

Sint-Oedenrode, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse Albert Heijn

Okko Project

Definitief



Sint-Oedenrode, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse Albert Heijn

Okko Project

Definitief

Rapportnummer:	211X08098_ladder
Datum:	Juli 2020
Projectteam BRO:	GW, DG, RH, DB
Trefwoorden:	Supermarkt, verplaatsing, effecten, ruimtelijk, functioneel, Ladder voor Duurzame Verstedelijking
Bron foto kaart:	Hollandse Hoogte 9
Beknopte inhoud:	Supermarkt Albert Heijn onderzoekt de mogelijkheden voor een verplaatsing van de huidige supermarkt in Sint-Oedenrode naar een locatie aan de Borchmolendijk. Deze rapportage geeft inzicht in de effecten van het initiatief. Ook wordt de Ladder doorlopen.

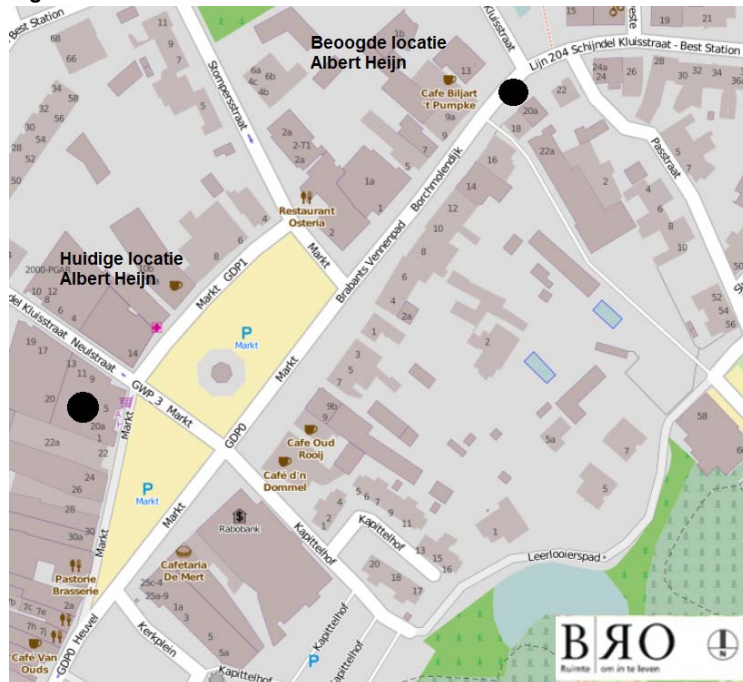
BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	2
2. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	6
3. ONTWIKKELINGSKADER	9
3.1 Ruimtelijk verzorgingsgebied	9
3.2 Aanbod	9
3.3 Consumentendraagvlak	12
3.4 Trends en ontwikkelingen	13
3.5 Plannen en initiatieven	15
3.6 Beleidskaders detailhandel	16
4. DISTRIBUTIEVE MOGELIJKHEDEN EN EFFECTEN	18
4.1 Uitgangspunten distributieve berekening	18
4.2 Benadering economisch functioneren	19
4.3 Effectenanalyse	21
4.4 Conclusie effectenanalyse	26
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Locatiekeuze	2
Bijlage 3: Europese Dienstenrichtlijn	4
Bijlage 4: Volledig aanbod supermarkten regio checkdatum november 2019	6
Bijlage 5: Beleidskaders	8

1. INLEIDING

Supermarktketen Albert Heijn heeft het plan om de bestaande vestiging in Sint-Oedenrode (Noord-Brabant) te verhuizen binnen deze plaats. De huidige vestiging aan de Markt 18, midden in het centrum, is met ca. 840 m² wvo (winkelvloeroppervlak) te klein naar moderne maatstaven. Het huidige winkelpand van Albert Heijn aan de Markt is sinds 1993 in gebruik. Als nieuwe locatie is de Borchmolenwijk 14 t/m 22 in beeld.

Figuur 1.1: Planlocatie in het centrum van Sint-Oedenrode



De huidige locatie

De Albert Heijn supermarkt is op de huidige locatie te klein om een volledig en compleet aanbod te kunnen bieden. Hierdoor is er sprake van onnodige afvloeiing vanuit Sint-Oedenrode naar de grotere omliggende plaatsen (Son en Breugel, Best, Veghel, Schijndel), door het aanbod te moderniseren is de verwachting dat de afvloeiing sterk afneemt. Albert Heijn wil daarom graag uitbreiden naar maximaal 2.000 m² bvo oftewel 1.500 m² wvo. Het gaat hier per saldo om een uitbreiding van ca. 660 m² wvo.

Bij de verhuizing en uitbreiding speelt nog een aantal andere zaken een rol gelet op de huidige locatie. De bereikbaarheid is verre van ideaal op de huidige locatie, zowel qua aanrijroutes als parkeermogelijkheid. De te hoge parkeerdruk op enkele dagen in de week blijkt ook uit het gemeentelijk parkeersonderzoek. Dit is onder meer het geval op vrijdagochtend, wanneer de weekmarkt gehouden wordt. Het marktplein wordt dan ook gebruikt als markt- en evenementenlocatie. Hierdoor zijn er nog minder par-

keerplaatsen beschikbaar en zijn zowel de Albert Heijn als de overige winkels niet altijd goed bereikbaar. Ook de bevoorrading van de winkel veroorzaakt op sommige momenten overlast. Zowel voor omwonenden (geluidsoverlast) als voor winkelend publiek (verminderde bereikbaarheid door blokkade van de doorgaande weg door vrachtwagens en verkeersonveilige situaties).

Figuur 1.2: Plattegrond plangebied



minimaal circa 1.400 m² wvo nodig om het volledige AH-assortiment aan te kunnen bieden (conform moderne maatstaven voor een full-service supermarkt van 1.250 – 1.750 m² wvo).

De planlocatie aan de Borchmolendijk ligt aan de rand van het centrum, net buiten het winkelconcentratiegebied. Het bestemmingsplan staat de vestiging van een supermarkt niet toe. Om in planologische zin medewerking te kunnen verlenen, zal het bestemmingsplan moeten worden herzien en zal een goede motivering gegeven moeten worden waarom wordt afgeweken van het detailhandelsbeleid. Op 10 september 2019 heeft het college ingestemd met het plan voor de bouw van een supermarkt met bovenwoningen en een parkeerterrein aan de Borchmolendijk. Om nieuwbouw mogelijk te maken, moeten de percelen aan de Borchmolendijk 14 t/m 22 en Passtraat 2 worden gesloopt.

Figuur 1.3: Impressie van de nieuwe Albert Heijn vanaf de Borchmolendijk



In het verleden is ook naar andere locaties gekeken, zoals het Rabobank-pand aan de Markt (zie bijlage 2). Hoewel dit pand wel eenzelfde omvang heeft is de bereikbaarheid erg slecht. Ook het probleem qua parkeerdruk en laden en lossen zou daarmee niet opgelost zijn. Daarbij zijn er inmiddels andere plannen voor deze locatie, waarmee deze locatie niet meer in beeld en beschikbaar is. Eenzelfde argument t.a.v. parkeren en bereikbaarheid geldt voor een uitbreiding van de huidige supermarktllocatie naar de zijkant. Andere winkelpanden van een dergelijke omvang zijn niet beschikbaar in en om het centrum van Sint-Oedenrode.

Ladder voor duurzame verstedelijking

Binnen het huidige bestemmingsplan is de beoogde ontwikkeling niet toegestaan. Om de ontwikkeling formeel mogelijk te maken, is een wijziging van het bestemmingsplan noodzakelijk. Daarbij is het doorlopen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro) verplicht voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling', als bedoeld in art. 1.1.1. van het Bro. Door de omvang van de uitbreiding en wijziging van de bestemming moet het initiatief beschouwd worden als een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.

De Ladder voor Duurzame Verstedelijking ('ladder') heeft zorgvuldig ruimtegebruik als doel en geeft invulling aan het zorgvuldig en transparant afwegen van besluitvorming bij ruimtelijke ontwikkelingen. Daarom bevat de toelichting bij een bestemmingsplan, op basis van art. 3.1.6. lid twee, een beschrijving van:

- de behoefte aan die ontwikkeling binnen het verzorgingsgebied;
- indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Bij de verplaatsing van een supermarkt, zoals in Sint-Oedenrode, gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het een detailhandelsontwikkeling betreft met een omvang groter dan 500 m² bvo (art. 1.1.1 Bro, definitie begrippen), waardoor het doorlopen van de Ladder noodzakelijk is. Aangezien de ontwikkeling plaatsvindt binnen bestaand stedelijk gebied, is geen verdere motivering nodig op dit punt.

Europese Dienstenrichtlijn

Uit recente jurisprudentie¹ volgt dat detailhandelsactiviteiten gezien moeten worden als ‘dienst’ in het kader van de Europese Dienstenrichtlijn. Dat betekent dat eventuele beperkingen die gesteld worden aan de (nieuw)vestiging van detailhandel, zeer goed gemotiveerd moeten worden. Ook eventuele vestigingsbeperkingen die zijn opgenomen in bestemmingsplannen, zoals regels omtrent branchering, minimale/maximale oppervlakte of maximaal aantal vestigingen, getoetst moeten worden aan de voorwaarden uit artikel 15, lid 3, van de Dienstenrichtlijn. Daarin is bepaald dat vestigingsbeperkingen in bestemmingsplannen niet-discriminerend, noodzakelijk en evenredig moeten zijn. In bijlage 3 zijn deze voorwaarden nader toegelicht. Onderstaand wordt op hoofdlijnen aangegeven dat vestigingsbeperkingen voldoen aan de voorwaarden uit de Dienstenrichtlijn.

De vestigingsbeperkingen in een bestemmingsplan gelden voor eenieder, ongeacht nationaliteit of vestigingsland, waarmee deze niet-discriminerend zijn. Ook kunnen vestigingsbeperkingen aan de eis van noodzakelijkheid voldoen als deze zijn gericht op het behoud van de leefbaarheid van het (stads)centrum of in de wijken en het voorkomen van leegstand in het kader van ruimtelijk beleid, want dit is een dwingende reden van algemeen belang. Van beide voornoemde voorwaarden, heeft de Raad van State al aangegeven dat hieraan bij bestemmingsplannen naar verwachting meestal wel aan voldaan wordt of kan worden.

Bij beantwoording van de vraag of vestigingsbeperkingen in bestemmingsplannen evenredig zijn moet gemotiveerd worden dat de beperkingen evenredig zijn in relatie tot het doel ervan. Dus dat ze zijn geschikt om het nagestreefde doel (behoud leefbaarheid c.q. voorkomen leegstand) te bereiken, ze niet verder dan gaan nodig en het doel niet met minder beperkende maatregelen bereikt kan worden. Van belang hierbij is dat in algemene zin gesteld kan worden dat de regels in een bestemmingsplan een geschikt en niet te vergaand middel zijn het doel te bereiken. Van belang hierbij is met name de wijze waarop de regeling geformuleerd is (te vergaand beperkend of niet?) en de onderbouwing die hieraan ten grondslag ligt. Hierbij moet het doel van de regeling duidelijk en goed gemotiveerd zijn vanuit ruimtelijke motieven. Hoewel dit al gebruikelijk is in de Nederlandse ruimtelijke ordeningspraktijk, is hier door de Dienstenrichtlijn nog een extra dimensie aan toegevoegd. Het onderliggende doel (bijvoorbeeld leefbaarheid van het centrum) moet feitelijk onderbouwd zijn en men kan niet volstaan met algemene ervaringsgegevens. De motiveringseis is dus aanzienlijk zwaarder geworden.

¹ ABRS 20 juni 2018, 201309296/5/R3 (Appingedam).

2. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

Zoals aangegeven is in verband met de benodigde bestemmingsplanwijziging een onderbouwing van het initiatief via de Ladder voor Duurzame Verstedelijking noodzakelijk. In dit hoofdstuk is het initiatief aan de ladder getoetst. In de hoofdstukken hierna geven we een verantwoording van deze onderbouwing.

Kwalitatieve behoefte

- De verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn voorziet primair in een kwalitatieve behoefte. Dit gezien de positieve effecten op de verzorgingsstructuur en de mogelijke ongewenste effecten die zich kunnen voordoen in het hoofdwinkelgebied van de gemeente, wanneer de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn geen doorgang vindt. Indien de supermarkt niet zal kunnen verplaatsen en uitbreiden zal de concurrentiepositie van de winkel verslechteren. Het verdwijnen van Albert Heijn uit de gemeente is op termijn daardoor niet uit te sluiten. Daarmee verzwakt de concurrentiepositie van het noordelijk deel van het centrum, dat dan aan trekkracht verliest, waardoor een grote mate van leegstand van andere winkels in het noordelijk deel kan ontstaan.
- Bovendien speelt het initiatief in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van dagelijkse aankopen en veranderend koopgedrag van consumenten (o.a. schaalvergroting, gemak, veel keuzemogelijkheden voor de consument). Met de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn zijn positieve effecten te verwachten voor het centrum van Sint-Oedenrode. Het dagelijks aanbod en productassortiment in het centrum wordt met de uitbreiding van de Albert Heijn namelijk vergroot. Ook neemt de parkeerdruk op de Markt af, waardoor deze (vooral op de drukke dagen vrijdag en zaterdag) ruimer beschikbaar is voor klanten van andere winkels in het (noordelijk deel van het) centrum en voor de weekmarkt en evenementen en de logistieke problemen daar worden opgelost. Met twee (moderne) full-service supermarkten aan beide uiteinden van het kernwinkelgebied krijgt het centrum van de gemeentelijke hoofdkern een sterker toekomstperspectief.
- Het initiatief past ook in het gemeentelijk, regionaal en provinciaal beleid. Het ziet op een kwaliteitsimpuls voor de bestaande dagelijkse verzorgingsstructuur in de gemeente, direct grenzend aan het kernwinkelgebied. Het levert een versterking van de regionale detailhandelsstructuur op. In het gemeentelijk beleid wordt schaalvergroting van de Albert Heijn en behoud van twee trekken supermarkten aan de noord- en zuidzijde van het centrum zelfs als essentieel beschouwd. Dit om de belangrijkste gemeentelijke ambities te realiseren: een zo aantrekkelijk mogelijk aanbod voor de eigen inwoners in het centrum en versterken van de regionale aantrekkingskracht (klein streekverzorgend) van het centrum. De plannen van Albert Heijn dragen in sterke mate bij aan de realisatie daarvan.

Kwantitatieve behoefte

- Wat betreft de kwantitatieve component geldt dat er voor Sint-Oedenrode tot 2030 geen uitbreidingsruimte² aan te tonen is aangezien het dagelijks aanbod onder het landelijk gemiddelde functioneert. In kleinere en landelijke kernen is dit echter vaker het geval. Daar kunnen winkels stabiel

² De omstandigheid dat een kwantitatieve behoefte ontbreekt, de omstandigheid dat een ruimtelijke ontwikkeling zal leiden tot een overaanbod in een bepaalde branche, de omstandigheid dat een ruimtelijke ontwikkeling zal leiden tot marktverschuiving in een bepaalde branche, of tot sluiting van ondernemingen, of dat deze zal leiden tot leegstand, betekenen nog niet dat niet is

onder het landelijk gemiddelde functioneren, als gevolg van lagere exploitatielasten. Kleinere buurtwinkels, zoals de buurtsupermarkt in Boskant, zullen waarschijnlijk omwille van de leefbaarheid ook een fors lagere vloerproductiviteit accepteren.

- In het toekomstige scenario wordt rekening gehouden met het verplaatsen en uitbreiden van de Albert Heijn-supermarkt. Hierdoor neemt het functionele aanbod in de dagelijkse sector in het verzorgingsgebied toe met circa 660 m² wvo³. Gelijktijdig is de verwachting dat de koopkrachtbinding zal toenemen. Hierdoor blijft de gemiddelde vloerproductiviteit in Sint-Oedenrode naar verwachting stabiel op circa € 6.275 per m² wvo, wat betekent dat er geen omzeteffect zal zijn (0%) ten opzichte van de huidige vloerproductiviteit. BRO gaat er in het algemeen vanuit dat bij een omzetverdunding van meer dan 10% ten opzichte van de huidige situatie het verdwijnen van bestaand aanbod niet uit te sluiten is. Hiervan is in dit geval geen sprake.
- In de afweging over dit initiatief is het van belang meer waarde te hechten aan de kwalitatieve aspecten. Dit gezien de belangrijke rol die Albert Heijn vervult voor het functioneren van het centrum van Sint-Oedenrode, wat in het gemeentelijk beleid wordt onderkend. De huidige winkel is echter te klein en kampt met bereikbaarheid- en parkeerproblemen, waardoor de winkel deze trekkersrol op termijn mogelijk niet meer kan vervullen en het niet uit te sluiten is dat deze verdwijnt. Het verder verzwakken en mogelijk zelfs verdwijnen van Albert Heijn kan grote gevolgen hebben voor het centrum van Sint-Oedenrode.

Ruimtelijk-functionele effecten

- *Versterking detailhandelsstructuur:* Met de verplaatsing van Albert Heijn zijn positieve effecten te verwachten voor het centrum van Sint-Oedenrode. Met twee (moderne) supermarkten aan beide uiteinden van het kernwinkelgebied (halterstructuur) krijgt het centrum een sterker toekomstperspectief, wat ook past in het gemeentelijk, regionaal en provinciaal beleid. Voor het behoud van de doorbloeding van het noordelijke centrumdeel en de bestaande detailhandelsstructuur is behoud van de Albert Heijn aan de noordelijke zijde namelijk van groot belang. Bovendien kunnen bestaande zaken in het centrum profiteren van de sterke positie van Albert Heijn.
- *Versterking consumentenverzorging:* De hedendaagse consument kiest steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare supermarkten met voldoende parkeermogelijkheden. Het initiatief van Albert Heijn draagt bij aan het versterken van de consumentenverzorging door een bestaande supermarkt te verplaatsen en uit te breiden zodat deze beter kan voorzien in de behoeften van de consument (o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel). Bovendien is differentiatie naar formule en type een belangrijke voorwaarde voor een goed functionerende boodschappenstructuur. Albert Heijn is een typische full-service supermarkt die consumenten een uitgebreid assortiment biedt in combinatie met een hoge servicegraad. Zij bevindt zich daarmee aan de bovenzijde van het supermarktspectrum en heeft, mits van voldoende moderne omvang, een sterke toevoegde waarde binnen het dagelijkse aanbod in Sint-Oedenrode.

voldaan aan het bepaalde in artikel 3.1.6, tweede lid, Bro (uitspraken ECLI:NL:RVS:2014:743; ECLI:NL:RVS:2016:1295; ECLI:NL:RVS:2016:2580; ECLI:NL:RVS:2016:3386).

³ We gaan er hierbij vanuit dat zich in het achterblijvende pand van Albert Heijn geen nieuwe supermarkt kan vestigen. Met de gemeente is afgesproken dat op het moment dat het bestemmingsplan voor de nieuwe Albert Heijn-locatie onherroepelijk is, de supermarktbestemming van het pand aan de Markt komt te vervallen.

- *Leegstandeffecten:* Aangezien er geen negatief omzeteffect optreedt ten opzichte van de huidige situatie, is het niet de verwachting dat er elders in het verzorgingsgebied aanbod zal verdwijnen als gevolg van het initiatief van Albert Heijn. Wel zal het aanbod nog altijd onder het landelijk gemiddelde functioneren.
 - o De bestaande supermarkten zullen naar verwachting geen omzeteffecten ondervinden als gevolg van de verhuizing en verplaatsing van Albert Heijn. De supermarkten bedienen alleen hun eigen marktsegment en verzorgingsgebied.
 - o Hoewel niet in de lijn der verwachting, gezien het stabiel blijven van de gemiddelde vloerproductiviteit, is het toch mogelijk dat het overige dagelijkse aanbod in de gemeente van (kleinschalige) food- en speciaalzaken en buurtwinkels (ook in de andere kernen) enige omzeteffecten ondervinden. De mate waarin dit effect zich voordoet en eventueel leidt tot het stoppen van een onderneming, zal sterk per winkel verschillen. Het functioneren van dergelijke winkels in Nederland staat als gevolg van autonome ontwikkelingen op dit moment in algemene zin al onder druk (bijv. consumenten bezoeken winkels met een ruim en onderscheiden aanbod, veranderende eisen aan ondernemerschap en het ontbreken van bedrijfsopvolging). De levensvatbaarheid is afhankelijk van de bereidheid van inwoners om er gebruik van te maken. De eventuele effecten die een toename van het supermarktaanbod in de hoofdkern zou kunnen hebben op een kleinschalige buurtwinkel of speciaalzaak zijn niet los te zien van deze autonome ontwikkelingen.
 - o Daarbij zou met het eventueel verdwijnen van een of enkele van dergelijke winkels, bijvoorbeeld in de kleinste kernen, geen sprake zijn van een onacceptabele aantasting van de verzorgingsstructuur of van duurzame ontwrichting. Er is namelijk juist sprake van een versterking van de detailhandelsstructuur indien er twee moderne supermarkten in verschillende segmenten in de hoofdkern te vinden zijn. Ook al zouden mogelijk de buurtsuper en enkele speciaalzaken verdwijnen, dan is er nog geen sprake van duurzame ontwrichting omdat er binnen de gemeente voldoende alternatieve aankoopplaatsen zijn.
- *Woon, leef- en ondernemersklimaat:* Mede op basis van het bovenstaande zijn onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat niet te verwachten. Per saldo draagt het initiatief juist positief bij aan het woon- en leefklimaat, omdat het centrumgebied van Sint-Oedenrode wordt versterkt, wat de leefbaarheid en consumentenverzorging ten goede komt. Ook is er geen sprake van omzeteffecten, aangezien de gemiddelde vloerproductiviteit stabiel blijft, waardoor niet verwacht wordt dat er zaken zullen verdwijnen als gevolg van het initiatief.

Binnen bestaand stedelijk gebied

Aangezien de locatie binnen het bestaand stedelijk gebied gelegen is, is een verdere motivering op dit punt niet nodig.

3. ONTWIKKELINGSKADER

3.1 Ruimtelijk verzorgingsgebied

De gemeente Meierijstad, waarbinnen Sint-Oedenrode ligt, is gelegen tussen 's-Hertogenbosch en Eindhoven. Het verzorgingsgebied van Sint-Oedenrode omvat naast de eigen kern ook de kernen Boskant, Nijnsel en Olland (kernen behorend tot de voormalige gemeente Sint-Oedenrode)⁴. Sint-Oedenrode ligt aan de A50 van Eindhoven naar Nijmegen en de N637 van en naar Schijndel sluit hierop aan. Op 1 januari 2019 telde Sint-Oedenrode 18.160 inwoners.⁵

3.2 Aanbod

Dagelijkse artikelen sector

In het verzorgingsgebied zijn 25 winkels in de dagelijkse sector gevestigd. Het merendeel hiervan (19) ligt in de kern Sint-Oedenrode, waaronder 6 supermarkten (zie tabel 3.1). Het verdere aanbod in het verzorgingsgebied is zeer beperkt. In het dorp Nijnsel zijn twee bakkers gevestigd en in Boskant is een kleine buurtsupermarkt (De Winkel) van 200 m² wvo gevestigd. Het dagelijkse aanbod in het verzorgingsgebied heeft een totale omvang van 7.213 m² wvo, wat neerkomt op 397 m² wvo per 1.000 inwoners. Hiermee ligt het aanbod van de dagelijkse sector in Sint-Oedenrode net boven het landelijk gemiddelde (385 m² wvo per 1.000 inwoners), maar ten opzichte van referentieplaatsen juist lager (412 m² wvo per 1.000 inwoners).

Supermarktsector

De helft van de supermarktvestigingen in het verzorgingsgebied is gevestigd in het centrum van Sint-Oedenrode (Albert Heijn, Jumbo en Aldi). De andere Jumbo ligt meer solitair in de noordelijke wijk Kie-nehoe, buiten het centrum. Ook de nieuwe Lidl aan de Boskantseweg ligt solitair buiten het centrum (geopend februari 2019). De buurtsuper in Boskant rekenen we gezien de omvang tot de speciaalzaken en niet tot de supermarkten. Waar we in het vervolg spreken over supermarkten spreken we dus niet over de Winkel van Boskant. Voor de volledigheid is deze winkel wel in de tabel 3.1 weergegeven⁶.

Het supermarktaanbod in Sint-Oedenrode kent een gevarieerde samenstelling qua profilering en prijsstelling. Full-service supermarkten Albert Heijn en Jumbo aan de ene zijde en Aldi en Lidl als discounters aan de andere zijde. De verschillende formules hebben ieder hun eigen profiel en worden ook zeer verschillend door klanten gewaardeerd. Met name de Albert Heijn en Aldi zijn relatief klein conform moderne maatstaven:

- Full-service segment ca. 1.250 - 1.750 m² wvo
- Discount-segment ca. 1.000 - 1.500 m² wvo

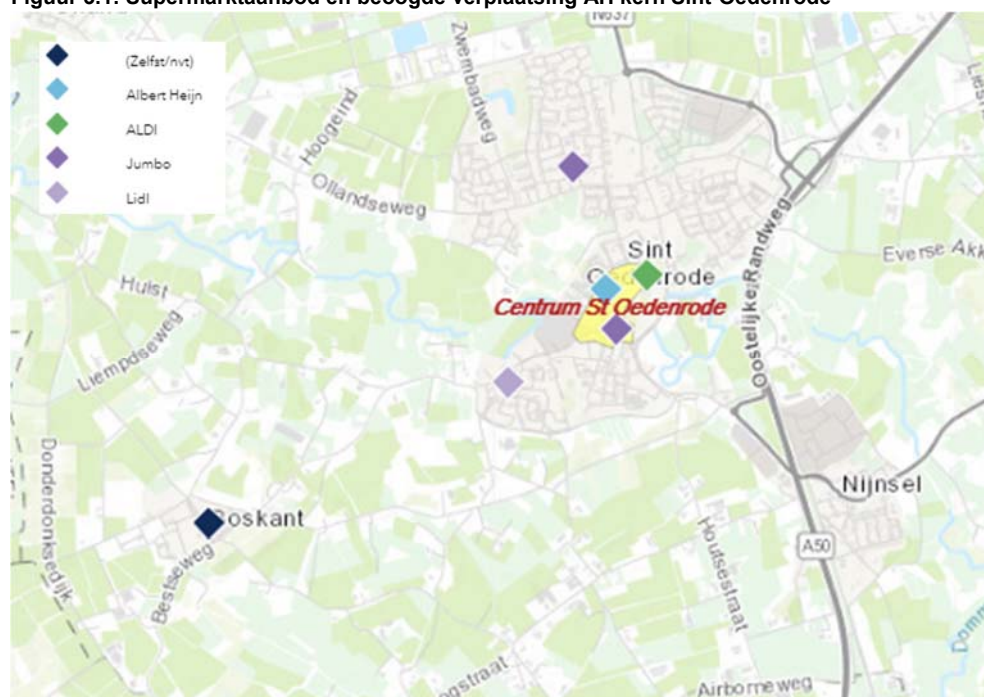
⁴ Samen vormen deze kernen de Wijk Sint-Oedenrode in CBS.

⁵ CBS, Kerncijfers wijken en buurten 2019, Wijk Sint-Oedenrode.

⁶ Locatus Retailverkenner, peildatum oktober 2019.

Tabel 3.1: Supermarktaanbod verzorgingsgebied

Naam	m ² wvo	Adres	Locatie
Albert Heijn	844	Markt 18	Centrum Sint-Oedenrode
Jumbo	1.293	Hertog Hendrikstraat 1	Centrum Sint-Oedenrode
Aldi-Markt	740	Sluisplein 2	Centrum Sint-Oedenrode
Lidl	1.692	Boskantseweg 43	Verspreide bewinkeling Sint-Oedenrode
Jumbo	925	Pieter Christiaanstraat 11	Verspreide bewinkeling Sint-Oedenrode
De Winkel van Boskant	200	Meidoornstraat 2	Verspreide bewinkeling Boskant
Totaal	5.694		

Figuur 3.1: Supermarktaanbod en beoogde verplaatsing AH kern Sint-Oedenrode

Supermarktaanbod in de regio

In figuur 3.2 is het supermarktaanbod in de regio weergegeven (overzichtstabel in bijlage 4). De conclusie hier is dat de omliggende plaatsen, in tegenstelling tot Sint-Oedenrode, wel meerdere (full-service) supermarkten met een moderne maat huisvesten. Daardoor vloeit er naar verwachting koopkracht af naar andere plaatsen buiten het verzorgingsgebied, met name vanuit de kleine kernen. Ook is er afvloeiing te verwachten naar de grootschalige Jumbo aan de zuidkant van Veghel.

Voor de Albert Heijn te Sint-Oedenrode is zeker afvloeiing naar andere supermarkten te verwachten, immers Albert Heijn is met name de formule die het moet hebben van een uitgebreid assortiment op zowel vers als kruidenierswaren. Ter illustratie is een overzicht opgesteld (tabel 3.2) van de omvang van Albert Heijns in de omliggende gemeenten. Deze hebben allen een (flink) grotere maatvoering.

Winkel	Wijk	Woonplaats	m² vvo
Albert Heijn	Boxtel-Centrum	Boxtel	1.718
Albert Heijn	Wilhelminadorp	Best	918
Albert Heijn	Sint-Oedenrode Centrum	Sint-Oedenrode	844
Albert Heijn	Oirschot-Centrum	Oirschot	1.100
Albert Heijn	Centrum	Best	1.323
Albert Heijn	Son	Son en Breugel	1.227
Albert Heijn	Centrum	Veghel	1.489
Albert Heijn	De Beemd	Schijndel	1.239
Albert Heijn	Centrum	Erp	804

- In het verzorgingsgebied staan 18 panden leeg (1.722 m² wvo), waarvan 17 in het centrum van Sint-Oedenrode (1.667 m² wvo). Dit betekent dat circa 9,9% van het aantal verkooppunten leeg staat, en circa 5,1% van de omvang in m² wvo. In vergelijking met de referentie op basis van inwonertal (9,1% van het aantal verkooppunten en 8,9% van de omvang in m² wvo) is dit in aantal verkooppunten wat meer dan gemiddeld, en in omvang relatief beperkt.

- Het grootste leegstaande pand ligt aan de Markt in het centrum van Sint-Oedenrode en heeft een omvang van 210 m² wvo. De leegstaande panden in Sint-Oedenrode zijn relatief kleinschalig en bevinden zich met name in het aanvang/frictie segment (tabel 3.4).
- Sinds 2015 is de leegstand in absolute zin toegenomen, met name in het aanvang/frictie segment. 8 van de 18 leegstaande panden stonden in 2015 ook al leeg en betreffen dus structurele leegstand (o.a. verschillende panden aan de Borchgrave en de Hertog Hendrikstraat).

Tabel 3.4: Leegstand in Sint-Oedenrode (bron: Locatus, oktober 2019)

	Aantal panden	Totale omvang (m ² wvo)
Aanvang/frictie	9	1.029
Langdurig	5	380
Structureel	4	313
Totaal	18	1.722

3.3 Consumentendraagvlak

Bevolkingsontwikkeling

De volgende tabel geeft het inwonertal van de gemeente Meierijstad en het verzorgingsgebied Sint-Oedenrode weer. Tevens is de bevolkingsprognose opgesteld door de provincie Noord-Brabant weergegeven⁷. Deze is echter alleen bekend voor de gehele gemeente Meierijstad, niet voor Sint-Oedenrode.

Tabel 3.5: Inwonertal en bevolkingsprognose gemeente Meierijstad

	2019	2025	2030	Vershil
Sint-Oedenrode	18.160	-	-	-
Meierijstad	80.815	82.195	83.375	+ 2.560

Voor de gemeente Meierijstad wordt een bevolkingsgroei van circa 2.500 personen (+3,2%) verwacht tot 2030. Een bevolkingsprognose specifiek per kern is er niet. BRO verwacht dat de groei voornamelijk plaatsvindt in de drie grotere kernen (Veghel, Schijndel, Sint-Oedenrode). Wanneer we de groei van 3,2% projecteren op Sint-Oedenrode betekent dit dat de bevolking hier zal toenemen naar circa 18.740 in 2030. In een eerdere prognose (2015) werd voor het verzorgingsgebied uitgegaan van een groei van het aantal inwoners naar 18.130 in 2025. Inmiddels blijkt dat deze groei al eerder gerealiseerd is.

⁷ CBS statline, Regionale kerncijfers (oktober 2019), Bevolkings- en woningbehoefteprognose Noord-Brabant (actualisering 2017).

3.4 Trends en ontwikkelingen

De detailhandel is volop in beweging. Bijgaand worden de relevante ontwikkelingen in deze sector geschetst uitgesplitst naar trends in consumentengedrag en ontwikkelingen in de aanbodzijde.

Trends in consumentengedrag

- De hedendaagse consument is steeds beter geïnformeerd via internet en besteedt steeds minder tijd aan de boodschappen en aan het bereiden van een maaltijd. Bovendien is de consument kritisch en mobiel. Consumenten zijn daardoor bereid om grotere afstanden af te leggen voor het kopen van dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen. Hierdoor groeit het referentiekader van consumenten verder. Welke producten wil de consument waar kopen? Keuzes worden onder andere gebaseerd op de aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en de verschijningsvorm (inrichting, uitstraling).
- De consument hecht steeds meer waarde aan gemak, service, genieten en beleven. Voor het doen van de boodschappen kiest de consument steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare supermarkten en compacte boodschappencentra met een ruime keuze in aanvullende voorzieningen in detailhandel, diensten, horeca en goede parkeervoorzieningen.
- De consument heeft in zijn shopgedrag een groeiende behoefte aan een 'gepersonaliseerde beleving'. Service, persoonlijke aandacht en een op maat gemaakt assortiment worden steeds relevanter. Consumenten verwachten ook steeds meer een compleet aanbod in winkelgebieden (goederen, diensten, horeca, culturele voorzieningen, etc.), zowel in binnensteden, buurt- en wijkcentra als op perifere concentraties.
- Dagelijkse boodschappen doet men bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Er is in principe altijd voldoende perspectief voor dagelijks aanbod in kernen en wijken 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..
- De behoefte aan regionale, biologische en eerlijke producten blijft onveranderd groot. De hedendaagse foodshopper gebruikt internet (Google) en social media (Facebook, Instagram) om zich te informeren over gezondheid, diëten en voedingswaarden.
- Er is een groeiende behoefte aan transparantie, duurzaamheid en voedselveiligheid. Ook worden steeds hogere eisen gesteld aan de verantwoorde afvalverwerking van supermarkten.
- Nederlanders kopen steeds meer online. De afgelopen jaren is het aantal onlinebestedingen sterk toegenomen, net zoals het aantal producten en diensten dat online te verkrijgen is. In het eerste half jaar van 2018 hebben Nederlandse consumenten 11% meer online besteed dan in de eerste helft van 2017.⁸ Een belangrijke nuance is echter dat het aandeel pure online aankopen niet heel sterk stijgt ten opzichte van de totale detailhandelsbestedingen. Toonbankbestedingen blijven domineren en groeien, waarbij offline en online steeds meer met elkaar verweven raakt. Een grote groep mensen oriënteert zich bijvoorbeeld op internet, maar wil graag de aankoop in de winkel bekijken en daar aanvullend advies vragen.

⁸ Thuiswinkel, Online bestedingen stijgen, september 2018.

- De consument koopt ook meer boodschappen online. De populariteit van online boodschappen is in de afgelopen jaren flink gegroeid. Uit recent onderzoek van Deloitte blijkt dat 11% van de mensen aangeeft dat ze weleens online boodschappen doen. Dit is een stijging van 2% ten opzichte van 2017.⁹
- Binnen de supermarktomzet is online inmiddels goed voor een aandeel van 3,3%. Dit komt door meer kopers, die bovendien vaker online kopen. Investerings van supermarkten in afhaalpunten hebben nauwelijks voor groei gezorgd. Consumenten in Nederland geven duidelijk de voorkeur aan bezorging van de boodschappen. Toch wordt het overgrote deel van de boodschappen nog altijd in de winkel aangeschaft.¹⁰
- De verwachting is dat het onlineaandeel in de supermarktsector de komende jaren sterk zal blijven groeien. De grootste formules (zoals Albert Heijn en Jumbo) zetten massaal in op goed functionerende sites en thuisbezorging met duidelijke bezorgmomenten. Daarnaast groeit online aanbieder Picnic hard. De belangrijkste doelgroep zijn gezinnen met kinderen.¹¹

Ontwikkelingen in aanbodzijde

- Detailhandel vermengt zich steeds meer met horeca. Dit is één van de meest zichtbare vormen van blurring binnen de retail. De grenzen vervagen tussen detailhandel en horeca, tussen food retail en non-food retail en tussen online en offline. Steeds meer nieuwe concepten zien het licht. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Mede naar aanleiding hiervan sluit de traditionele branche-indeling steeds minder aan op de praktijk.
- Beleving en comfort worden in de detailhandel steeds belangrijker, want hierdoor kunnen zaken zich onderscheiden van elkaar en van online-verkoop. De consument wil kopen waar en wanneer hij/zij wil en hecht waarde aan de wisselwerking tussen on- en offline, tussen horeca en dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel en ook de verruiming van de openingstijden naar avond- en zondagopenstellingen.
- Mede door het alsmaar veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Supermarkten spelen op deze behoefte in, door 'ready to eat' producten aan te bieden en verse gerechten in de zaken te bereiden. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten (Marqt en Estafette) en kleinere gemakswinkels (Spar City, Jumbo City, Coop Vandaag, AH to go).
- In de supermarktbranche vindt een verdere segmentering en profilering plaats tussen de formules onderling en online.¹² Beleving en comfort worden in de supermarkten steeds belangrijker, want hierdoor kunnen zij zich onderscheiden van elkaar en van online-verkoop. Er is meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt, etc. Supermarkten nemen ook steeds vaker regionale producten en gemaksvuodsel van hoge kwaliteit in het assortiment op.
- De trend tot schaalvergroting zet zich door in vrijwel alle winkel- en horecabranches. Voor een rendabele bedrijfsvoering is een steeds groter winkelvloeroppervlak nodig. Dat geldt zeker voor de supermarktwereld. Supermarkten worden steeds grootschaliger, ook in kleinere plaatsen. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.250 - 1.750

⁹ Deloitte, Consumentenonderzoek 2018, november 2018.

¹⁰ Foodmagazine, Online boodschappen: de stand van zaken, juli 2018.

¹¹ Rabobank cijfers en trends, Supermarkten, geciteerd maart 2019.

¹² Rabobank cijfers en trends, Supermarkten, geciteerd maart 2019.

m² wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten gemiddeld al ca. 1.000 - 1.500 m² wvo omvatten.

- In navolging van de schaalvergroting en de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben kleinschalige supermarkten, niet onderscheidende versspecializaties op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt het moeilijker gekregen. Het toekomstperspectief van kleine zelfstandigen wordt bemoeilijkt door filialisering en vergrijzing van het ondernemersbestand.
- De vraag naar fysieke winkels zal blijven bestaan, maar de druk neemt wel toe door onder andere toenemende online verkoop. Anderzijds biedt de aantrekkende economie, demografische transitie, de sterk toenemende combinatie van fysieke en online winkels en het gewijzigde consumentengedrag ook kansen voor vernieuwing. Hierdoor is de focus in veel gebieden gericht op het verhogen van de kwaliteit van het bestaande aanbod of het toevoegen van vernieuwend en onderscheidend aanbod.

Relatie trends en ontwikkelingen met het beoogde initiatief

- De consument kiest voor gemak en comfort en zodoende voor de grotere en moderne supermarkten. Daarom worden supermarkten steeds grootschaliger, ook in kleinere plaatsen. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² wvo. Het initiatief voor de Borchmolendijk in Sint-Oedenrode speelt hierop in door een moderne full-service supermarkt toe te voegen aan het bestaande aanbod (verplaatsing Albert Heijn aan de Markt).
- De consument vindt de bereikbaarheid en parkeergelegenheid steeds belangrijker. De verplaatsing van de Albert Heijn zorgt ervoor dat er meer parkeermogelijkheden zijn.

3.5 Plannen en initiatieven

In de gemeente Meierijstad spelen geen andere supermarktinitiatieven. Hieronder zijn puntsgewijs relevante ontwikkelingen en initiatieven in de regio beschreven. Deze ontwikkelingen kunnen invloed hebben op het aanbodaspect, zoals de komst van een nieuwe supermarkt elders, of op het vraagaspect zoals de bouw van een nieuwe woonwijk.

- De Jumbo-supermarkt in winkelcentrum Oosterhof in Boxtel mag meer dan 15 procent uitbreiden, naar een winkelvloeroppervlak van ongeveer 1.260 m² naar bijna 1.782 m².¹³
- Aldi heeft op 1 november 2019 een nieuw filiaal aan Fellenoord in Boxtel geopend.¹⁴
- Aan de westzijde van Best bestaat het initiatief om een nieuwe supermarkt te openen, zodat de nieuwbouwwijken Dijkstraten en Aarle worden bediend. De gemeente Best is in gesprek met diverse partijen.¹⁵ Overige supermarktinitiatieven in Best zijn in de visie van het college mogelijk, met als insteek: maximaal 3 supermarkten in het centrum, één in Heivelden, twee op het Wilhelminaplein en één in de westelijke uitleggebieden. Dit betekent dat er, gezien het huidige aantal supermarkten, alleen verplaatsing mogelijk is, omdat de ruimte die er nog is voor een extra supermarkt voor de wijken Dijkstraten en Aarle anders zou verdwijnen. Aldi heeft plannen om te verplaatsen van het centrum van Best naar de plek waar voorheen Karwei zat (Oitschotseweg). Hierbij wordt door de gemeente de voorwaarde gesteld dat de winkel maximaal 1.300 vierkante meter

¹³ <https://www.mooiboxtel.nl/nieuws/algemeen/52214/jumbo-mag-toch-meer-dan-15-procent-uitbreiden>

¹⁴ <https://www.bd.nl/meerij/aldi-lapt-regels-boxtel-voor-uitbreiding-weer-aan-de-laars-a917dd8b/>

¹⁵ <https://www.distrifood.nl/branche-bedrijf/nieuws/2016/05/voorlopig-geen-nieuwe-super-in-best-10197046>

vloeroppervlak mag hebben in plaats van de beoogde 2.500 vierkante meter, zodat er sprake is van een verplaatsing en niet van een flinke uitbreiding van de supermarkt.¹⁶

3.6 Beleidskaders detailhandel

In bijlage 5 is een samenvatting van de relevante beleidskaders opgenomen. De belangrijkste conclusies zijn navolgend opgenomen.

Provinciaal beleid (Structuurvisie ruimtelijke ordening 2014, Interim omgevingsverordening oktober 2019)

- Het provinciaal beleid streeft naar een vitale en toekomstige detailhandelsstructuur. Het is hierbij van belang om zoveel mogelijk aan te sluiten bij de bestaande winkelgebieden. De voornaamste taak van de provincie is om (ruimtelijke) ontwikkelingen van detailhandelslocaties regionaal en bovenregionaal af te stemmen en met alle stakeholders te zoeken naar creatieve oplossingen.
- De beoogde verplaatsing van de Albert Heijn in Sint-Oedenrode sluit aan bij bovenstaande hoofd-doelstelling uit het provinciaal beleid. De verplaatsing draagt bij aan het versterken van het centrum van Sint-Oedenrode door de belangrijkste trekkers binnen het centrum beter te verspreiden, en zo een halterstructuur te creëren. De winkels tussen de halters kunnen hiervan profiteren. Hiermee wordt ook de toekomstbestendigheid van het centrum vergroot.

Regionaal beleid (Detailhandelsvisie regio Noordoost-Brabant 2015)

- In het regionaal beleid is opgenomen dat de opgave voor Sint-Oedenrode met name ligt in het herpositioneren richting de doelgroep en aanpassing van het aanbod aan de lokale behoefte. Daarnaast dienen nieuwe ontwikkelingen zoveel mogelijk een plek te krijgen in structuurbepalende winkelgebieden.
- Het beoogde initiatief past binnen het regionaal beleid. De beoogde verplaatsing van Albert Heijn draagt bij aan het versterken van het aanbod in het centrum van Sint-Oedenrode door de belangrijkste trekkers (supermarkten) te situeren aan weerszijden van het centrum. Zo wordt de bestaande detailhandelsstructuur binnen een structuurbepalend winkelgebied versterkt.
- Daarnaast blijft het initiatief onder de drempelwaarde van 1.500 m² wvo voor 'zeer beperkt regionale centra', waartoe het centrum van Sint-Oedenrode en de planlocatie (conform de gemeentelijke Centrumvisie) gerekend wordt, waardoor regionale afstemming niet vereist is. Desondanks heeft wel in breder verband overleg plaatsgevonden over deze ontwikkeling. Dit wordt nogmaals ten finale besproken in het regionale afstemmingsoverleg.

Gemeentelijk beleid (Centrumvisie gemeente Meierijstad 2018, Collegebesluit 10-09-2019)

- Het initiatief van Albert Heijn betreft een verplaatsing en vergroting van de bestaande supermarkt, zodat zijn trekkersrol voor het centrum optimaler benut kan worden. Dit is expliciet als project opgenomen in de gemeentelijke centrumvisie.
- De belangrijkste gemeentelijke ambities voor het centrum betreffen een zo aantrekkelijk mogelijk aanbod voor de eigen inwoners en versterking van de regionale aantrekkingskracht. Door huisvesting van de Albert Heijn direct grenzend aan de Borchmolendijk ziet het initiatief juist daarop.

¹⁶ <https://www.ed.nl/best-meerijstad-en-son/verzet-tegen-mogelijke-verplaatsing-aldi-in-best-a9be6c8c/>

Aan de essentiële voorwaarde dat er zowel aan de noord- als de zuidzijde van het centrum een supermarkt blijft, wordt dan ook voldaan. Daartegenover staat dat, in het geval dat Albert Heijn niet kan uitbreiden en verplaatsen, de winkel mogelijk zal verdwijnen en er juist sprake zal zijn van een verzwakkend effect op het noordelijk deel van het centrum, waardoor het centrum als geheel niet langer zijn (kleine) streekverzorgende rol zal kunnen vervullen.

- Het college van de gemeente Meierijstad heeft ingestemd met een verplaatsing naar de planlocatie aan de Borchmolendijk. Een van die voorwaarden is dat de toegang van de supermarkt en het parkeerterrein aan de Borchmolendijk komen te liggen. Ook zal de eventuele verplaatsing en vergroting van AH leiden tot een vergroting van de parkeercapaciteit aan de noordzijde van het centrum. Met de verplaatsing van de AH-supermarkt verandert er ook iets aan de parkeerbehoefte en -voorzieningen in het centrum. Doordat het parkeren voor supermarktbezoekers in de toekomst op eigen terrein wordt opgevangen, ontstaat er ruimte op de Markt om de verblijfskwaliteit te vergroten. Hierbij is de relatie met Kerkplein en Heuvel van groot belang om de compacte centrumstructuur te behouden.

4. DISTRIBUTIEVE MOGELIJKHEDEN EN EFFECTEN

4.1 Uitgangspunten distributieve berekening

In de volgende tabel zijn de uitgangspunten voor de economische analyse weergegeven.

Tabel 4.1: Uitgangspunten analyse sector dagelijkse artikelen

Variabele	Waarde	Bron
Inwonertal	2019: 18.160 inwoners 2030: 18.740 inwoners	CBS Statline (2019), Provinciale prognose Noord-Brabant (2017)
Bestedingen per hoofd dagelijkse sector (€)	- Landelijk gemiddelde is € 2.751,- per persoon per jaar. - Het besteedbaar inkomen in de gemeente Meierijstad ligt gemiddeld -0,4% lager dan het landelijk gemiddelde. Er wordt daarom een correctie op de bestedingen toegepast. Na correctie worden de bestedingen € 2.747,-.	Notitie omzetkengetallen 2018 (Detailhandel.info) CBS (2017), gemiddeld besteedbaar inkomen
Koopkrachtbinding	85-90%	Centrumvisie Sint-Oedenrode en ervaring BRO
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	6%	Centrumvisie Sint-Oedenrode en ervaring BRO
Passende gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 7.975,- per m² wvo	Notitie omzetkengetallen 2018 (Detailhandel.info), 5-jaars gemiddelde

Bestedingen per hoofd

De gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking per jaar voor de dagelijkse artikelensector bedraagt €2.751 (excl. BTW). Het besteedbaar inkomen in de gemeente Meierijstad ligt met €25.500 gemiddeld 0,4% lager dan het landelijk gemiddelde van €25.600. Er wordt daarom een correctie op de bestedingen toegepast. Na correctie worden de bestedingen €2.747.

Koopkrachtbinding en –toevoeiing

Voor de benadering van het huidig en toekomstig functioneren van het winkelaanbod in Sint-Oedenrode maken we een inschatting van de koopstroomcijfers.

Huidige situatie

In de Centrumvisie Sint-Oedenrode (2018) heeft de gemeente Meierijstad een inschatting gemaakt van de koopkrachtbinding (90-95%) en –toevoeiing (5%). BRO schat de koopkrachtbinding iets lager in, op circa 85% in de huidige situatie en maximaal 90% na uitbreiding van de Albert Heijn-supermarkt, mede vanwege het ruime aanbod in de omgeving. De koopkrachttoevoeiing bedraagt het percentage omzet dat uit andere omringende plaatsen (zoals Veghel, Schijndel, Mariahout, Lieshout,

Beek en Donk, Son en Breugel, Best, Liempde en Boxtel) naar Sint-Oedenrode vloeit. Deze plaatsen hebben allemaal eigen supermarktaanbod. De koopkrachttoevloeiing van buiten Sint-Oedenrode zal daarom beperkt zijn. Wij verwachten dat deze circa 6% bedraagt.

Toekomstige situatie

- BRO verwacht dat met de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn met name de koopkrachtbinding in de gemeente flink zal toenemen. Albert Heijn heeft dan een moderne omvang, is goed bereikbaar en biedt voldoende parkeergelegenheid. Vanuit de gebieden buiten de hoofdkern vloeit nu vermoedelijk nog relatief veel koopkracht af richting nabijgelegen kernen die wel beschikken over meerdere supermarkten van moderne omvang. Dankzij het grotere assortiment van de nieuwe Albert Heijn en de betere parkeervoorzieningen wordt Sint-Oedenrode aantrekkelijker als (boven)lokaal boodschappencentrum.
- In combinatie met de recente komst van de Lidl zal dit effect nog hoger zijn. Verwacht wordt dat de combinatie van een moderne Albert Heijn en Lidl, zeker voor bewoners in de omliggende dorpen, een aanleiding vormt om de boodschappen structureler in de kern Sint-Oedenrode te doen. In de benadering van het toekomstig functioneren hanteren we daarom een koopkrachtbinding van 90% voor de dagelijkse sector.
- Voor de koopkrachttoevloeiing geldt dat deze ook zal toenemen doordat Sint-Oedenrode aantrekkelijker wordt als (boven)lokaal boodschappencentrum. De toename is wel slechts in beperkte mate, gezien het bestaande aanbod in de regio en de ontwikkeling daarvan. Voor de koopkrachttoevloeiing gaan we in de berekening uit van een lichte absolute stijging, waarbij het toevloeiingspercentage gelijk blijft op 6%.

Interneteffect

- De fysieke winkel blijft weliswaar 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 afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector meestal met ca. 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 te verdisconteren.

4.2 Benadering economisch functioneren

Huidige en toekomstige marktomstandigheden

Op basis van de vraag- en aanbodanalyse van de bestaande situatie in de dagelijkse artikelen sector is een benadering gemaakt van het huidig (2019) en toekomstig (2030) economisch functioneren. In de volgende tabel is het huidig en toekomstig functioneren van het dagelijkse artikelenaanbod in het verzorgingsgebied weergegeven.

Tabel 4.2: Economisch functioneren dagelijkse artikelen sector Sint-Oedenrode

	Huidig (2019)	Toekomstig (2030)
Aantal inwoners	18.160	18.740
Bestedingen per hoofd (€)	2.747	2.747
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	49,9	51,5
Koopkrachtbinding	85%	90%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	42,4	46,3
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	6%	6%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	2,7	3,0
Totale besteding (€ mln.)	45,1	49,3
Winkelvloeroppervlak (m² wvo)	7.213	7.863
Omzet per m² wvo (€)	6.275	6.275

- **Huidig:** In de huidige situatie bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector circa € 6.275 per m² wvo, dit ligt circa 20% onder het 5-jaars landelijk gemiddelde van € 7.975 per m² wvo. Rekenend met dit gemiddelde is er in Sint-Oedenrode tot 2030 geen sprake van een kwantitatieve behoefte. In kleinere en landelijke kernen is dit echter vaker het geval. Daar kunnen winkels stabiel onder het landelijk gemiddelde functioneren, als gevolg van o.a. lagere exploitatiekosten, waardoor het landelijk gemiddelde niet als normatieve maatstaf, maar als indicatie moet worden gezien. Kleinere buurtwinkels, zoals de buurtsupermarkt in Boskant, zullen waarschijnlijk ook een fors lagere vloerproductiviteit accepteren.
- **Toekomstig:** Tot 2030 zal het inwonertal in Sint-Oedenrode toenemen (toename consumentendraagvlak). De verwachting is dat de koopkrachtbinding zal toenemen als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn. Rekening houdend met de uitbreiding van het vloeroppervlak (circa 660 m² wvo) blijft de toekomstige gemiddelde vloerproductiviteit in Sint-Oedenrode daarmee naar verwachting stabiel op € 6.275 per m² wvo.

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 bevolkingsontwikkeling kan anders gaan, 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.

4.3 Effectenanalyse

Duurzame ontwrichting

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur. Hierbij gaat het om het directe consumentenbelang op de lange termijn en niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Essentieel is dat de consument moet blijven beschikken over een voldoende voorzieningenniveau op het gebied van de eerste levensbehoeften op aanvaardbare afstand van de eigen woning. Als door een nieuwe winkel in een verzorgingsgebied dus een andere winkel verdwijnt, dan is de variatie in het aanbod per saldo gelijk gebleven of misschien zelfs wel verbeterd, als modern aanbod verouderd aanbod vervangt. Bij duurzame ontwrichting gaat het dus om het directe consumentenbelang op lange termijn en niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Omzeteffecten planinitiatief

- In het toekomstige scenario wordt rekening gehouden met het verplaatsen en uitbreiden van de Albert Heijn-supermarkt. Hierdoor neemt het functionele aanbod in de dagelijkse sector in het verzorgingsgebied toe met circa 660 m² wvo¹⁷. Gelijktijdig is de verwachting dat de koopkrachtbinding zal toenemen. Hierdoor blijft de gemiddelde vloerproductiviteit in Sint-Oedenrode naar verwachting stabiel op circa € 6.275 per m² wvo, wat betekent dat er geen omzeteffect zal zijn (0%) ten opzichte van de huidige vloerproductiviteit.
- BRO gaat er in het algemeen vanuit dat bij een omzetverdunding van meer dan 10% ten opzichte van de huidige situatie het verdwijnen van bestaand aanbod niet uit te sluiten is. Hiervan is in dit geval geen sprake.

Ruimtelijk-functionele effecten

De beoogde uitbreiding en verplaatsing van Albert Heijn in Sint-Oedenrode heeft een aantal effecten op de detailhandelsstructuur, consumentenverzorging en de leegstand. Hierna worden deze benoemd.

Versterking detailhandelsstructuur

¹⁷ We gaan er hierbij vanuit dat zich in het achterblijvende pand van Albert Heijn geen nieuwe supermarkt kan vestigen. Met de gemeente is afgesproken dat op het moment dat het bestemmingsplan voor de nieuwe Albert Heijn-locatie onherroepelijk is, de supermarktbestemming van het pand aan de Markt komt te vervallen.

- Om een verdere afvloeiing van bestedingen naar andere plaatsen in de regio (met uiteindelijk mogelijke afname van het aanbod als gevolg) tegen te gaan is het noodzakelijk het supermarktaanbod in Sint-Oedenrode qua omvang, assortiment, bereikbaarheid en parkeermogelijkheden op peil te brengen. Daarbij bestaat er conform gemeentelijk, regionaal en provinciaal een grote voorkeur om dit te doen in het centrumgebied. Het versterken van de Albert Heijn, zoals beoogd door het initiatief, is daarmee essentieel vanwege de ligging in het centrum en het belang van het centrum voor de bovenlokale verzorgingsfunctie van Sint-Oedenrode.
- Met de verplaatsing van Albert Heijn zijn positieve effecten te verwachten voor het centrum van Sint-Oedenrode. Met twee (moderne) supermarkten aan beide uiteinden van het kernwinkelgebied (halterstructuur) krijgt het centrum een sterker toekomstperspectief, wat ook past in het gemeentelijk, regionaal en provinciaal beleid. Voor het behoud van de doorbloeding van het noordelijke centrumdeel is behoud van de Albert Heijn aan de noordelijke zijde namelijk van groot belang. Combinatiebezoek van de supermarkt en andere winkels in het centrum zal nog altijd aan de orde zijn. Juist Albert Heijn trekt typisch klanten die ook in bijvoorbeeld levensmiddelen speciaalzaken spenderen (in tegenstelling tot discounters).¹⁸ Supermarkten spelen juist een cruciale rol in het voortbestaan van kleine winkels en speciaalzaken en daarmee in het voorzieningenniveau en leefbaarheid van dorpen als Sint-Oedenrode.
- Daarnaast neemt door het initiatief de parkeerdruk op de Markt af, waardoor deze ruimer beschikbaar zijn voor klanten van andere winkels in het (noordelijk deel van het) centrum. Ook verdwijnt de huidige verkeershinder gerelateerd aan het laden en lossen van de Albert Heijn.

Versterking consumentenverzorging

- De hedendaagse consument kiest steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare supermarkten met voldoende parkeermogelijkheden. Het initiatief van Albert Heijn draagt bij aan het versterken van de consumentenverzorging door een bestaande supermarkt te verplaatsen en uit te breiden zodat deze beter kan voorzien in de behoeften van de consument (o.a. moderne inrichting en uitstraling, uitgebreide keuzemogelijkheden, goede parkeervoorzieningen, voldoende bewegingsruimte in de winkel).
- Belangrijk is niet alleen dat het aanbod toekomstbestendig is, maar ook dat er voldoende keuzemogelijkheden zijn voor de consument. Differentiatie naar formule en type is daardoor een belangrijke voorwaarde voor een goed functionerende boodschappenstructuur. Albert Heijn is een typische full-service supermarkt die consumenten een uitgebreid assortiment biedt in combinatie met een hoge servicegraad. Zij bevindt zich daarmee aan de bovenzijde van het supermarktspectrum en heeft, mits van voldoende moderne omvang, een sterke toevoegde waarde binnen het dagelijkse aanbod in Sint-Oedenrode.

Leegstandseffecten

- Aangezien er geen negatief omzeteffect optreedt ten opzichte van de huidige situatie, is het niet de verwachting dat er elders in het verzorgingsgebied aanbod zal verdwijnen als gevolg van het initiatief van Albert Heijn. Wel zal het aanbod nog altijd onder het landelijk gemiddelde functioneren.
- De bestaande supermarkten zullen naar verwachting geen omzeteffecten ondervinden als gevolg van de verhuizing en verplaatsing van Albert Heijn. De supermarkten bedienen alleen hun eigen

¹⁸ DTNP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

marktsegment en verzorgingsgebied. Albert Heijn komt met de verhuizing dichterbij in de buurt van discounter Aldi te liggen, maar deze winkels zijn juist complementair aan elkaar. Ook moet deze supermarkt het hebben van een veel groter verzorgingsgebied en is de verzorging van de eigen buurt minder relevant. De Jumbo in het centrum van Sint-Oedenrode heeft gezien zijn profiel, ligging en omvang een goede uitgangspositie en is (samen met Albert Heijn) de trekker van het centrum. Ook heeft de Jumbo in het noordelijk deel van Sint-Oedenrode een relatief sterke uitgangspositie, door de eigen profilering en solitaire ligging.

- Hoewel niet in de lijn der verwachting, gezien het stabiel blijven van de gemiddelde vloerproductiviteit, is het toch mogelijk dat het overige dagelijkse aanbod in de gemeente van (kleinschalige) food- en speciaalzaken en buurtwinkels (ook in de andere kernen) enige omzetteffecten ondervinden. De mate waarin dit effect zich voordoet en eventueel leidt tot het stoppen van een onderneming, zal sterk per winkel verschillen. Het functioneren van dergelijke winkels in Nederland staat als gevolg van autonome ontwikkelingen op dit moment in algemene zin al onder druk (bijv. consumenten bezoeken winkels met een ruim en onderscheiden aanbod, veranderende eisen aan ondernemerschap en het ontbreken van bedrijfsopvolging). De levensvatbaarheid is afhankelijk van de bereidheid van inwoners om er gebruik van te maken. De eventuele effecten die een toename van het supermarktaanbod in de hoofdkern zou kunnen hebben op een kleinschalige buurtwinkel of speciaalzaak zijn niet los te zien van deze autonome ontwikkelingen.
- Daarbij zou met het eventueel verdwijnen van een of enkele van dergelijke winkels, bijvoorbeeld in de kleinste kernen, geen sprake zijn van een onacceptabele aantasting van de verzorgingsstructuur of van duurzame ontwrichting. Er is namelijk juist sprake van een versterking van de detailhandelsstructuur indien er twee moderne supermarkten in verschillende segmenten in de hoofdkern te vinden zijn. Het proces van verdwijnen van kleinschalige vers- of buurtwinkels is al langer gaande in landelijke gebieden. Ook al zouden mogelijk de buurtsuper en enkele speciaalzaken verdwijnen, dan is er nog geen sprake van duurzame ontwrichting omdat er binnen de gemeente voldoende alternatieve aankoopplaatsen zijn.

Woon-, leef- en ondernemersklimaat

Mede op basis van het bovenstaande zijn onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat niet te verwachten. Per saldo draagt het initiatief juist positief bij aan het woon-, leef- en ondernemersklimaat, omdat het centrumgebied van Sint-Oedenrode wordt versterkt, wat de leefbaarheid en consumentenverzorging ten goede komt. Ook is er geen sprake van omzetteffecten, aangezien de gemiddelde vloerproductiviteit stabiel blijft, waardoor niet verwacht wordt dat er zaken zullen verdwijnen als gevolg van het initiatief.

Geen verplaatsing en uitbreiding Albert Heijn

- Indien Albert Heijn niet zal kunnen verplaatsen en uitbreiden zal de concurrentiepositie van de winkel verslechteren. Ten eerste vanwege de beperkte bereikbaarheid en parkeervoorzieningen. De twee Jumbo supermarkten beschikken over meer parkeervoorzieningen, die ook nog vaker beschikbaar zijn. Ditzelfde geldt voor de Lidl. Bovendien zijn deze supermarkten allen gelegen aan of nabij uitvalswegen.
- Ten tweede zal Albert Heijn niet kunnen groeien naar een eigentijdse omvang en assortiment, terwijl de consument hiernaar vraagt en dit ook verwacht van een full-service formule als Albert Heijn. Hierdoor zullen steeds minder mensen de winkel bezoeken en zal de winkel op een zeker moment niet meer rendabel zijn. Wanneer er geen ander toekomstperspectief is voor Albert Heijn

dan de huidige situatie, dan is het verdwijnen van Albert Heijn uit de gemeente op termijn niet uit te sluiten, wat grote gevolgen kan hebben voor het centrum en de positie van Sint-Oedenrode in de regio.

- Bij het verdwijnen van Albert Heijn zullen minder bestedingen in de dagelijkse sector in het centrum van Sint-Oedenrode terecht komen. Het combinatiebezoek neemt af en dit verzwakt de concurrentiepositie van het centrum, zowel op dagelijks als niet-dagelijks vlak. Er zal meer koopkracht blijven afvloeien naar andere gemeenten. Met name het noordelijk deel van het centrum zal daar de effecten van ondervinden in termen van trekkracht, bezoekersstromen en mogelijk leegstand als gevolg.

Effect op passantenstromen

De Albert Heijn verplaatst straks naar een locatie in het centrum die zich net buiten de hoofdstructuur bevindt (zie Centrumvisie Gemeente Meijerijstad, 2018). Ook de Jumbo in het centrum is net buiten die hoofdstructuur gelegen. Om die reden is hierna nog verder ingezoomd op de effecten op passantenstromen, met het oog op de betekenis van de verplaatsing voor combinatiebezoek met andere winkels en centrumfuncties.

- Uit de Centrumvisie Sint-Oedenrode (DTNP, 2018) blijkt dat ca. 80% van de bezoekers in het centrum uit de kern Sint-Oedenrode komt en 20% dus uit de andere kernen of van elders. Van die laatste groep wordt verwacht dat zij vooral met de auto komen (in totaal komt 40% van alle bezoekers met de auto). BRO verwacht dat de extra (auto)verplaatsing voor hen geen verschil maakt om ook de andere winkels of horeca te bezoeken. Immers zij komen al van verder weg, waardoor zij aannemelijk minder frequent het centrum bezoeken, maar wel meerdere winkels (doelgericht) bezoeken.
- Voor de bezoekers uit Sint-Oedenrode zelf (die al reeds van plan zijn om andere winkels te bezoeken), zal de verplaatsing naar verwachting ook niet of nauwelijks effect hebben in hun beslissing. Het betreft immers een verplaatsing over een zeer kleine afstand die voor bezoekers, te voet, of op de fiets makkelijk te overbruggen is. Daarbij betreft het ook gevoelsmatig geen grote afstand. Vanaf de Borchmolendijk is de Markt reeds zichtbaar en daartussen zijn nog enkele winkels gevestigd, waardoor de drempel om de oversteek te maken klein is. Aannemelijk is dat een deel van hen de auto verplaatst en in feite twee keer parkeert, of te voet de winkels en of horeca op de Markt bezoekt. Daarbij wordt door de verplaatsing van de Albert Heijn het parkeren op de Markt comfortabeler (parkeerdruk neemt af en bereikbaarheid neemt toe) en ontstaat er ruimte op de Markt om de verblijfskwaliteit te vergroten.
- Dan rest er nog de laatste groep bezoekers uit Sint-Oedenrode die impulsief besluit tot combinatiebezoek. Voor deze groep zal de kans op impulsief combinatiebezoek weliswaar afnemen, maar daartegenover staat een groter absoluut aantal bezoekers. Een grotere Albert Heijn trekt immers meer bezoekers uit zowel Sint-Oedenrode als elders. Bovendien heeft het centrum van Sint-Oedenrode voornamelijk een functie als boodschappencentrum en voor frequent dagelijkse en efficiënt-recreatieve aankopen. Voor de meeste bezoekers is er sprake van een behoorlijk doelgericht bezoek.

De invloed op het combinatiebezoek van de verplaatsing van de Albert Heijn kan gekwantificeerd worden aan de hand van de volgende resultaten van landelijk onderzoek naar combinatiebezoek:

De rol van supermarkten in boodschappencentra

Binnen de in eerste instantie op boodschappen doen gerichte kernverzorgende centra nemen de supermarkten een centrale rol in. Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkingen voor deze winkelcentra. Een doorsnee-supermarkt van 1.000 à 1.200 m² vwo trekt ca. 10.000 bezoekers per week. De andere dagelijkse artikelenwinkels, maar zeker ook de andere aanwezige winkels en voorzieningen, profiteren van de trekkracht van de supermarkten omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod. Onderzoek geeft aan dat in wijkwinkelcentra ca. 70% van de bezoekers in eerste instantie voor supermarktbezoek komt en hiervan combineert bijna de helft (45%) het bezoek ook met andere winkels¹⁹.

Een ander onderzoek²⁰ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een zeer hoog niveau ligt. Hierbij wordt het combinatiebezoek positief beïnvloed als de supermarkt zeer dicht bij de andere winkels is gelegen. Uit dit onderzoek onder 4.750 bezoekers van supermarkten in 30 centra komt het volgende verder naar voren:

- Gemiddeld loopt 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
- In centra waar de supermarkt een directe ruimtelijke relatie heeft met het overige winkelaanbod (op zeer korte afstand, tot 50 meter en entree in het zicht) ligt het combinatiebezoek door supermarktklanten (73%) beduidend hoger dan in centra waar de supermarkt op afstand en/of buiten het zicht ligt (49%).
- Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten (75%) beduidend hoger dan bij klanten van discountsupermarkten (40%).
- De omvang van de supermarkt heeft geen invloed op het aandeel (%) supermarktklanten dat één of meer andere winkels binnen loopt tijdens hetzelfde bezoek.

De onderzoekers komen tot de slotconclusie dat supermarkten een zeer belangrijke bijdrage leveren aan het voortbestaan van een gevarieerd aanbod dagelijkse speciaalzaken in dorps- en wijkcentra.

Uit informatie van Albert Heijn blijkt de winkel op de huidige locatie ca. 6.000 a 7.000 klanten per week trekt. Verwacht mag worden dat hiervan ca. 73% het bezoek aan de supermarkt ook combineert met andere winkels (= 4.380 a 5.110 bezoekers). Na verplaatsing zal de gemoderniseerde Albert Heijn naar verwachting minimaal 10.000 en mogelijk zelfs 12.000 bezoekers per week gaan trekken. Het combinatiebezoek daalt dan volgens bovenstaande cijfers naar 49%. Het aantal combinatiebezoekers komt dan uit op 4.900 a 5.880 bezoekers per week. Geconcludeerd kan worden dat de verplaatsing van de Albert Heijn dus theoretisch niet zal resulteren in een vermindering van het combinatiebezoek met de andere winkels in het centrum van Sint-Oedenrode.

Tot slot verwacht BRO niet dat de verplaatsing van de Albert Heijn an sich, aanzienlijke gevolgen zal hebben voor de passantenstromen in het zuidelijk deel van het centrum. Dit deel heeft zijn eigen bronpunten.

¹⁹ Strabo 2010: De veranderende rol van de supermarkt in winkelcentra

²⁰ DTNP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

4.4 Conclusie effectenanalyse

Al met al concludeert BRO op basis van de gemaakte berekeningen, analyse en de besproken argumentatie dat er geen onaanvaardbare effecten te verwachten zijn als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn.

- Het planinitiatief resulteert in een versterking van de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging in Sint-Oedenrode. Het centrum van Sint-Oedenrode wordt versterkt door het initiatief. Dit maakt dat het niet de verwachting is dat er bestaande zaken in het centrum zullen moeten sluiten: zij profiteren juist van de sterke positie van Albert Heijn in het centrum. Met twee (moderne) supermarkten aan beide uiteinden van het kernwinkelgebied krijgt het centrum van de gemeentelijke hoofdkern een sterker toekomstperspectief, wat ook past in het gemeentelijk, regionaal en provinciaal beleid. De plannen van Albert Heijn dragen daarmee bij aan een versterking van de regionale detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging. Ook neemt de parkeerdruk op de Markt af, waardoor deze ruimer beschikbaar is voor klanten van andere winkels in het (noordelijk deel van het) centrum, en verdwijnt de verkeershinder gerelateerd aan het laden en lossen van de Albert Heijn.
- In de Centrumvisie Meijerijstad (2018) wordt erkend dat met de beoogde verplaatsing van Albert Heijn en de voorgestelde herprofilering van Borchgrave straks beide centrumsupermarkten zich buiten de hoofdstructuur bevinden. Door een zorgvuldige (ruimtelijke) uitwerking van de aansluiting tussen supermarkt en centrum (positie entree, zichtlijnen en signalering) hoeft dit geen probleem te zijn. Bovendien fungeert Albert Heijn in de huidige situatie slechts beperkt als trekker (kleine omvang, parkeerproblematiek); het potentieel wordt niet benut. De centrumvisie zet daarom in op de Markt en Heuvel als sterke basis met aan weerszijden van het centrum een supermarkt.
- Het is niet de verwachting dat er als gevolg van het initiatief aanbod zal verdwijnen. De uitbreiding en verplaatsing van Albert Heijn draagt ook bij aan een sterker toekomstperspectief voor het kernwinkelgebied. Het dagelijks aanbod en productassortiment in het centrum wordt met de uitbreiding van de Albert Heijn namelijk vergroot.
- Hoewel niet in de lijn der verwachting, gezien het stabiel blijven van de gemiddelde vloerproductiviteit, is het toch mogelijk dat een kleine buurtsuper of een kleinschalige foodspeciaalzaak toch individueel dusdanige omzeteffect ondervinden dat zij zouden kunnen verdwijnen. Voor dergelijke winkels geldt echter dat zij vaak al een zeer lage vloerproductiviteit accepteren en hun verdwijnen meer een autonoom proces is. In dit geval zal dat niet leiden tot duurzame ontwrichting (inwoners blijven dagelijks aanbod houden op acceptabele afstand van hun woning) of onacceptabele effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat. De consumentenverzorging blijft ook intact: er is juist sprake van een versterking van het winkelaanbod en meer keuze voor de consument.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto vloeroppervlak: Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.)

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.

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).

Vloerproductiviteit

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

Bijlage 2: Locatiekeuze

Algemeen

Zoals hiervoor beschreven kan de Albert Heijn op de huidige locatie geen toekomstbestendige supermarkt van voldoende omvang realiseren. Daarnaast is de huidige locatie met het oog op belangrijke randvoorwaarden als parkeren, bereikbaarheid en laden en lossen niet optimaal. In de huidige situatie zijn deze aspecten al niet optimaal, met een vergroting van de supermarkt op de huidige locatie zal dit naar verwachting echter problematisch worden. Daar komt nog bij dat parkeren op markt- en evenementendagen niet of nauwelijks mogelijk is. Vergroting van de supermarkt op de huidige locatie is dan ook redelijkerwijs geen optie gebleken. Tegen deze achtergrond is gezocht naar een andere locatie, waarbij de eerder genoemde nadelen worden opgeheven.

Mogelijke locaties

Voor de relocatie van de Albert Heijn supermarkt zijn twee mogelijke locaties onderzocht, de oude Rabobanklocatie en de locatie Borchmolendijk. Op beide locaties is het uitgangspunt een winkel met een vloeroppervlak van 1.500 m². Daarnaast moet op de locatie voorzien kunnen worden in circa 85 parkeerplaatsen.

Locatie Rabobank

Deze locatie bevindt zich tegenover de huidige Albert Heijn supermarkt aan de Markt in het Centrum van Sint-Oedenrode. Het huidige gebouw van de Rabobank wordt gesloopt en in de plaats hiervan kan een nieuwe supermarkt gebouwd worden. De huidige parkeervoorziening kan deels bebouwd worden, waardoor er extra parkeerplaatsen gerealiseerd moeten worden. Dit is mogelijk door een aantal woningen te slopen.

De bereikbaarheid van deze locatie is niet ideaal. De straat (Kerkplein) die gebruikt zou moeten worden voor bevoorrading en parkeren is smal. Dit zal negatieve gevolgen hebben voor de bereikbaarheid, omdat er bij een supermarkt sprake is van veel verkeersbewegingen. Bij een supermarkt is het cruciaal dat de bereikbaarheid en parkeervoorziening van de winkel in orde zijn. Deze locatie versterkt wel het centrum, dit positieve effect weegt echter niet op tegen de slechte bereikbaarheid. Deze locatie valt in het bestemmingplan in het centrumgebied. Met name de gevestigde horecapleinen op de Markt zullen behoorlijk hinder ondervinden van het Albert Heijn verkeer. Tevens is de problematiek van bereikbaarheid en parkeren niet opgelost vanwege de evenementen op de Markt, waaronder de Kermis en de weekmarkt.

Inmiddels zijn er voor deze locatie alternatieve plannen ontwikkeld en is de locatie niet meer in beeld en beschikbaar voor de beoogde supermarktontwikkeling.

Locatie Borchmolendijk

Deze locatie aan de Borchmolendijk ligt aan de buitenrand van het centrumgebied. De locatie bevindt zich ter hoogte van de kruising met de Philippusstraat. De bestaande bebouwing op deze locatie zal gesloopt worden. Op het achterste gedeelte van het perceel zal de supermarkt gebouwd worden. Het parkeerterrein wordt voor de winkel gerealiseerd. Deze locatie biedt meer mogelijkheden om de bereikbaarheid goed te regelen. Aantrekkingskracht op centrum blijft doordat hemelsbreed de afstand

naar centrum marginaal is. Het parkeren wordt opgelost op eigen terrein en de parkeerdruk op de Markt neemt af.

Locatiekeuze

De Rabobank-locatie is aanzienlijk minder goed bereikbaar dan de locatie aan de Borchmolendijk. Bovendien is deze locatie niet meer beschikbaar en zijn er plannen voor een alternatieve invulling in ontwikkeling. Omdat bereikbaarheid voor een consument een belangrijke reden is bij een keuze voor een supermarkt, is de verwachting dat de omzetmogelijkheden op de Rabobank-locatie beperkter zijn dan op de locatie aan de Borchmolendijk. Met name vanuit het oogpunt van bereikbaarheid, parkeren en ontsluiting biedt de locatie aan de Borchmolendijk de beste mogelijkheden.

Overigens is een solitaire winkel niet het perspectief dat Albert Heijn voor zich ziet. Albert Heijn hecht aan de ligging bij en de wisselwerking met een centrumgebied. De locatie aan de Borchmolendijk biedt de mogelijkheid om dit te combineren.

De nieuwe locatie ligt in het historisch centrum, binnen het door de gemeente beoogde winkelconcentratiegebied. Op de locatie aan de Borchmolendijk kan een goed bereikbare en ontsloten supermarkt worden gerealiseerd. Bovendien kan op eigen terrein worden voorzien in voldoende parkeerplaatsen. Om de voornoemde redenen is de keuze dan ook gevallen op een verplaatsing van de Albert Heijn naar de locatie aan de Borchmolendijk.

Bijlage 3: Europese Dienstenrichtlijn

Het Europese Hof van Justitie heeft de prejudiciële vragen beantwoord²¹ die door de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State (Afdeling) aan het Hof zijn voorgelegd over de Europese Dienstenrichtlijn (richtlijn 2006/123) in relatie tot detailhandel in goederen. Uit het antwoord volgt dat de Dienstenrichtlijn van toepassing is op de uitoefening van detailhandelsactiviteiten.

Voorwaarden vestigingsbeperking Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn heeft als doelstelling dat dienstverleners in de Europese Unie zich onbelemmerd in een andere lidstaat kunnen vestigen of tijdelijk diensten kunnen verrichten. De vervolgvraag is dan of vestigingsbeperkingen zijn toegestaan die de uitoefening van detailhandelsactiviteiten beperken, zoals regels omtrent branchering, min./max. oppervlakte of max. aantal vestigingen. De Dienstenrichtlijn staat aan dergelijke beperkingen niet in de weg, mits voldaan wordt aan de voorwaarden uit artikel 15, lid 3, van de Dienstenrichtlijn inzake non-discriminatie, noodzakelijkheid en evenredigheid.

- non-discriminatie, doordat ze geen direct of indirect onderscheid maken naar nationaliteit, of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel;
- noodzakelijk, vanwege een dwingende reden van algemeen belang en;
- evenredig, doordat ze geschikt zijn voor hun doel, niet verder gaan dan nodig om hun doel te bereiken en het doel niet met andere, minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.

Non-discriminatie, noodzakelijkheid en evenredigheid

De eis omtrent **non-discriminatie** is niet aan de orde, omdat de vestigingsbeperkingen voor eenieder gelden ongeacht nationaliteit of vestigingsland.

Verder kunnen vestigingsbeperkingen aan eis van **noodzakelijkheid** voldoen als de dwingende reden van algemeen belang is gericht op het behoud van de leefbaarheid van het (stads)centrum of in de wijken en het voorkomen van leegstand in het kader van ruimtelijk beleid.

Wanneer de vestigingsbeperkingen voldoen aan de eis noodzakelijkheid, is het vervolgens van belang dat deze **evenredig** zijn in relatie tot het doel ervan. Dat wil zeggen dat de vestigingsbeperkingen geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken, dat deze niet verder gaan dan nodig is en niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt. Van belang hierbij is dat vestigingsbeperkingen die opgenomen zijn in de planregels, in feite een regeling is met voorafgaande administratieve toestemming²². Het vaststellen van een planregeling is daarmee een evenredig middel om te bewerkstelligen dat gronden in het plangebied in overeenstemming met een goede ruimtelijke ordening worden gebruikt. Bij een andere regeling dan het stellen van een algemeen verbindend voorschrift vooraf bestaat het gevaar dat het toegestane gebruik of de toegestane bebouwing niet kenbaar is of, bijvoorbeeld bij controle achteraf, dat gronden op een zodanige wijze worden gebruikt of bebouwd dat de uiteindelijk gewenste bestemming niet meer kan worden verwezenlijkt. Oftewel, als de vestigingsbeperkingen niet worden opgenomen in de planregels kunnen ontwikkelingen plaatsvinden waarvan de (in ruimtelijke zin onaanvaardbare) gevolgen niet meer 'teruggedraaid' kunnen worden, waarmee het doel dan ook niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.

²¹ Bij arrest van 30 januari 2018 (ECLI:EU:C:2018:44)

²² Zie uitspraak van ABRvS van 2 mei 2012 (ECLI:NL:RVS:2012:BW4538)

Altijd al toets aan 'goede ruimtelijke ordening'

Overigens, ook los van de Dienstenrichtlijn moet gemotiveerd worden dat vestigingsbeperkingen in een bestemmingsplan nodig zijn in het kader van een goede ruimtelijke ordening, dat deze niet verder strekken dan nodig is om het doel te bereiken en dat doel ook niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt. Met de gebruikelijke toets aan 'de goede ruimtelijke ordening' zal dan ook in de meeste gevallen voldoende gemotiveerd zijn dat aan de Dienstenrichtlijn wordt voldaan.

Bijlage 4: Volledig aanbod supermarkten regio checkdatum november 2019

Naam	Woonplaats	Winkelgebied	Wvo
MCD	Aarle-Rixtel	Centrum Aarle Rixtel	1.190
ALDI	Aarle-Rixtel	Bedrijfsterrein	948
Jumbo	Beek En Donk	Heuvelplein	1.005
Jan Linders	Beek En Donk	Heuvelplein	955
Plus	Beek En Donk	Centrum Beek en Donk	989
Culinoor Vershuys	Best	Kon Julianaweg	180
Albert Heijn	Best	Kon Julianaweg	918
Lidl	Best	Kon Julianaweg	675
Pan Sliwka	Best	Kon Julianaweg	245
Natuurwinkel	Best	Centrum Best	197
Plus	Best	Centrum Best	1.227
Albert Heijn	Best	Centrum Best	1.323
U Palaka	Best	Centrum Best	185
ALDI	Best	Centrum Best	698
Plus	Best	Heivelden	1.402
Jumbo	Boxtel	Oosterhof	1.214
Plus	Boxtel	Selissen	1.154
ALDI	Boxtel	Kapelwg	743
Albert Heijn	Boxtel	Centrum Boxtel	1.718
Lidl	Boxtel	Centrum Boxtel	969
Groszek	Boxtel	Centrum Boxtel	285
ALDI	Boxtel	Buiten bebouwde kom	1.000
Jan Linders	Erp	Centrum Erp	948
Albert Heijn	Erp	Centrum Erp	804
Coop	Liempde	Centrum Liempde	779
Jumbo	Lieshout	Centrum Lieshout	848
Jumbo	Mariahout	Bebouwde kom	400
Lidl	Oirschot	Centrum Oirschot	891
Albert Heijn	Oirschot	Centrum Oirschot	1.100
Jumbo	Oirschot	Centrum Oirschot	1.580
Jumbo	Oost West En Middelbeers	Centrum Oost W Middelbeers	1.180
Albert Heijn	Schijndel	t Zuid	1.239
Jumbo	Schijndel	Buiten bebouwde kom	1.895
Spar	Schijndel	Bebouwde kom	432
Plus	Schijndel	Centrum Schijndel	1.403
Jumbo	Schijndel	Centrum Schijndel	1.037
ALDI	Schijndel	Centrum Schijndel	588
Lidl	Sint-Oedenrode	Bebouwde kom	1.692
Jumbo	Sint-Oedenrode	Centrum St Oedenrode	1.293

Albert Heijn	Sint-Oedenrode	Centrum St Oedenrode	844
ALDI	Sint-Oedenrode	Centrum St Oedenrode	740
Jumbo	Sint-Oedenrode	Bebouwde kom	925
De Winkel van Boskant	Sint-Oedenrode	Bebouwde kom	200
Coop	Son En Breugel	Bebouwde kom	769
Plus	Son En Breugel	Bebouwde kom	855
Jumbo	Son En Breugel	Buiten bebouwde kom	1.642
ALDI	Son En Breugel	Centrum Son en Breugel	751
Albert Heijn	Son En Breugel	Centrum Son en Breugel	1.227
Albert Heijn	Veghel	Centrum Veghel	1.489
ALDI	Veghel	Centrum Veghel	598
Polo Smak	Veghel	Centrum Veghel	310
Jumbo	Veghel	Centrum Veghel	1.991
Lidl	Veghel	Centrum Veghel	679
Jan Linders	Veghel	De Boekt	910
Jumbo	Veghel	De Bunders	897
Jumbo Foodmarkt	Veghel	Proeffabriek	2.880

Bijlage 5: Beleidskaders

Provinciaal beleid

De provincie wil Brabant aantrekkelijk houden voor ondernemers. Met het programma werklocaties²³ streeft de provincie ernaar dat elk bedrijf in Brabant zich kan vestigen op de juiste plek. Hiervoor zijn vitale en toekomstbestendige werklocaties nodig voor bedrijven, kantoren en detailhandel. Het programma richt zich onder andere op het:

- versterken van topclusters, campusontwikkeling en herstructurering
- verduurzamen en vergroenen van bedrijventerreinen
- investeren in kennis en monitoring, regionale samenwerking.

Voor detailhandel benoemt het 'programma werklocaties' de opgave om te zoeken naar oplossingen in regionaal verband om de negatieve consequenties van ontwikkelingen tegen te gaan. Hoewel nieuwe plannen mogelijk goed aansluiten bij de ontwikkelingen in de vraag zorgt elke realisatie ergens anders in de regio tot extra leegstand. De rol voor de provincie ligt niet alleen in het maken van regionale afspraken of het inzetten van de Ladder voor duurzame verstedelijking, maar vooral om met alle stakeholders te zoeken naar creatieve oplossingen.

In 2017 is de Provinciale Retailadviescommissie ingesteld, die onafhankelijk advies uitbrengt aan Geëerde Staten over nieuwe ruimtelijke detailhandelsplannen. De provincie wil met de Retailadviescommissie drie doelen bereiken:

1. beter inzicht in de meerwaarde en impact van nieuwe winkelplannen om de (sub)regio
2. een betere kwaliteit van regionale afstemming tussen gemeenten
3. een detailhandelsstructuur die bijdraagt aan een vitaal woon- en leefklimaat voor Brabanders

Met visies, agenda's en plannen geeft de provincie haar ruimtelijk beleid voor Brabant vorm. Hierna worden de belangrijkste beleidsstukken genoemd.

Structuurvisie ruimtelijke ordening (partiële herziening 2014)

Op 19 maart 2014 zijn de Structuurvisie ruimtelijke ordening en de Verordening Ruimte 2014 (actualisatie in 2015) van de provincie Noord-Brabant in werking getreden. Deze structuurvisie is een actualisatie van de visie uit 2010. De structuurvisie beschrijft het belang van een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur, welke ruimte biedt aan innovaties en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen. Hieronder worden fundamentele veranderingen in de detailhandel verstaan, zoals economische stagnatie, omzetverschuivingen van 'offline' en naar 'online' winkels, toenemende winkelleegstand, digitalisering van de samenleving, demografische transitie, toenemend belang van beleving, veranderende vrijetijdsbestedingen en bewegingen in de horeca. Ontwikkelingen die vragen om vernieuwing van de detailhandelsstructuur. Er is beperkt ruimte voor uitbreiding van detailhandel en een reductie wordt voorzien.²⁴

²³ Provincie Noord-Brabant, Uitvoeringsprogramma werklocaties, februari 2016.

²⁴ Provincie Noord-Brabant, Structuurvisie Ruimtelijke ordening, partiële herziening maart 2014.

Interim omgevingsverordening (oktober 2019)

Net zoals de Omgevingswet een groot aantal wetten vervangt, zo vervangt de Brabantse omgevingsverordening een aantal provinciale verordeningen (Provinciale milieuverordening, Verordening natuurbescherming, Verordening Ontgrondingen, Verordening ruimte, Verordening water en Verordening wegen). De onderwerpen die in de verordening staan, komen uit de provinciale omgevingsvisie en structuurvisie. Over detailhandel noemt de Interim omgevingsverordening het volgende²⁵:

- Met het oog op de aantrekkelijkheid van Brabant is ook een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur van groot belang. Een detailhandelsstructuur waarin plaats is voor innovaties en die ruimte biedt aan 'crossovers' (verbindingen) met diverse andere economische en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen.
- De detailhandelsmarkt is daarbij onderhevig aan structurele veranderingen. Door een toenemende mobiliteit van de consument, een ruimer blikveld van de ondernemer, demografische ontwikkelingen en een toename van internetshoppen is er minder behoefte aan fysieke winkelruimte. Dit betekent dat ondernemers, ontwikkelaars, gemeenten en beleggers zorgvuldiger moeten omgaan met het bijbouwen van nieuwe winkels. Iedere nieuwe detailhandelsontwikkeling heeft ook gevolgen voor de bestaande situatie, niet alleen in de betreffende gemeente maar ook in omliggende gemeenten. Vanwege de schaalvergroting is de detailhandel niet meer uitsluitend een lokale, maar een bovenlokale of regionale aangelegenheid.
- De voornaamste taak van de provincie is om (ruimtelijke) ontwikkelingen van detailhandelslocaties regionaal en bovenregionaal af te stemmen. De aanpak van de detailhandel is op eenzelfde wijze vormgegeven, zoals dat voor bedrijventerreinen, kantoren en woningbouw het geval is. In het regionaal overleg wil de provincie met gemeenten afspraken maken over welke detailhandelslocaties regionaal en bovenregionaal worden afgestemd. Voor detailhandelsontwikkelingen is ook een expertteam detailhandel ingesteld die adviseert aan gemeenten en provincie.

Regionaal beleid

De detailhandelsvisie voor de regio Noordoost-Brabant is in december 2015 door de provincie Noord-Brabant vastgesteld.

Voor Sint-Oedenrode is daarin opgenomen dat de opgave voor de toekomst vooral gericht is op herpositioneren richting de (lokale en zeer beperkt regionale) doelgroep en aanpassing van het aanbod aan de lokale behoefte. In de regionale visie worden verder afspraken gemaakt over regionale afstemming en toetsing. De belangrijkste relevante afspraken zijn:

- In de toekomst zijn minder detailhandelsmeters nodig, er wordt terughoudend omgegaan met nieuwe ontwikkelingen.
- Kwaliteitsimpulsen staan voorop in plaats van kwantitatieve uitbreiding van winkelaanbod.
- Nieuwe ontwikkelingen dienen zo veel mogelijk een plek te krijgen in structuurbepalende winkelgebieden. Ook de lokaal verzorgende centrumgebieden hebben in die structuur een belangrijke verzorgingspositie.
- Concentratie vindt plaats in het kernwinkelgebied, in de randen is ruimte voor functietransformatie.
- Verspreide bewinkeling, voor zover die het functioneren van centrumgebieden kan aantasten, dient zo veel mogelijk te worden teruggedrongen.

²⁵ Provincie Noord-Brabant, Interim omgevingsverordening, oktober 2019.

Ten aanzien van nieuwe initiatieven, die afwijken van vigerende bestemmingplannen, is opgenomen dat deze dienen te worden afgewogen op de effecten voor winkelgebieden in de invloedssfeer van het initiatief. De impact van het initiatief is ook afhankelijk van de aard en omvang van het initiatief in relatie tot het verzorgingsgebied waar de ontwikkeling geprojecteerd is. Daartoe wordt gewerkt met een systematiek van drempelwaarden. Voor de categorie 'zeer beperkt regionale centra', waartoe het centrum van Sint-Oedenrode gerekend wordt, is de drempelwaarde voor regionale afstemming 1.500 m². Aangezien de nieuwe locatie voor centrumsupermarkt Albert Heijn conform de gemeentelijke Centrumvisie tot het centrumgebied behoort, is geen regionale afstemming vereist. In Sint-Oedenrode geldt dat voor initiatieven groter dan 1.500 m² wvo regionale afstemming vereist is. Desondanks heeft wel in breder verband overleg plaatsgevonden over deze ontwikkeling. Dit wordt nogmaals ten finale besproken in het regionale afstemmingsoverleg.

Gemeentelijk beleid

Centrumvisie Gemeente Meijerijstad, 2018

In 2017 zijn de gemeenten Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode gefuseerd tot de gemeente Meijerijstad. Hiermee heeft de gemeente Meijerijstad drie grote centra, waaronder die van Sint-Oedenrode. Alle drie de centra hebben hun eigen positie en verzorgingsgebied binnen de gemeente. Er is geen hiërarchie tussen de dorpscentra: ieder van de centra functioneert solitair ten opzichte van de andere twee. De primaire focus op het eigen verzorgingsgebied betekent dat het belang van de dagelijkse (boodschappen)voorzieningen verder toeneemt. Supermarkten worden waar mogelijk ingezet als publiekstrekkingen voor overige centrumfuncties.

Figuur B6.1: Verzorgingsgebied Centrum Sint-Oedenrode



Met de monumentale panden aan de Markt heeft Sint-Oedenrode een herkenbaar en sfeervol historisch dorpshart. Door de ligging in het beekdal van de Dommel en de aanwezigheid van enkele toprestaurants heeft de kern een aantrekkelijk toeristisch/recreatief karakter als hoogwaardige buitenplaats. Echter zijn er nog een aantal opgaven voor het centrum van Sint-Oedenrode, waarover de gemeente nu een structurele keuze wil maken. Het verzorgingsgebied van het centrum omvat de kern Sint-Oedenrode en de kernen Nijnsel, Boskant en Olland in het buitengebied.

winkelaanbod in de aanloopgebieden (met name Kofferen) zal er, met het oog op de toekomstige toename van het internetwinkelen, ook elders in het centrum niet-dagelijks winkelvloeroppervlak gesaneerd moeten worden. Deze opgave komt bovenop de aanpak van de huidige leegstand in het centrum.

Indicatieve berekening van marktruimte voor dagelijks winkelaanbod in Sint-Oedenrode

	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet)	€ 2.512	€ 2.425
Aantal inwoners verzorgingsgebied Sint-Oedenrode	ca. 17.900	ca. 18.200
Koopkrachtbinding	90%	95%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 40,5 mln	€ 41,9 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevoeling	5%	5%
Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 42,6 mln	€ 44,1 mln
Aanwezig winkelaanbod (in m ² wvo)*	ca. 5.500 m ² wvo	ca. 7.400 m ² wvo
Huidige winkelomzet (excl. btw) per m ² wvo	€ 7.739	€ 5.964
Gemiddelde winkelomzet NL (excl. btw) per m ² wvo	€ 7.634	€ 7.634
Afwijking van gemiddelde winkelomzet per m ² wvo	+ 1%<	- 22%

* Bron: Locatus, bewerking DTNP (aug. 2018)

Indicatieve berekening van marktruimte voor niet-dagelijks winkelaanbod in Sint-Oedenrode-Centrum

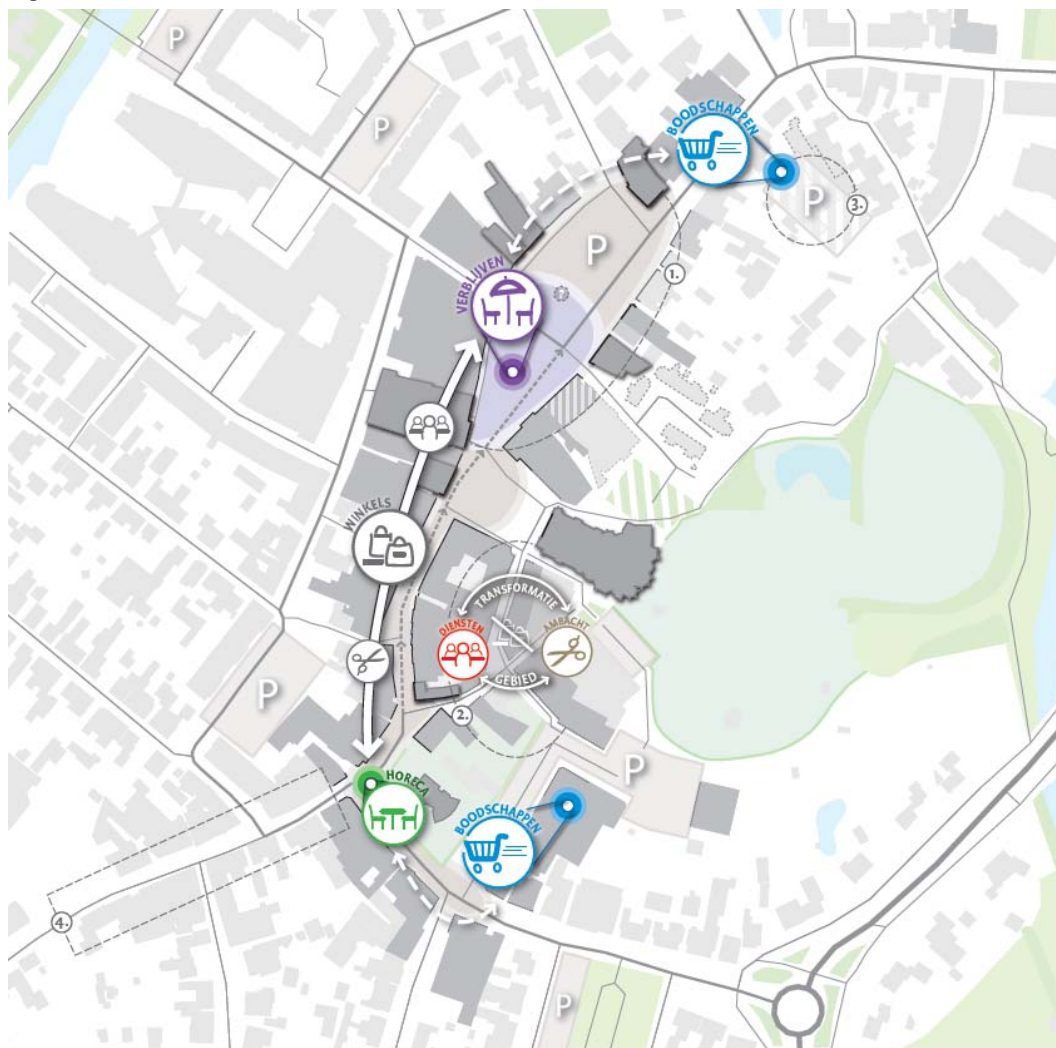
	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. volumineuze branches, btw en internet)	€ 1.475	€ 1.223
Aantal inwoners van verzorgingsgebied Sint-Oedenrode	ca. 17.900	ca. 18.200
Koopkrachtbinding	40%	45%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 10,6 mln	€ 10 mln

verblijfsgebieden die duidelijk niet het karakter van het dorp bepalen. Zowel op de markt als op de zuidelijke hoek van de Heuvel (splitsing Kofferen/Hertog Hendrikstraat) zorgen de aanwezige horeca en de historische gebouwen voor een gezellige (dorpse) sfeer. Markt en Heuvel vormen in de toekomst dan ook de basis van het centrum van Sint-Oedenrode. De Heuvel is als historische hoofdstructuur sterk verankerd in de lokale leefomgeving, heeft zich sinds 2010 goed ontwikkeld en verbindt de belangrijkste verblijfsgebieden van het centrum via een doorlopend publieksgericht front. Door deze concentratie van publieke functies in één hoofdroute ontstaat er een compleet en levendig centrumgebied voor de eigen inwoners.

- **Structurele aanpak langdurige leegstand:** Dit betekent dat Borchgrave geen onderdeel meer uitmaakt van het primaire winkelgebied. Het gebied biedt echter nog wel kansen voor (publieksgerichte) functies die wat meer doelgericht bezocht worden, zoals ondernemingen in de diensten- of ambachtelijke sector. Door het stimuleren van een geleidelijke transitie kan de afgebouwd. Hetzelfde geldt voor Kofferen, waar de winkelfunctie al eerder (beleidsmatig) is vervallen. Door nu ook de markering van het centrumgebied te verschuiven naar het noordelijke uiteinde van de straat (en de ondernemers dus niet langer te laten meebetalen aan het centrummanagement) kan de transitie van dit deelgebied verder worden doorgezet. Op termijn is Sint-Oedenrode immers gebaat bij een verdere concentratie van de publieke centrumfuncties en is een afbouw van de hoeveelheid niet-dagelijks winkelaanbod onvermijdelijk.

- **Ruimtelijke inpassing supermarkten:** Idealiter maken enkele supermarkten onderdeel uit van dit compacte dorpscentrum, zodat zij als publiekstrekker kunnen optreden voor overige centrumfuncties. Tegelijkertijd is er een schaalvergroting gaande in de supermarktsector, waardoor een redelijke ruimtelijk inpassing (incl. parkeren en bevoorrading) niet altijd mogelijk is. Met de aanstaande verplaatsing van AH (naar de beoogde locatie aan de Borchmolendijk) en de voorgestelde herprofilering van Borchgrave bevinden beide centrumsupermarkten zich straks buiten de hoofdstructuur. Door een zorgvuldige (ruimtelijke) uitwerking van de aansluiting tussen supermarkt en centrum (positie entree, zichtlijnen en signalering) kan het combinatiebezoek tussen supermarkt en centrum echter wel redelijk op niveau blijven.
- **Markt opwaarderen:** Met de verplaatsing van de AH-supermarkt verandert er ook iets aan de parkeerbehoefte en -voorzieningen in het centrum. Doordat het parkeren voor supermarktbezoekers in de toekomst op eigen terrein wordt opgevangen, ontstaat er ruimte op de Markt om de verblijfskwaliteit te vergroten. Hierbij is de relatie met Kerkplein en Heuvel van groot belang om de compacte centrumstructuur te behouden. Met de transitie van de Borchgrave vormt de Heuvel weer de enige hoofdroute voor de (winkelende) centrumbezoeker; de overgang van Markt naar Heuvel via het Kerkplein moet dan ook laagdrempelig en aangenaam zijn. De verkeersfunctie van de Heuvel blijft in de toekomst wel behouden. Het eenrichtingsverkeer, met een inrichting van de openbare ruimte als 'shared space', biedt de beste balans tussen bereikbaarheid en ruimtelijke kwaliteit.

Figuur B6.2: Nieuwe centrumvisie - Markt en Heuvel als sterke basis



Eén van de punten in de centrumvisie is de AH-supermarkt aan de Markt (circa 840 m²) die naar alle waarschijnlijkheid verplaatst zal worden, omdat uitbreiding op de huidige locatie niet mogelijk is. De gemeenteraad van de voormalige gemeente Sint-Oedenrode heeft, onder voorwaarden, ingestemd met een verplaatsing naar de planlocatie aan de Borchmolendijk. Een van die voorwaarden is dat de toegang van supermarkt en parkeerterrein aan de Borchmolendijk komen te liggen.

Het centrum van Sint-Oedenrode kent een parkeerroute die langs diverse parkeerlocaties in en rond het centrum voert. Het parkeerterrein bij Jumbo en op de Markt vormen hierbij de belangrijkste 'bronpunten'. Eventuele verplaatsing en vergroting van AH zal leiden tot een vergroting van de parkeercapaciteit aan de noordzijde van het centrum. Met de verplaatsing van de AH-supermarkt verandert er ook iets aan de parkeerbehoefte en -voorzieningen in het centrum. Doordat het parkeren voor supermarktbezoekers in de toekomst op eigen terrein wordt opgevangen, ontstaat er ruimte op de Markt om de verblijfskwaliteit te vergroten. Hierbij is de relatie met Kerkplein en Heuvel van groot belang om de compacte centrumstructuur te behouden. Met de transitie van de Borchgrave vormt de Heuvel weer

de enige hoofdroute voor de (winkelende) centrumbezoeker; de overgang van Markt naar Heuvel via het Kerkplein moet dan ook laagdrempelig en aangenaam zijn.

Naar aanleiding van de centrumvisie zijn een vijftal projecten waar de gemeente proactief aan wil gaan werken:

- Project 1: Herinrichting Markt: hoogwaardige uitstraling én gebruiksgemak
- Project 2: Start transitie Borchgrave: van winkelstraat naar centrumstraat
- Project 3: Inpassing AH-supermarkt: goede zichtbaarheid en ruimtelijke relaties
- Project 4: Transitie Kofferen stimuleren: afbouw publiek programma aanloopstraat
- Project 5: Start centrummanagement: samenwerking professionaliseren

Collegebesluit 10-09-2019

De gemeenteraad van voormalig Sint-Oedenrode heeft eind 2016 opdracht gegeven onderzoek te doen naar de haalbaarheid van de beoogde verplaatsing van de AH van de Markt naar de Borchmolendijk. In de door de raad van Meierijstad vastgestelde centrumvisie is de verplaatsing ook als actiepunt opgenomen.

Op 10 september 2019 heeft het college van de gemeente Meierijstad ingestemd met de beoogde verplaatsing en het model waarbij de bebouwing op de percelen Borchmolendijk 14 t/m 22 en Passtraat 2 wordt gesaneerd en vervangen door een supermarkt met een bruto oppervlak van ca. 1900 m², een viertal bovenwoningen en een parkeerterrein met ca. 85 plaatsen voor die functies, te ontsluiten via de Borchmolendijk.

