk:

1. een duurzame economische structuur;
2. het borgen van de kwaliteit en veiligheid van de leefomgeving.

Ten aanzien van het eerste punt staan enkele kernbegrippen centraal, zoals krachtige steden en vitale dorpen, een goede bereikbaarheid, (top)sectoren, aandacht voor de vrijetijdseconomie en adequaat beheer van bestaande en nieuwe bedrijventerreinen, kantoren en detailhandel in Gelderland. Het tweede punt heeft vooral betrekking op de leefbaarheid. De borging van de kwaliteit en veiligheid van de leefomgeving is door de provincie Gelderland uitgewerkt in de Gelderse Ladder voor duurzaam ruimtegebruik (zie onderstaand).

De provincie en haar partners streven samen naar een *evenwichtige en toekomstbestendige detailhandel die bijdraagt aan vitale, aantrekkelijke steden en dorpen*. Bestaande centra in de (binnen-)steden en dorpen staan centraal in het provinciaal beleid. De provincie en haar partners streven naar transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden. De provincie wil samen met betrokken partijen de overcapaciteit aan winkels terugdringen. Dit voorkomt leegstand en aantasting van de sociale en economische vitaliteit van winkelgebieden in dorpen en steden.

De provincie wil een evenwichtige ontwikkeling van de regionale detailhandelsstructuur die toekomstbestendig is. Het aanpassen van de bestaande detailhandelsstructuur aan nieuwe marktontwikkelingen heeft prioriteit. Met het toevoegen van nieuw winkeloppervlak op nieuwe locaties wordt zeer terughoudend omgegaan. Ontwikkelingen op nieuwe locaties mogen niet leiden tot een ontwrichting van bestaande winkelgebieden.

Bij het beleid is er een spanningsveld. Aan de ene kant is er de wens om de bestaande fijnmazige detailhandelsstructuur te behouden en om leegstand en verpaupering te voorkomen. Aan de andere kant wil de provincie de dynamiek van de markt de ruimte geven om nieuwe impulsen te stimuleren. Vernieuwing is nodig om winkelgebieden vitaal en aantrekkelijk te houden en om in te kunnen spelen op veranderende wensen en gedrag van consumenten. In de provinciale visie gaat het om de juiste balans tussen het accommoderen van vernieuwingsimpulsen en nieuwe ontwikkelingen (marktdynamiek) aan de ene kant, en het behouden van dat wat al sterk is, met name de centrumgebieden.

Gelderse Ladder voor duurzaam ruimtegebruik

De Gelderse Ladder voor duurzame verstedelijking maakte aanvankelijk deel uit van de provinciale verordening, maar heeft inmiddels geen beleidsmatige status meer. Wel wordt

het gebruik van deze Ladder door de provincie nog steeds aanbevolen ter toetsing van nieuwe ontwikkelingen. De provincie heeft met name de laatste twee treden van de landelijke Ladder gespecificeerd. De opbouw van de Gelderse Ladder is als volgt:

1. Voorziet de voorgenomen ruimtelijke ontwikkeling (= initiatief) in een actuele lokale of regionale behoefte en hoe verhoudt het initiatief zich met beleidskaders en -programma's?
2. Kan de aangetoonde behoefte in redelijkheid binnen bestaand stedelijk gebied worden opgevangen door hergebruik dan wel transformatie van gebouwen?
3. Zo niet, kan de behoefte dan worden opgevangen door benutten van beschikbare gronden binnen het stedelijk gebied, rekening houdend met o.a. stedenbouwkundige, ecologische en sociaal-culturele kwaliteiten?
4. Zo niet, kan de behoefte dan worden opgevangen door hergebruik of transformatie van gebouwen buiten het stedelijk gebied en zijn deze locaties passend ontsloten? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.
5. Zo niet, kunnen passend ontsloten nieuwbouwlocaties die aansluiten op het stedelijk gebied in de behoefte voorzien? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.
6. Zo niet, kunnen passend ontsloten nieuwbouwlocaties die niet aansluiten op het stedelijk gebied in de behoefte voorzien? Houd rekening met de ter plekke geldende gebiedskwaliteiten.

2.4.2 Regionaal

Regionaal Programma Detailhandel (RPD)

De voormalige Stadsregio Arnhem Nijmegen heeft als ambitie uitgesproken om een aantrekkelijke, internationaal concurrerende regio te zijn. Dit door het bieden van een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor haar eigen inwoners, ondernemers en bezoekers. Daartoe behoort *“een evenwichtige en duurzame regionale detailhandelsstructuur met een zo compleet mogelijk voorzieningenpakket voor de consument en perspectief voor ondernemers / marktpartijen, zodat zij kunnen en willen investeren in vernieuwing”*. In feite gaat het er om dat de (groeiende) regiobevolking voorzien wordt van een zo compleet en gevarieerd mogelijk pakket aan winkels en aanverwante publieksgerichte voorzieningen passend bij het beoogde verzorgingsniveau, zo veel mogelijk geclusterd op goed bereikbare locaties en in voor de consument herkenbare centra, die ieder een eigen taak en functie hebben binnen de gehele detailhandelsstructuur.

In z'n algemeenheid betekent dit enerzijds het stimuleren van de dynamiek in de detailhandel door processen als schaalvergroting en clustering op de juiste plekken te faciliteren en anderzijds rekening te houden met de effecten hiervan op de bestaande winkelgebieden en de leefbaarheid in kernen en wijken (voorkomen ongewenste effecten op de verzorgingsstructuur).

In het RPD worden de volgende subdoelstellingen geformuleerd:

- Kwaliteit als leidraad om kansen te kunnen grijpen.

- Complementair aan centra om leegloop tegen te gaan.
- Aandacht voor kwantiteit om overaanbod te voorkomen.
- Inzetten op clustering om verdere versnippering te voorkomen
- Concentratie in het middengebied om mobiliteit te beperken.

Hoewel er conform het RPD rekening gehouden moet worden met de theoretisch berekende uitbreidingsruimte, is dit gegeven niet leidend in de keuzes t.a.v. de regionale detailhandelsstructuur. Het regionale detailhandelsbeleid is vooral ingestoken vanuit kwalitatieve perspectieven. De stadsregio acht het van groot belang dat waar mogelijk meebewogen wordt met de eisen/wensen van de consumenten, ondernemers en andere marktpartijen. Indien onvoldoende wordt ingespeeld op dynamische processen als schaalvergroting, internetverkoop en het veranderende consumentengedrag, bestaat het risico dat de consumentenverzorging in de regio achter gaat lopen bij de ontwikkelingen elders. Dat kan uiteindelijk per saldo resulteren in vershraling in plaats van de gewenste verrijking, zo stelt het RPD.

Verder concentreren van winkels is een uitgangspunt, maar dit betekent niet dat verspreide bewinkeling hoeft te verdwijnen. Deze bewinkeling heeft in sommige gevallen wel degelijk een functie. In woonwijken draagt, zo stelt het Regionaal Programma, verspreide bewinkeling soms bij aan de levendigheid en veiligheid van de wijk. Voor zover verspreide bewinkeling niet structuurverstorend is, kan deze blijven bestaan.

Een **amendement over het RPD d.d. 24 oktober 2013**, ingediend door de regiogemeenten Overbetuwe, Renkum en Wijchen, stelt vast dat gemeenten in eerste instantie zelf verantwoordelijk zijn voor het gezond houden van de bestaande winkelgebieden in de eigen kernen. Tevens blijkt in praktijk, aldus het amendement, dat de aanvankelijke grens voor regionale toetsing van nieuwe ontwikkelingen boven 1.500 m² bvo niet aansluit bij de huidige trend dat supermarkten (primair gericht op verkoop van dagelijkse goederen aan de lokale bevolking) veelal groter zijn dan 1.500 m² bvo. Het wordt als ongewenst beschouwd, dat de Stadsregio initiatieven zonder bovenlokale effecten toetst.

De regiogemeenten hebben vanuit deze overweging dan ook besloten om de toetsingsgrens van 1.500 m² bvo niet meer van toepassing te laten zijn op dagelijkse goederen. Het onderhavige initiatief voor uitbreiding van Lidl te Oosterhout (gemeente Overbetuwe) hoeft dus niet in regionaal verband te worden getoetst.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

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

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse artikelen

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

Bestedingspotentieel

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

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

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

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Bijlage 2: Ladder voor Duurzame Verstedelijking

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

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.
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."

Enkele treden van de Ladder verdienen een nadere toelichting.

Actuele regionale behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. van het Bro is toegevoegd.

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

Aandacht voor leegstand

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

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

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

Vernieuwing en marktruimte

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

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

Bijlage 3: Definitie leegstand Locatus

Absolute leegstandscijfers

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consument gerichte dienstverlening zal terugkomen. Het begrip 'leegstand' heeft dus een **breder definitie** dan alleen winkelleegstand. Locatus maakt ook onderscheid tussen leegstaande panden binnen en buiten winkelgebieden.

Binnen een winkelgebied:

- Het pand was als winkel in gebruik en staat nu daadwerkelijk leeg.
- Of het pand is op dat moment niet meer als winkel of horeca in gebruik, maar op het pand staat wel aangegeven dat het te koop/huur is (als verkooppunt).

Buiten winkelgebieden moeten beiden criteria gelden:

- Er moet een verkooppunt ingezeten hebben én er moet daadwerkelijk te koop/te huur of verkocht/verhuurd op het pand staan.

In feite komt het er op neer dat een pand waar eerder een verkooppunt (in detailhandel, Leisure, Diensten en Transport & Brandstoffen) in heeft gezeten kan worden aangemerkt als leegstand. De vigerende of toekomstige bestemming is niet van invloed op de definitiebepaling.

Berekenen leegstandspercentage

Omdat de 'categorie Leegstand' niet uitsluitend winkels betreft, moet een correctiefactor worden toegepast om iets te kunnen zeggen over de winkelleegstand. Een correctiefactor is ook noodzakelijk, omdat Locatus alleen vierkante meters registreert van de detailhandel en niet van de overige verkooppunten (Leisure, Diensten en Transport & Brandstoffen).

De verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel is ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte per groep te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. In detailhandelsonderzoek wordt doorgaans gebruik gemaakt van deze 'Locatus-methodiek', omdat anders zuivere vergelijkingen niet mogelijk zijn.

Stel er staan 10 panden leeg en er zijn 100 winkelpanden in functie. Het leegstandspercentage naar aantal panden wordt dan als volgt berekend. $((10/110)/2) = 4,5\%$. Het leegstandspercentage naar aantal m² vwo wordt anders berekend. Op 1 januari 2013 stond 3.109.193 m² vwo leeg. De detailhandel inclusief leegstand bedroeg 31.038.810 m² vwo. De berekening ziet er als volgt uit: $(2/3 * 3.109.193)/(31.038.810 - (1/3 * 3.109.193)) = 6,9\%$.

