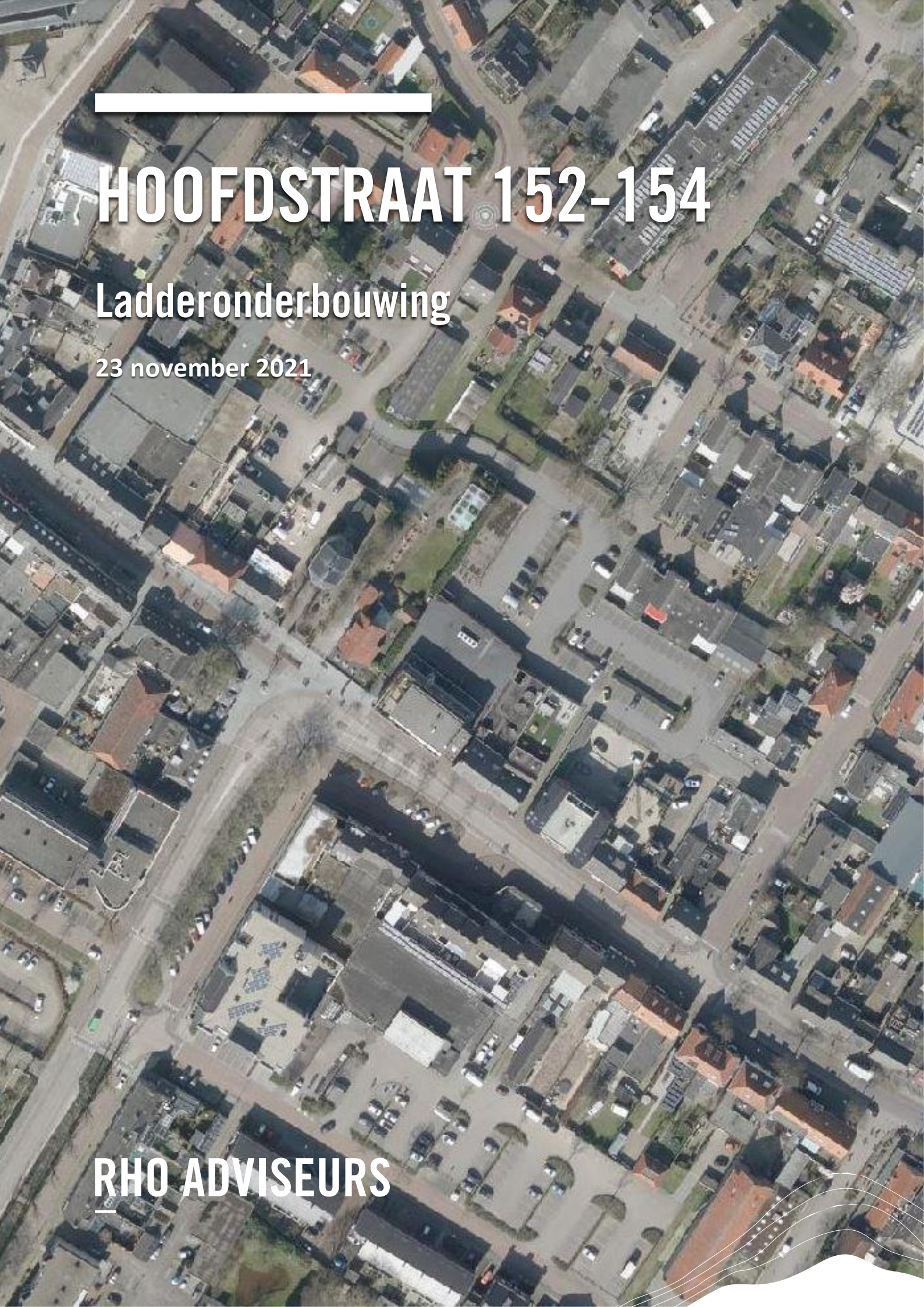




HOOFDSTRAAT 152-154

Ladderonderbouwing

23 november 2021

RHO ADVISEURS



RHO ADVISEURS

DATUM
KENMERK

23 november 2021
011209.20192071JB

PROJECT
PROJECTLEIDER

Uitbreiding Aldi Schijndel
ing. R.B.P. Verkooijen

OPDRACHTGEVER
PROJECTNUMMER

Aldi Best B.V.
20192071

AUTEUR
STATUS

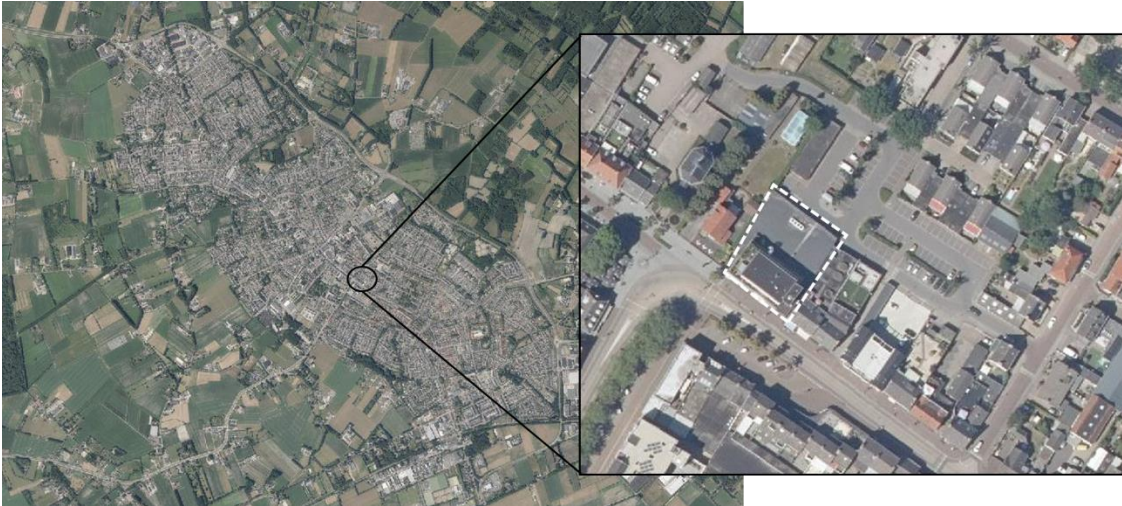
Julia Breukelman
Definitief



SAMENVATTING

OPGAVE

In Schijndel is Aldi gevestigd aan de Hoofdstraat 154 (figuur 1.1.). De winkel ligt in het zuidelijk deel van het centrum van Schijndel en vormt samen met tegenovergelegen Plus-supermarkt hier een supermarktcluster. De winkel van Aldi heeft een brutovloeroppervlak (bvo) van 795 m². Het winkelvloeroppervlak (wvo) is 588 m². Deze winkel is (veel) te klein en voldoet niet meer aan de wensen die de consument stelt aan een moderne harddiscounter. Op termijn kan Aldi hier niet meer economisch-duurzaam functioneren. Daarom heeft Aldi Vastgoed B.V. het voornemen om de winkel op de huidige locatie aan de Hoofdstraat uit te breiden.



Figuur 1.1. Ligging Aldi in Schijndel (bron: Luchtfoto Kadaster, 2019; bewerking Rho)

Om de uitbreiding mogelijk te maken worden de naastgelegen woning en opstallen van de Hoofdstraat 152 gesloopt. Daarnaast zullen inpandig op de begane grond verbouwingen plaatsvinden ten behoeve van het magazijn, het inpandige laden en lossen en inpandige parkeerplaatsen. Ook zal het achtergelegen parkeerterrein aan het Catharinaplein heringericht worden. Hiermee worden meer parkeerplaatsen gerealiseerd en wordt de ruimtelijke kwaliteit verbeterd. Na uitbreiding zal de winkel een oppervlakte hebben van 1.450 m² bvo (1.082 m² wvo). Aan de zijde van de Hoofdstraat zal daarnaast ook een ruimte beschikbaar zijn voor een commerciële functie van circa 80 m² bvo. Op de verdieping zullen twee extra appartementen worden gerealiseerd. Om dit mogelijk te maken heeft Aldi de winkel aan de Hoofdstraat verlaten en een tijdelijke winkel aan de Rooiseweg 1-3 geopend. Volgens de laatste cijfers van Locatus heeft deze winkel een omvang van circa 900 m² wvo.

VRAAGSTELLING

Het ruimtelijk afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van stedelijke functies is de ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als nieuwe stedelijke ontwikkelingen planologisch mogelijk worden gemaakt. Wanneer er sprake is van een stedelijke ontwikkeling moet de behoefte aan die ontwikkeling aangetoond worden. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijke verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikking. De voorkeursvolgorde van de ladder is dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen 'bestaand stedelijk gebied' worden gesitueerd.

De eerste vraag is of de beoogde ontwikkeling aangemerkt wordt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Wanneer een bestemmingsplan voorziet in een planologische uitbreiding van meer dan 500 m² bvo wordt dit aangemerkt als stedelijke ontwikkeling (ECLI:NL:RVS:2017:1724).

- De beoogde toevoeging van een ruimte voor een commerciële functie bestaat uit circa 80 m² bvo. Deze kleinschalige ontwikkeling wordt niet als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' aangemerkt.
- Met de ontwikkeling worden slechts twee appartementen toegevoegd. Op basis van jurisprudentie wordt dit niet aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.
- De uitbreiding van Aldi bestaat per saldo uit 655 m² bvo (1.450 m² bvo minus 795 m² bvo) en kan daarmee worden aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling van de supermarkt in ieder geval moet worden getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. De andere functies zijn niet Ladderplichtig. In het kader van een goede ruimtelijke ordening worden ook de toevoeging van 80 m² aan commerciële ruimte en de twee woningen wel op hoofdlijnen getoetst aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.

Hiermee is de vraag voor dit onderzoek: is er behoefte aan de beoogde, nieuwe stedelijke ontwikkeling?

LEESWIJZER

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden komen in dit onderzoek de volgende onderwerpen aan bod:

- een analyse van de kwalitatieve behoefte aan uitbreiding van Aldi in het verzorgingsgebied (hoofdstuk 2);
- een analyse van de kwantitatieve behoefte aan uitbreiding van Aldi in de vorm van een distributieplanologisch onderzoek (hoofdstuk 3);
- een beknopte analyse van de behoefte aan de commerciële ruimte en de twee woningen (hoofdstuk 4);
- locatieafweging en toetsing aan het relevante detailhandelsbeleid (hoofdstuk 5).

Navolgend zijn hiervan de belangrijkste conclusies opgenomen.

CONCLUSIES

De kwantitatieve behoefte is aangetoond

Duidelijk is dat de huidige winkel van Aldi te klein is met een omvang van 588 m² wvo. De uitgevoerde distributieplanologische analyse laat zien dat de marktruimte beperkt is, maar dat er geen negatieve effecten in de vorm van relevante leegstand zijn te verwachten. Hiermee bedoelen we leegstand die ook een (direct) negatief effect heeft op het functioneren van omliggende winkels. Temeer het om een uitbreiding van een bestaande winkel gaat, waarmee zowel ondernemers als consumenten in het marktgebied al bekend zijn.

Ook de ontwikkeling van een extra commerciële ruimte van 80 m² levert, vanwege de beperkte omvang en het huidige aanbod in Schijndel geen negatieve ruimtelijke effecten op. Met de toevoeging van woningen wordt, zij het in beperkte mate, voorzien in de behoefte aan uitbreiding van het woningaanbod binnen de gemeente Meierijstad.

De ontwikkeling heeft kwalitatieve meerwaarde

Beoogde ontwikkeling betekent een kwaliteitsimpuls voor het centrum. Een wat rommelige entree van de Hoofdstraat krijgt een duurzame, toekomstbestendige invulling. Met de kwalitatieve verbetering van de winkel, toevoeging van woningen op verdieping én het parkeren aan het Catharinaplein wordt de aantrekkingskracht van het centrumgebied sterk verbeterd.

Actuele problemen ten aanzien van parkeren en gevaarlijke situaties bij de bevoorrading worden opgelost. Bevoorrading wordt inpansig opgelost wat een flinke verbetering voor het woon- en leefklimaat betekent. Bovendien wordt het achterliggende parkeerterrein op nieuw ingericht.

Supermarkten zijn van wezenlijk belang voor het basisvoorzieningsniveau van kernen. Voor de kwaliteit en compleetheid van het supermarktaanbod is een moderne supermarkt in zijn algemeenheid en een harddiscounter in het bijzonder van



toegevoegde waarde. Door de beoogde ontwikkeling worden tekortkomingen van de huidige winkel voor de supermarktorganisatie én voor het winkelend publiek opgelost, wanneer een moderne harddiscounter gerealiseerd kan worden met voldoende parkeren e.d..

De beoogde ontwikkeling past niet binnen de bestaande leegstand en geeft uitvoering aan het gemeentelijk beleid

De beoogde locatie ligt binnen stedelijk gebied, in het centrumgebied van Schijndel. Het beleid is gericht op versterking van de detailhandelsstructuur door concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden. Met uitbreiding op de huidige locatie sluit de beoogde ontwikkeling van Aldi hier op aan.

De beoogde locatie ligt in het centrumgebied van Schijndel, en gaat uit van herontwikkeling van bestaande panden. De ontwikkeling zorgt daarmee voor een verdere concentratie en versterking van de winkelstructuur. De ontwikkeling gaat daarmee uit van zorgvuldig ruimtegebruik.

Daarnaast sluit de ontwikkeling aan bij het gemeentelijke woonbeleid. Met de ontwikkeling kan een beperkte bijdrage worden geleverd aan de woningbehoefte. Met het toevoegen van woningen in het middeldure segment wordt een bijdrage geleverd aan het beperkte aanbod aan appartementen in Schijndel, en de doorstroming in de kern.

De conclusie is derhalve dat er behoefte is aan de beoogde ontwikkeling en dat met de herontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.

INHOUD

Samenvatting	3
2. Kwantitatieve behoefte - distributieplanologische marktanalyse	7
2.1 Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Schijndel	7
2.2 Benchmarkanalyse winkelaanbod	8
2.3 Uitgangspunten distributieplanologische analyse	9
2.4 Distributieplanologische analyse	10
3. analyse kwalitatieve Behoeft	12
3.1 Meerwaarde van de beoogde ontwikkeling	12
3.2 Meerwaarde formule voor het winkelaanbod	12
4. Behoeft commerciële ruimte en woningen	16
4.1 Commerciële ruimte	16
4.2 Woningen	16
5. Locatieafweging	20
5.1 Leegstandsanalyse	20
5.2 Past beoogde ontwikkeling binnen de beleidskaders?	20
5.2.1 Provinciaal beleid	20
5.2.2 Regionaal beleid	22
5.2.3 Gemeentelijk beleid	23
5.3 Locatieafweging in relatie tot beleidskader	26
Bijlage 1 Begrippenlijst	27
Bijlage 2 Berekening gemiddelde omzet per m² wvo van het aanwezig en beoogd winkelaanbod in Schijndel	29

2. KWANTITATIEVE BEHOEFTE - DISTRIBUTIEPLANOLOGISCHE MARKTANALYSE

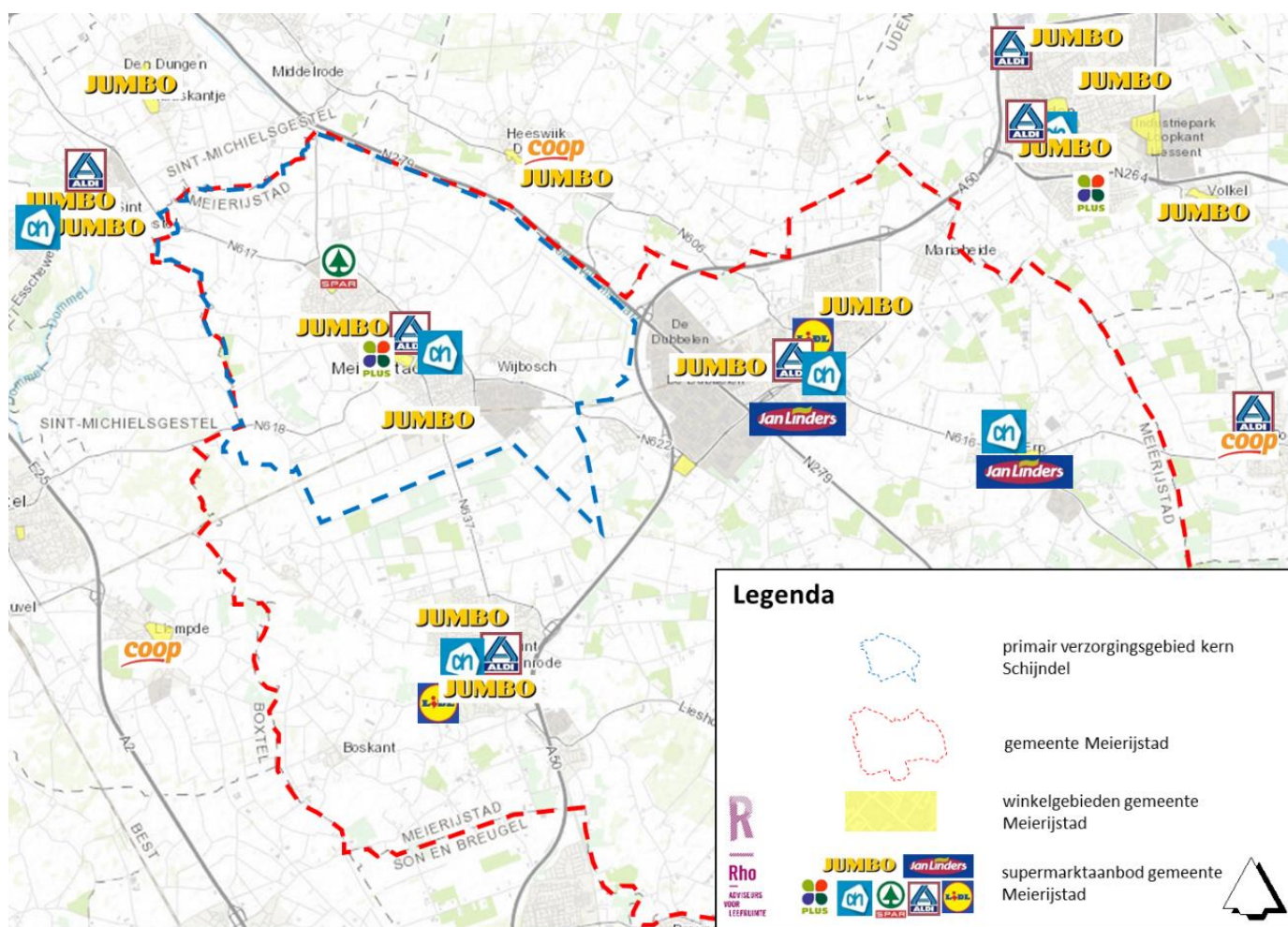
2.1 Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Schijndel

De detailhandelsstructuur van de gemeente Meierijstad heeft een hiërarchische opbouw. Veghel is de grootste kern en daarna volgen Schijndel en Sint-Oedenrode. Dit geldt zowel qua inwonertal als de omvang van het dagelijkse winkelaanbod (tabel 2.1). Schijndel heeft een dagelijks goederenaanbod van 9.274 m² wvo.

Tabel 2.1 Omvang dagelijkse goederensector gemeente Meierijstad (bron: Locatus, 2021)

Woonplaats	omvang (m ² wvo)
Erp	2.033
Schijndel	9.274
Sint-Oedenrode	7.179
Veghel	12.992
gemeente Meierijstad	31.478

In figuur 2.1 is het regionale aanbod aan supermarkten weergegeven. De drie grootste kernen in de gemeente hebben elk een ruim supermarktaanbod. De kernen hebben voornamelijk een primaire functie voor de eigen inwoners. De omliggende kernen zoals Heeswijk Dinther, Den Dungen en Sint-Michielsgestel hebben een kleiner supermarktaanbod. Gelet op de inventarisatie van het aanbod is het primaire verzorgingsgebied van Aldi de kern Schijndel.



Figuur 2.1 Supermarktaanbod regio Schijndel e.o. (bron: Locatus; bewerking Rho)

2.2 Benchmarkanalyse winkelaanbod

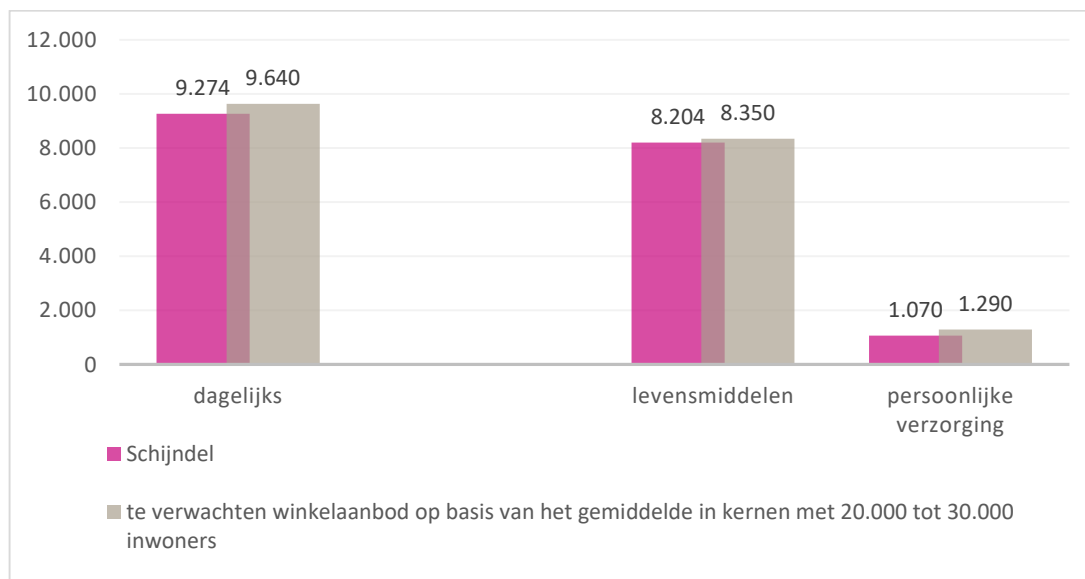
De kern Schijndel heeft momenteel een winkelvloeroppervlak van 9.274 m² aan dagelijkse goederen verdeeld over 34 verkooppunten. Het dagelijkse winkelaanbod bestaat uit levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisten). De opbouw van het dagelijkse winkelaanbod is weergegeven in tabel 2.2. Omdat Aldi inmiddels aan de Hoofdstraat is gesloten, betreft de omvang van Aldi die van de tijdelijke winkel aan de Rooiseweg. Deze winkel heeft een omvang van 900 m² wvo. In het kader van vergelijkbaarheid en overzichtelijkheid wordt dit als uitgangspunt genomen in de analyses.

Tabel 2.2 Omvang dagelijks winkelaanbod Schijndel (bron: Locatus, 2021)

	Aantal winkels	Omvang (m ² wvo)
ALBERT HEIJN	1	1.239
ALDI (tijdelijke winkel)	1	900
JUMBO	2	2.932
PLUS	1	1.403
SPAR	1	432
supermarkten	6	6906
speciaalzaken	23	1.298
levensmiddelen	29	8.204
persoonlijke verzorging	5	1.070
Totaal dagelijkse goederen	34	9.274

Gemiddeld wordt een supermarkt 2 à 3 keer per week bezocht door een consument (Deloitte Consumentenonderzoek, 2019). Circa 76% van het winkelvloeroppervlak aan dagelijkse goederen in Schijndel wordt ingevuld door supermarkten.

Als het dagelijkse winkelaanbod in Schijndel wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 20.000 tot 30.000 inwoners wordt geconcludeerd dat het aanbod in Schijndel benedengemiddeld is (figuur 2.2). Het dagelijks winkelaanbod in Schijndel is kleiner dan verwacht zou worden op basis van het landelijke gemiddelde in vergelijkbare kernen (qua inwonertal). Dit geldt zowel voor de levensmiddelen als persoonlijke verzorging. Deze benchmark geeft een indicatie van de marktsituatie in Schijndel.



Figuur 2.2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Schijndel met het landelijke gemiddelde binnen de inwonersklasse 20.000 tot 30.000 inwoners (bron: Locatus, 2021)

De inwoners van Schijndel hebben zes supermarkten tot hun beschikking (figuur 2.3). In het centrumgebied zijn de supermarkten Jumbo, Aldi en Plus gevestigd. Albert Heijn is in het winkelgebied aan de Molenstraat gevestigd. Jumbo heeft ook nog een vestiging op het industrieterrein Rooseheide. Tenslotte is in het noorden van Schijndel een Spar gevestigd. In de figuur is de situatie van Aldi weergegeven zoals deze was voordat de tijdelijke winkel is geopend.



Figuur 2.3 Supermarktaanbod Schijndel (bron: Locatus, 2020; bewerking Rho)

2.3 Uitgangspunten distributieplanologische analyse

Om nieuwe supermarktontwikkelingen te kunnen beoordelen is een actueel distributieplanologisch marktonderzoek (dpo) benodigd. Hieronder zijn de uitgangspunten van het dpo nader toegelicht.

AANTAL INWONERS

De kern Schijndel (inclusief buitengebied en Wijbosch) heeft momenteel 23.760 inwoners (CBS, 2021; gegevens over 2021). Zowel de Primos prognose 2019 als de provinciale bevolkingsprognose van Noord-Brabant gaat uit van een bevolkingsstijging van 4,5% tot 2030. Voor Schijndel betekent dit een toename tot 24.821 inwoners in 2030. Uit de woningvisie van de gemeente Meierijstad blijkt dan ook dat de woningbouwopgave de komende jaren nog groot is. Projecten die vastgesteld zijn bijvoorbeeld woningbouw aan de Hoofdstraat op de voormalige autogarage Fassbender (16 woningen) en woningbouw aan de Pastoor van Erpstraat (41 woningen). In de visie Bouwstenen voor Schijndel worden verschillende inbreidingslocaties aangewezen waar mogelijkheden voor het toevoegen van woningen, zoals op de Bolsius-locatie, de Hopstraat en tussen Kloosterpark en Schootsestraat.

GEMIDDELDE BESTEDING DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2020 € 2.587,- per persoon (Notitie Omzet-kengetallen 2021, gegevens over 2020). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in Schijndel ligt circa 6% lager

dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2021; gegevens over 2019). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen ligt daarmee circa 2.4% lager dan het Nederlands gemiddelde en bedraagt € 2.526,-.

KOOPSTROMEN

Binnen het verzorgingsgebied zijn geen koopstromenonderzoeken uitgevoerd. Daarom is op basis van eigen expertise en de detailhandelsvisie Meierijstad de koopstromen voor de dagelijkse goederensector ingeschat. Gelet op het ruime aanbod aan dagelijkse goederen in Schijndel zullen veel inwoners boodschappen in de eigen kern doen. Het is niet nodig om uit te wijken naar andere kernen voor een aanvullend aanbod. De koopkrachtbinding wordt daarom hoog ingeschat op 95%.

Ook de omliggende kernen hebben een redelijk compleet aanbod. De verwachting is daarom dat de koopkrachttoevloeiing slechts beperkt is. In aansluiting op de detailhandelsvisie is de koopkrachttoevloeiing ingeschat op 5%. Met een verbetering van het supermarktaanbod neemt de aantrekkingskracht op kernen als Gemonde en Eerde toe. In de berekening wordt een bandbreedte opgenomen van 5% tot 7% voor de komende planperiode.

GEMIDDELDE INKELOMZET PER M² DAGELIJSKE GOEDEREN

De sector dagelijkse goederen bestaat uit supermarkten, speciaalzaken food en drogisterijen/parfumerieën.

De gemiddelde winkelmzet per m² wvo in de sector dagelijkse goederen in Nederland bedraagt € 7.577,- (exclusief btw, Notitie Omzetkengetallen 2021, gegevens over 2015-2019). De omzet per m² wvo in een winkelgebied is echter afhankelijk van de samenstelling van het winkelaanbod. Hoe groter de supermarkt ten opzichte van het aanbod aan speciaalzaken food en drogisterijen, hoe hoger de gemiddelde omzet per m² wvo.

Schijndel heeft momenteel een relatief gemiddeld aanbod aan supermarkten/speciaalzaken/drogisterijen. De gewogen gemiddelde winkelmzet per m² wvo voor het in Schijndel aanwezige winkelaanbod bedraagt daarom momenteel € 7.575,- (zie bijlage 2). Naar de toekomst neemt het aandeel supermarkt verder toe. Daarbij is worst-case voor de commerciële ruimte de vloerproductiviteit van een supermarkt toegekend, omdat deze categorie de hoogste vloerproductiviteit heeft. De gewogen gemiddelde winkelmzet per m² wvo in Schijndel neemt in die situatie toe naar € 7.589,-.

OMVANG WINKELAANBOD

Momenteel heeft de dagelijkse goederensector in Schijndel een omvang van 9.274 m² wvo (Locatus, 2021). Voor de komende planperiode wordt rekening gehouden met de uitbreiding van Aldi met 182 m² wvo. Dit is uitbreiding van de huidige tijdelijke winkel van 900 m² wvo naar de toekomstige situatie van 1.082 m² wvo. Voor dit onderzoek is er van uitgegaan dat de commerciële ruimte ook een invulling krijgt met dagelijks winkelaanbod (versspeciaalzaak of winkel in persoonlijke verzorging).

2.4 Distributieplanologische analyse

Op basis van de beschreven uitgangspunten is de navolgende distributieplanologische analyse uitgevoerd.

Tabel 2.3 Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector

	2021	2030	bron
inwonertal marktgebied	23.705	25.160	CBS, 2021; Primos prognose 2020
gemiddelde winkelmzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.526	€ 2.526	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
bestedingspotentieel	€ 59.870.000	€ 63.550.000	
koopkrachtbinding (%)	95%	95% - 96%	inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€ 56.880.000	€ 60.370.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	5%	5% - 7%	inschatting Rho

koopkrachttoevloeïing €	€ 2.990.000	€ 3.180.000 - € 4.540.000	
totale omzet in marktgebied	€ 59.870.000	€ 63.550.000 – € 64.910.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo (excl. BTW)	€ 7.575	€ 7.589	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m² wvo)	7.900	8.370 – 8.550	
omvang winkelaanbod (m² wvo)	9.274	9.274	Locatus, 2021
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 6.460	€ 6.850 - € 7.000	
omzetclaim marktgebied	€ 70.250.000	€ 70.380.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	-15%	-10% tot -8%	
Ontwikkeling Hoofdstraat (Aldi + commerciële ruimte)	-	262	
toekomstige omzet ten opzichte van huidige functio- neren		-12% tot -10%	

Uit de marktruimteberekening volgt dat in de huidige situatie de dagelijkse goederensector in het verzorgingsgebied benedengemiddeld presteert. Dit betekent dat de ondernemers in Schijndel functioneren met een lagere omzet per vierkante meter dan landelijk gemiddeld. De komende planperiode zal de ruimte voor ontwikkeling toenemen als gevolg van een bevolkingsgroei. Doordat ook te verwachten is dat koopkrachtbinding en – toevloeïing stijgen is een hogere omzet per m² wvo te verwachten. Ook na uitbreiding van Aldi en de commerciële ruimte is een hoger gemiddelde functioneren te verwachten als in de huidige situatie.

Aldi is momenteel (veel) te klein om op termijn goed te kunnen blijven functioneren. Uitbreiding van de winkel is nodig voor een toekomstbestendige bedrijfsvoering. Uit de marktruimteberekening blijkt dat het draagvlak voor drie moderne supermarkten beperkt is. De groei van de gemiddelde omzet als gevolg van verwachte bevolkingsgroei wordt deels teniet gedaan door uitbreiding van het aantal vierkante meters. Dit is niet ongebruikelijk; De ervaring leert dat bij uitbreiding van een supermarkt, de groei van de omzet niet gelijk loopt met de toename van het aantal meters. De uitbreiding is ook gericht op het bieden van meer kwaliteit en service voor de consument. Dit betekent soms dat een ondernemer met een lagere omzet per vierkante meter genoeg moet nemen; in dit geval naar verwachting ook Aldi.

Geconcludeerd wordt dat bij deze marktomstandigheden wel degelijk effecten optreden op het ondernemersklimaat als gevolg van de uitbreiding van Aldi, maar dat deze niet onaanvaardbaar zijn. Per saldo is een hogere toekomstige omzet per vierkante meter te verwachten als gevolg van de groei van de bevolking; ook bij uitbreiding van Aldi.

3. ANALYSE KWALITATIEVE BEHOEFTE

Een stedelijke ontwikkeling kan conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking zowel op kwantitatieve argumenten, als op kwalitatieve argumenten onderbouwd worden. Hierbij is het van belang, zo blijkt uit jurisprudentie (Overzichtsuitspraak ABRvS 28 juni 2017, ECLI:NL:RVS:2017:1724, r.o. 9) dat, de kwalitatieve onderbouwing moet gaan om kwalitatieve elementen van de voorziene stedelijke ontwikkeling zelf, die zich onderscheiden ten opzichte van de huidige situatie.¹ De ontwikkeling moet dus echt iets nieuws toevoegen.

De vraag is daarom: wat voegt de beoogde ontwikkeling toe?

3.1 Meerwaarde van de beoogde ontwikkeling

Het huidige winkelpand heeft knelpunten ten aanzien van parkeren en ruimtelijke kwaliteit. Bovendien voldoet het huidige winkelpand niet meer aan de eisen die de formule aan haar panden stelt.

Om deze uitbreiding mogelijk te maken worden de naastgelegen woning en opstallen aan de Hoofdstraat 152 gesloopt. Ter plaatse van die woning zal, in de lijn van de bestaande bebouwing aan de Hoofdstraat, een nieuw gebouw worden gerealiseerd. Dit gebouw biedt ruimte voor de uitbreiding van de winkel, commerciële ruimten, 2 appartementen en de 2e entree van de Aldi.

Daarnaast zullen inpandig op de begane grond verbouwingen plaatsvinden ten behoeve van het magazijn, het inpandige laden en lossen en inpandige parkeerplaatsen. Ook zal het achter gelegen Catharinaplein worden heringericht. Daardoor is het mogelijk om meer parkeerplaatsen te realiseren en wordt de ruimtelijke kwaliteit verbeterd.

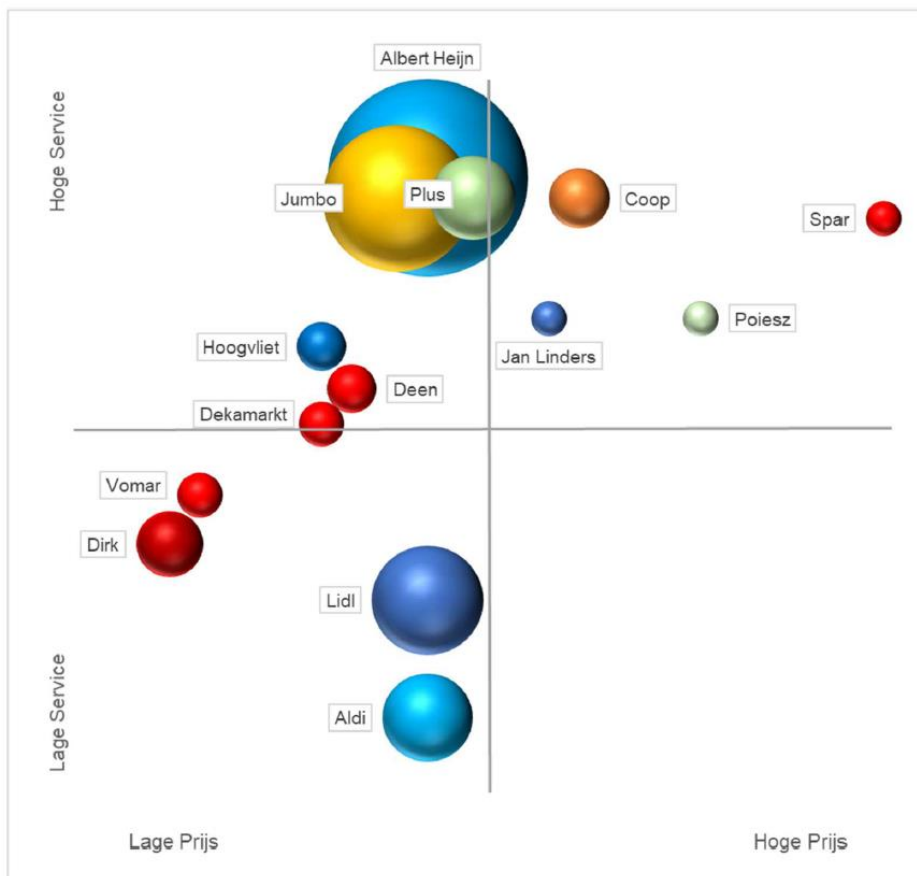
Het planvoornemen voorziet in een ruimtelijke kwaliteitsimpuls door de clustering van bebouwing en functies, de realisatie van moderne, duurzame bebouwing en de herinrichting van het parkeerterrein aan het Catharinaplein. De bezoeker kan niet alleen gemakkelijk de ALDI-supermarkt bezoeken, maar tevens wordt de gelegenheid geboden om op een veilige wijze vanaf het Catharinaplein rechtstreeks het dorpscentrum te bereiken.

3.2 Meerwaarde formule voor het winkelaanbod

Binnen de dagelijkse goederensector zijn supermarkten de belangrijkste consumententrekkers. Supermarkten kunnen op basis van functie en kenmerken worden ingedeeld in 5 categorieën:

- Megasupermarkten: grootschalige supermarkten, zeer uitgebreid productaanbod vooral voor de weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH XL en Jumbo Foodmarkt.
- Full-servicesupermarkten: supermarkten met ruim productaanbod, meer versproducten t.o.v. andere supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen. Voorbeelden zijn Albert Heijn, Jumbo en Plus.
- Goedkope servicesupermarkten (ook wel servicediscounters): supermarkten voor de dagelijkse en weekendaankopen, met als kenmerk lage prijzen en beperkte service en een kleiner assortiment dan de full-servicesupermarkten. Voorbeelden zijn Dirk, Lidl en Nettorama.
- Harddiscountsupermarkten: supermarkten met een beperkt assortiment, een zeer lage prijs, gericht op de aanvullende aankopen (bezoekfrequentie: 1x per één of twee weken). De enige harddiscountsupermarkt in Nederland is Aldi.
- Buurtsupermarkten: kleinschalige supermarkten met een beperkt assortiment, gericht op service en nabijheid. Deze hebben vooral een functie als supermarkt voor vergeten boodschappen en versaankopen. Voorbeelden zijn Spar en Coop Compact.

¹ Overzichtsuitspraak ABRvS 28 juni 2017, ECLI:NL:RVS:2017:1724, r.o. 9.



Figuur 3.1 Positionering supermarkten (bron: Marshoek, 2019)

Op basis van de inventarisatie van het supermarktaanbod (figuur 2.3) wordt geconcludeerd dat het aanbod in Schijndel voornamelijk bestaat uit full-servicesupermarkten (Albert Heijn, Jumbo en Plus). Daarnaast is er een harddiscounter (Aldi) en een buurtsupermarkt (Spar) gevestigd. Het supermarktaanbod is in kwalitatieve zin compleet te noemen. Wel is het van belang Aldi als complementair supermarktsegment te behouden voor de kwaliteit en compleetheid van het supermarktaanbod (in het centrumgebied).

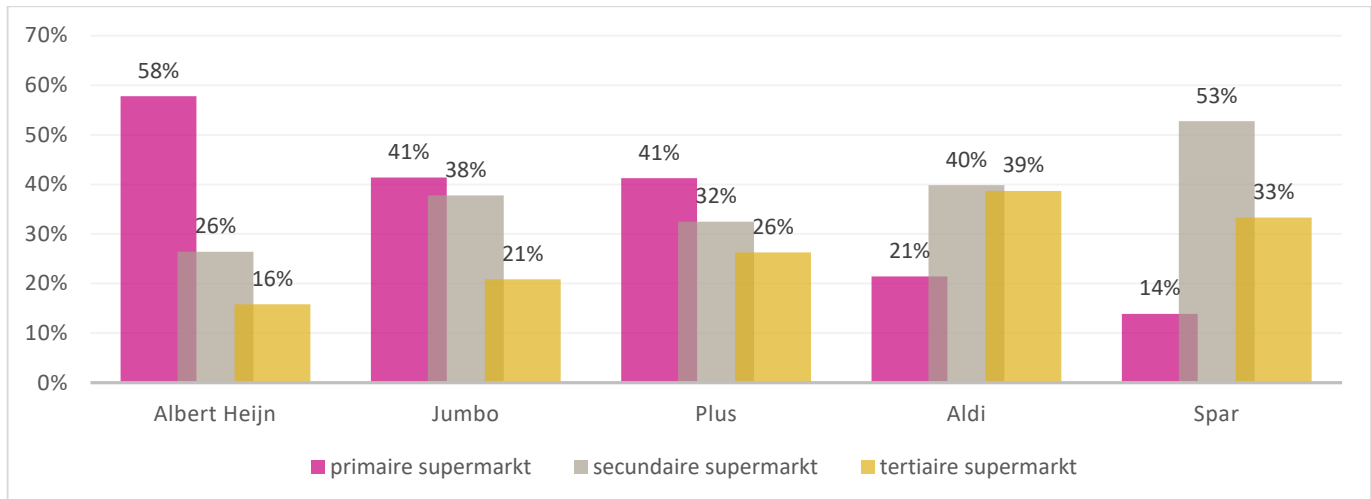
SEGMENT EN ASSORTIMENT

Consumenten bezoeken een harddiscounter vooral voor de aanschaf van specifieke producten (vaak in bulk) op basis van het motief prijs. Het credo van Aldi is dan ook: 'Hoge kwaliteit-lage prijs'. Om een hoge kwaliteit voor een lage prijs aan te kunnen bieden is een hoge omloopsnelheid van producten, lage kosten voor distributie en lage personeelskosten (en service) in de winkel belangrijk. Discounters zoals Aldi realiseren dit door het voeren van een relatief klein assortiment. Aldi heeft circa 1.200 tot 1.300 artikelen, terwijl een gewone full-servicesupermarkt 15.000 tot 30.000 artikelen heeft. Bovendien is de bedrijfsvoering geoptimaliseerd zodat alle handelingen, van distributie tot verkoop, zo efficiënt mogelijk verlopen.

Een belangrijke verklaring voor dit verschil in het aantal artikelen is, dat in de reguliere full-servicesupermarkt veel keuze is per artikel en in de discounters en buurtsupermarkt niet. Zo zijn er bijvoorbeeld van hagelslag grote en kleine verpakkingen, meerdere merken, van goedkoop/huismerk tot A-merk. Bij Aldi is slechts één verpakking hagelslag te koop, van een eigen merk. Op deze wijze kan Aldi (met één artikel per product) toch veel verschillende producten aanbieden. In vaktermen gezegd is het assortiment relatief breed (verschillende producten) maar niet diep (weinig keuze binnen een artikelgroep). In reguliere supermarkten is het assortiment breder (meer verschillende artikelen: bijvoorbeeld smaken jam) maar vooral ook veel dieper (meer verschillende merken jam per smaak). Vanwege het beperktere assortiment zijn discountersupermarkten qua omvang kleiner dan full-servicesupermarkten; waar een nieuwe full-servicesupermarkt in de optimale situatie minimaal 1.500 m² wvo moet zijn, heeft een discountersupermarkt een omvang van circa 1.200 m² wvo.

BEZOEKMOTIEF

Bij harddiscounters doen consumenten vooral aanvullende aankopen. Aldi wordt met name bezocht als aanvulling naast reguliere full-servicesupermarkten en speciaalzaken. De aanvullende functie van Aldi wordt onder andere aangetoond en onderbouwd in het jaarlijkse consumentenonderzoek van Deloitte (2020). In dit onderzoek wordt een overzicht gegeven van het koopgedrag door de consument bij de belangrijkste supermarktformules (figuur 3.2).



Figuur 3.2 Bezoekmotieven supermarkten (bron: Deloitte, 2021)

Primaire klanten zijn klanten die het grootste deel van hun aankopen bij de betreffende supermarkt kopen. Uit het onderzoek blijkt dat Aldi een laag aandeel primaire klanten heeft (21%). Buurtsupermarkt Spar heeft een nog lager aandeel primaire klanten. Waar Spar vooral wordt bezocht voor de 'vergeten' boodschappen, wordt Aldi aanvullend bezocht vanwege het discount assortiment. 79% van de Aldi-klanten geeft aan Aldi te zien als hun aanvullende = secundaire/tertiaire supermarkt. Dit betekent dat consumenten een relatief klein deel van hun bestedingen bij Aldi doen. Aldi wordt gemiddeld eens per 2 weken bezocht door de consument voor de specifieke harddiscountaankopen, terwijl de consument een full-service-supermarkt gemiddeld bijna 2 keer per week bezoekt.

OMVANG VERZORGINGSGEBIED EN AUTOGEBRUIK

Door de aanvullende functie en het daarmee samenhangende lage aandeel in de wekelijkse bestedingen heeft Aldi een relatief groot verzorgingsgebied nodig om voldoende omzet te genereren: 15.000 tot 25.000 consumenten. Het verzorgingsgebied voor een 'normale' full-servicesupermarkt is circa 5.000 consumenten. Dit grote verzorgingsgebied én het vaak in bulk kopen van een beperkt aantal producten zorgt ervoor dat de afstand die men af legt naar een Aldi relatief groot is en het autogebruik onder Aldi-klanten relatief hoog is. Uit onderzoek van Rho adviseurs (2017) onder 20.000 Aldi-klanten en langjarig onderzoek van Deloitte blijkt dat:

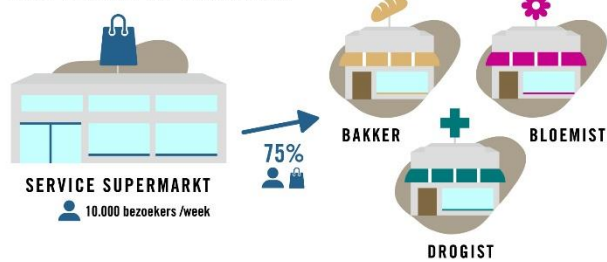
- de gemiddelde afstand die de consument aflegt naar de winkel bij Aldi bijna 5 kilometer is en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt 2 kilometer;
- het gemiddelde autogebruik bij Aldi tussen de 75% en 80% ligt en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt tussen de 40% en 60%.

COMBINATIEBEZOEK

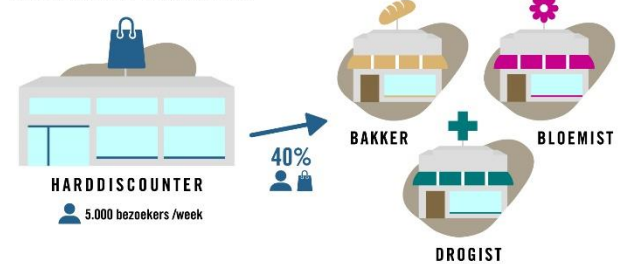
Een ander opvallend kenmerk van Aldi is de mate van combinatiebezoek met speciaalzaken. Consumenten bezoeken een discounter relatief doelgericht. Hierdoor combineren bezoekers van discountsupermarkten dit bezoek minder vaak met een bezoek aan speciaalzaken (bij vergelijkbare omstandigheden) dan bezoekers van full-service supermarkten (figuur 2.5):

- gemiddeld combineert 45 tot 75% van de bezoekers van een reguliere supermarkt dit bezoek met een bezoek aan de nabijgelegen speciaalzaken (afhankelijk van de ligging ten opzichte van elkaar);
- bij een discounter combineert slechts gemiddeld 20% tot 40% van de bezoekers dit bezoek met een bezoek aan de nabijgelegen speciaalzaken (afhankelijk van de ligging ten opzichte van elkaar).

FULL-SERVICE SUPERMARKTEN



DISCOUNTSUPERMARKTEN



Figuur 3.3 Mate van combinatiebezoek bij service-supermarkten versus discountsupermarkten (bron: DTNP, 2016; bewerking Rho Adviseurs, 2021)

In tabel 3.1 is een samenvattend overzicht gepresenteerd van de kenmerken van de Aldi-formule en het consumentengedrag bij Aldi ten opzichte van reguliere vooral full-service supermarkten.

Tabel 3.1 Overzicht kenmerken Aldi ten opzichte van reguliere (full-)service supermarkten

Kenmerk	Aldi	(Full-)servicesupermarkt
Omvang assortiment	Circa 1.300 artikelen	10.000 tot 25.000 artikelen
Overwegend bezoekmotief	Secundair/tertiair	Primair
Gemiddeld autogebruik consument	75%-80%	40%-60%
Gemiddelde afstand tot supermarkt	4,5 – 5 kilometer	Circa 2 kilometer
Gemiddelde omvang verzorgingsgebied	15.000 – 25.000 inwoners	4.000 – 6.000 inwoners
Gemiddelde omvang winkel	Circa 1.200 m ² wvo	1.500 – 2.500 m ² wvo

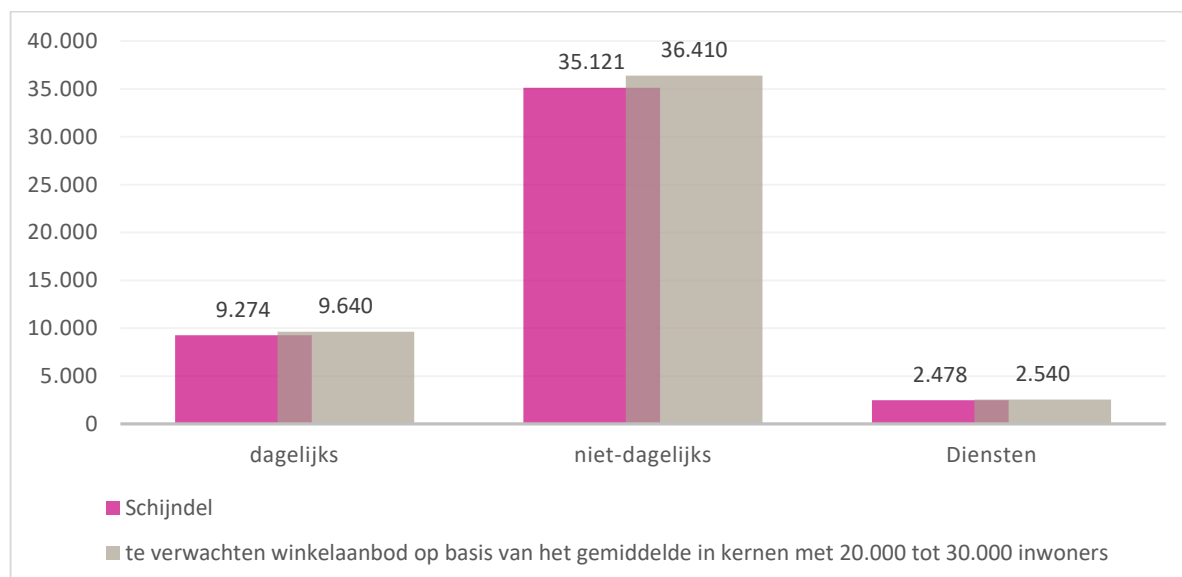
4. BEHOEFTE COMMERCIËLE RUIMTE EN WONINGEN

Onderdeel van de totale ontwikkeling is een commerciële ruimte van 80 m² bvo en twee appartementen. De invulling van de commerciële ruimte is nog niet bekend. Dit kan bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel, niet-dagelijkse detailhandel of een andere dienstverlenende functie zijn.

4.1 Commerciële ruimte

In het plan is ruimte opgenomen voor 80 m² bvo aan commerciële ruimte. De invulling hiervan is nog niet bekend. In het kader van een goede ruimtelijke ordening is het aanbod van dagelijkse-, niet-dagelijkse detailhandel en dienstverlening in beeld gebracht.

Het aanbod in Schijndel is vergeleken met het gemiddelde aanbod in kernen met een vergelijkbare omvang (100.000 tot 175.000 inwoners). In figuur 4.1 is deze vergelijking weergegeven. Te zien is dat het aanbod voor alle groepen kleiner is dan verwacht zou worden op basis van het gemiddelde. Deze vergelijking geeft een indicatie van de marktsituatie, en ontwikkelingsmogelijkheden. Voor niet-dagelijkse detailhandel is De Wit Schijndel niet meegenomen. Door deze grote omvang geeft dit een vertekend beeld van het aanbod in Schijndel.



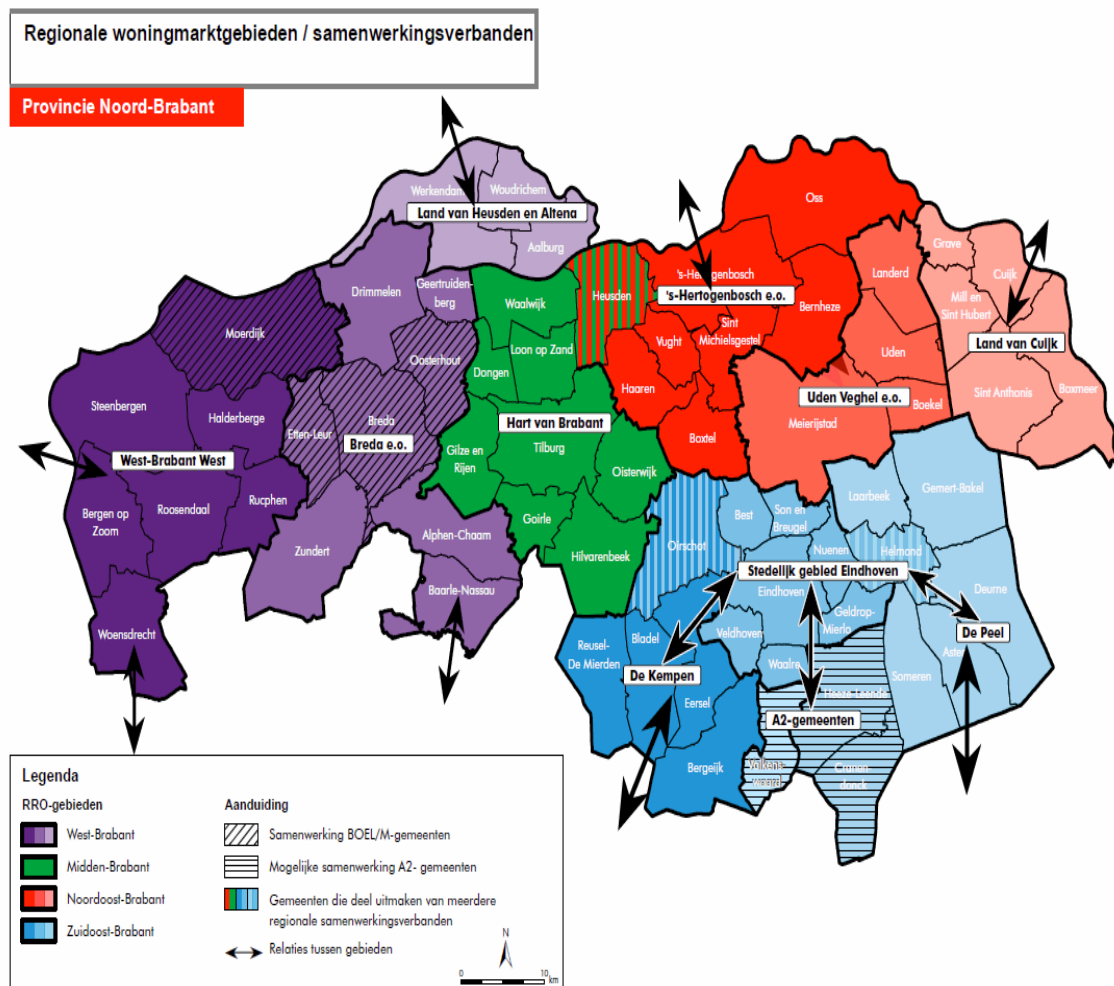
Figuur 4.1 Vergelijking dagelijks- en niet-dagelijks winkelaanbod en dienstenaanbod Schijndel met het landelijke gemiddelde binnen de inwonersklasse 20.000 tot 30.000 inwoners (bron: Locatus, 2021)

Op basis hiervan wordt geconcludeerd dat het toevoegen van 80 m² bvo aan commerciële functies niet zal leiden tot onaanvaardbare leegstand of ontwrichtende effecten binnen het totale aanbod in de gemeente. Het effect is gelet op de toevoeging altijd zeer beperkt en het toevoegen van commerciële voorzieningen biedt extra keuzemogelijkheden voor consumenten.

4.2 Woningen

Beschrijving behoefte

De relevante regio voor wonen is Uden-Veghel en omstreken binnen de regio Noordoost-Brabant.



Figuur 4.1.: Woonregio's (Bron: Brabantse Agenda Wonen, september 2017)

Kwantitatieve behoeften

De woningbehoefte in de gemeente Meierijstad blijkt uit diverse onderzoeken.

Bevolkings- en woningbehoefteprognose Noord-Brabant, Actualisering 2020

Doordat het aantal huishoudens de komende jaren nog sterk toeneemt, zijn er ook meer huizen nodig. Naar verwachting is in 2050 zo'n 43% van alle huishoudens een éénpersoonshuishouden. Vooral het aantal oudere alleenstaanden van 75 jaar en ouder neemt sterk toe. Vergeleken met de vorige prognose uit 2017 ligt de groei van de Brabantse bevolking duidelijk hoger. De indicatie voor de gemeente Meierijstad is ruim 3.600 woningen in de periode 2020-2030. Onderstaande tabel is richtinggevend voor het maken van nieuwe regionale afspraken. Versnelling van de woningbouw en (vervolgens) vasthouden van het bouwtempo is een belangrijke doelstelling van de Brabantse Agenda Wonen.

	feitelijke woningvoorraad*	prognose van de woningvoorraad				toename bevolking 2020-2030
	2020	2025	2030	2035	2040	
Meierijstad	34.545	36.465	38.170	39.410	40.295	3.625

Figuur 4.2 Indicatie toename woningvoorraad per gemeente, 2020-2040

Wonen in Regionaal Perspectief Noordoost Brabant West (november 2018)

In 2018 zijn procesmatige afspraken gemaakt over de sociale en middeldure huur, binnenstedelijke transformatieopgaven en energietransitie. In het perspectief is een 'doe-agenda-2019' opgenomen. Aan elk thema is een bestuurlijke trekker verbonden. Afsproken is dat nieuwe woningbouwplannen – en zowel inbreidings- als uitbreidingsplannen – die de hoge variant van de provinciale prognoses overstijgen, bestuurlijk worden afgestemd. Nieuwe uitbreidingsplannen worden altijd bestuurlijk afgestemd.

Woonvisie Meierijstad, juli 2018

In de woonvisie wordt ingezet op de provinciale prognose van 3.940 woningen voor heel Meierijstad in de periode 2018-2028. Deze is verdeeld over de verschillende kernen.

KERNEN VAN MEIERIJSTAD	AANTAL WONINGEN	WONINGBEHOEFTE
Boerdonk	290	28
Boskant	579	52
Eerde	552	49
Erp	1980	179
Keldonk	439	40
Mariaheide	530	49
Nijnsel	974	88
Olland	414	37
Schijndel	9633	876
Sint-Oedenrode	5565	505
Veghel	11375	1034
Wijbosch	481	44
Zijtaart	637	59
Totaal Meierijstad	33449	3040
Verstedelijkingsopave Veghel		900
Totale woningbouwprogramma		3940

Figuur 4.3: Woningbehoefte

De kern Schijndel kent een woningbehoefte van 876 woningen in de periode van 2018-2028.

Kwalitatieve behoefte

De kwalitatieve woningbehoefte is beschreven in de gemeentelijke Woonvisie. Meierijstad wil een stad zijn met een aantrekkelijk woonklimaat en een woningaanbod voor iedereen. De gemeente streeft, naast vitale wijken en kernen, naar een gevarieerd woningaanbod in aantrekkelijke, leefbare buurten om ruimte en kansen te bieden aan alle bevolkingsgroepen en leefstijlen.

De demografische ontwikkelingen leiden tot een veranderende woningbehoefte. Omdat de meeste woningen er al staan maakt dat de gemeente kritisch moet kijken naar de soort woningen die aan de woningvoorraad worden toegevoegd. De woningbehoefte van eenpersoonshuishoudens en ouderen is over het algemeen een andere dan die van tweepersoonshuishoudens en gezinnen; meer vraag naar huurwoningen, kleiner en betaalbaar wonen, meer gelijkvloers en meer nabij voorzieningen. Betaalbaarder wonen: soms vanwege de aanwezigheid van één inkomen, soms vanwege de wens kapitaal vrij te maken dat in de stenen zit. Door maatschappelijke tendensen als de toename van de deeleconomie, veranderingen in de vrijetijdsbesteding en ontwikkelingen in het sociale domein is er meer behoefte aan nieuwe woonvormen waarbij de

bewoners wel over een zelfstandige woonruimte beschikken maar tevens gebruik kunnen maken van gemeenschappelijke ruimten en waar zorg geclusterd verleend kan worden. Uit een woonwensenonderzoek in de voormalige gemeente Veghel wordt geconstateerd wordt dat er de komende jaren een groeiende vraag naar huurwoningen en appartementen ontstaat. Op basis van verschillende onderzoeken is de inschatting dat er de komende 10 jaar bijna 1.000 sociale huurwoningen (25% van de geprognosticeerde woningbehoefte) nodig zijn.

Naast huurwoningen zijn ook meer goedkope (<185.000 euro) en middeldure (185.00-275.000 euro, prijspeil 2018) koopwoningen nodig. Voor de komende 10 jaar zou er in Meierijstad een behoefte zijn aan 700 vrije sector huurwoningen (540-670 appartementen en 50-70 grondgebonden woningen). Deze behoefte bestaat uit een huidige frictie tussen vraag en aanbod in met name Schijndel en een trendmatige behoefte in Veghel. Om de doorstroming van scheefwoners te bevorderen en mensen met een laag-middeninkomen (34.678 tot 38.165 euro, prijspeil 2018) meer mogelijkheden te geven, zijn er meer middeldure huurwoningen nodig. Hiermee worden woningen bedoeld met een huurprijs van 700 tot 1.000 euro per maand.

De woningbehoeften zijn aan het veranderen; minder vraag naar dure koop en meer naar kleiner en huur. De bestaande woningbouwplannen sloten daar in 2018 nog onvoldoende op aan.

In de woningbouwprogrammering voor de komende 10 jaar wordt de volgende verdeling aangehouden (prijspeil 2018) voor Meierijstad in zijn totaliteit:

- 25% sociale huur
- 15% huur vanaf € 710,-/maand
- 10% koop < € 185.000 (goedkoop)
- 20% koop € 185.000 tot € 275.000 (middelduur)
- 20% koop > € 275.000 (duur)
- 10% variabel in te zetten

Specifiek voor de kern Schijndel wordt aangegeven dat er een tekort is aan gestapelde huurwoningen (vooral een vraag vanuit starters) en aan goedkope, kleine huur- en koopwoningen. De komende tijd ontstaat er een theoretisch overschot aan dure koopwoningen afhankelijk van de mate waarin 65-plussers die aangeven te willen verhuizen van hun dure koopwoning naar een huurwoning dit ook gaan doen.

Er wordt prioriteit gegeven aan inbreidingsplannen boven uitbreidingsplannen.

Het plan aan de Hoofdstraat voorziet in de realisatie van middeldure koopappartementen op een inbreidingslocatie in Schijndel en sluit daarmee aan op de actuele woningbehoefte. De woningbehoefte bestaat niet uitsluitend uit goedkope woningen. In het kader van een goede doorstroming zijn ook middeldure woningen nodig. Momenteel staan er slechts 11 appartementen te koop in Schijndel. Voor de hele kern is er dus een beperkt aanbod aan appartementen. Voorliggende ontwikkeling kan hier een bijdrage aan leveren.

Het (zeer beperkte) programma is daarnaast afgestemd en goedgekeurd door de gemeente en vastgelegd in een anterieure overeenkomst.

Conclusie Ladderonderbouw 2 appartementen

Er zijn nog onvoldoende harde plannen en er is sprake van een grote woningbehoefte.

Met appartementen op een binnenstedelijke herontwikkelingslocatie wordt invulling gegeven aan de kwalitatieve woningbehoefte in de kern Schijndel.

5. LOCATIEAFWEGING

De Beoogde locatie ligt in bestaand stedelijk gebied. Het voldoet hiermee aan de vereisten van de prioriteitsvolgorde van de ladder voor duurzame verstedelijking.

5.1 Leegstandsanalyse

In Schijndel staat momenteel 2.949 m² wvo aan commerciële ruimte leeg, verdeeld over 19 verkooppunten (tabel 5.1). De leegstand in winkelmeters is berekend op 3,6%. Dit is lager dan het gemiddelde in kernen met een vergelijkbare omvang en ook lager dan het gemiddelde in de gemeente Meierijstad en de provincie Noord-Brabant. Momenteel staat 5,8% van de panden in Schijndel leeg. Dit is ook lager dan het gemiddelde in de gemeente, provincie en vergelijkbare kernen. Uit de leegstandsanalyse blijkt dat de leegstand overwegend kleinschalig is. De beoogde ontwikkeling van Aldi heeft mogelijk een positief effect op de leegstandontwikkeling in het centrum van Schijndel. Met de kwalitatieve verbetering van de winkel én het parkeren aan het Catharinaplein wordt de aantrekkingskracht van het centrumgebied verbeterd.

Tabel 5.1 Leegstandsanalyse (bron: Locatus, 2021)

	aantal verkooppunten			omvang (m ² wvo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
provincie Noord-Brabant	31.186	2.421	7,8%	6.391.739	440.568	6,9%
gemeente Meierijstad	983	69	7,0%	216.664	11.904	5,5%
Schijndel	325	19	5,8%	82.702	2.949	3,6%
te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 20.000 tot 30.000 inwoners	280	20	7,1%	66.330	4.190	6,3%

5.2 Past beoogde ontwikkeling binnen de beleidskaders?

Naast de behoefteonderbouwing is de beoogde ontwikkeling getoetst aan het vigerende detailhandelsbeleid.

5.2.1 Provinciaal beleid

OMGEVINGSVISIE NOORD-BRABANT (2018)

In de Omgevingswet wil de Rijksoverheid alle regels voor de fysieke leefomgeving samenvoegen; over ruimte, wonen, infrastructuur, milieu, natuur en water. De nieuwe wet beoogt minder en overzichtelijke regels, een samenhangende benadering van de leefomgeving, ruimte voor lokaal maatwerk en betere en snellere besluitvorming. Daarmee moet het gemakkelijker worden om bijvoorbeeld een bouwproject te starten. De wet wordt naar verwachting in 2021 van kracht en verplicht provincies en gemeenten een visie op de leefomgeving te ontwikkelen.

De provincie Noord-Brabant heeft een dergelijke visie op de leefomgeving inmiddels uitgewerkt. De Brabantse Omgevingsvisie is vooruitlopend op de Omgevingswet in december 2018 vastgesteld. Onder het motto 'eenvoudig beter', doelt de Omgevingswet op meer inzichtelijkheid, en een grotere voorspelbaarheid en gebruiksgemak van het Omgevingsrecht.

De basisopgave van de Brabantse Omgevingsvisie is: "Werken aan veiligheid, gezondheid en omgevingskwaliteit". Voor 2030 is het doel om voor alle aspecten te voldoen aan de wettelijke normen. Brabant heeft dan een aanvaardbare leefomgevingskwaliteit. Voor 2050 is het doel om een goede leefomgevingskwaliteit te hebben door op alle aspecten beter te presteren dan wettelijk als minimumniveau is bepaald.

De vier hoofdopgaven zijn als volgt: Werken aan de Brabantse energietransitie, Werken aan een klimaatproof Brabant, Werken aan de slimme netwerkstad en Werken aan een concurrerende, duurzame economie.

Elk van deze doelen is uitgewerkt in specifieke aandachtspunten. Voor de beoogde ontwikkeling kunnen de volgende aandachtspunten een rol spelen:

- de provincie gaat uit van meervoudig en zorgvuldig ruimtegebruik. Door een integrale benadering wordt de claim op de schaarse ruimte zo beperkt mogelijk gehouden;
- de provincie streeft naar een stedelijk netwerk dat de gezondheid en het leefklimaat van de Brabanders versterkt. Dat betekent dat de provincie aandacht heeft voor de milieukwaliteit en een aantrekkelijke en bereikbare groene omgeving en voorzieningenstructuur. Nabijheid en menging van wonen, werken, voorzieningen, parken en natuur, draagt niet alleen bij aan gezondheid, maar nodigt ook uit tot sociale contacten en draagt daardoor bij aan de sociale cohesie binnen steden en dorpen;
- de provincie zet in op het vergroten van nabijheid, als strategie om groei van de (auto)mobiliteit te beperken. Nabijheid en functiemenging van wonen, werken en voorzieningen dragen bij aan de ontwikkeling van nieuwe (en vernieuwing van) economische activiteiten.

Toetsing planinitiatief

Het planinitiatief sluit aan bij de beleidsdoelen uit de Brabantse Omgevingsvisie. Aldi is momenteel gevestigd in het centrumgebied van Schijndel. De uitbreiding vindt ook op deze locatie plaats. Hiermee is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik door gebruik te maken van de huidige bebouwing binnen het stedelijk gebied. Met een uitbreiding van Aldi op de huidige locatie blijft de supermarkt behouden voor het centrumgebied van Schijndel.

INTERIM OMGEVINGSVERORDENING NOORD-BRABANT (GECONSOLIDEERD MAART 2020)

De provincie wil met haar regels aansluiten op de werkwijze van de Omgevingsvisie en de Omgevingswet. Daarom is ervoor gekozen om de verschillende provinciale verordeningen voor de fysieke leefomgeving samen te voegen tot één Interim omgevingsverordening. Dit betekent dat de regels betrekking hebben op milieu, natuur, ruimtelijke ordening, water, bodem en wegen. De Interim omgevingsverordening is daarbij een eerste stap op weg naar een omgevingsverordening, die op grond van de Omgevingswet wordt vastgesteld en die verplicht is voor provincies.

In de Interim Omgevingsverordening is het principe van zorgvuldig ruimtegebruik opgenomen (artikel 3.6 afdeling 3.1). Nieuwe functies worden in beginsel enkel toegelaten binnen het bestaand ruimtebeslag voor bebouwing (stedelijk gebied). Dit om het bestaand bebouwd gebied optimaal te benutten, zodat bijgedragen wordt aan het behoud van de openheid en kwaliteit van het buitengebied en hergebruik van leegkomende of bebouwingslocaties in zowel stedelijk als landelijk gebied. Daarnaast is opgenomen dat bij stedelijke ontwikkelingen getoetst moet worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking, zoals opgenomen in het Bro. In artikel 3.42 (afdeling 3.5) zijn nadere regels opgenomen met betrekking tot stedelijke ontwikkelingen. De provincie streeft naar een duurzame verstedelijking. Ontwikkelingen moeten daarom passen binnen de regionale afspraken, en moeten een duurzame stedelijke ontwikkeling zijn.

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 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.

Toetsing planinitiatief

In de provinciale omgevingsverordening is opgenomen dat nieuwe functies alleen toegelaten worden binnen het bestaand stedelijk gebied zodat dit gebied optimaal benut kan worden. Stedelijke ontwikkelingen moeten getoetst worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking. De beoogde ontwikkeling in Schijndel vindt plaats in het bestaand stedelijk gebied en maakt gebruik van bestaande bebouwde gronden. Daarmee voldoet de ontwikkeling aan het principe van zorgvuldig ruimtegebruik. Daarnaast wordt in voorliggende rapportage de ontwikkeling getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. In hoofdstuk 3 is de behoefte van de ontwikkeling in beeld gebracht.

Verder zijn voor detailhandelsontwikkelingen afspraken gemaakt binnen de Regio Noordoost Brabant. De afspraken komen in de volgende paragraaf aan bod.

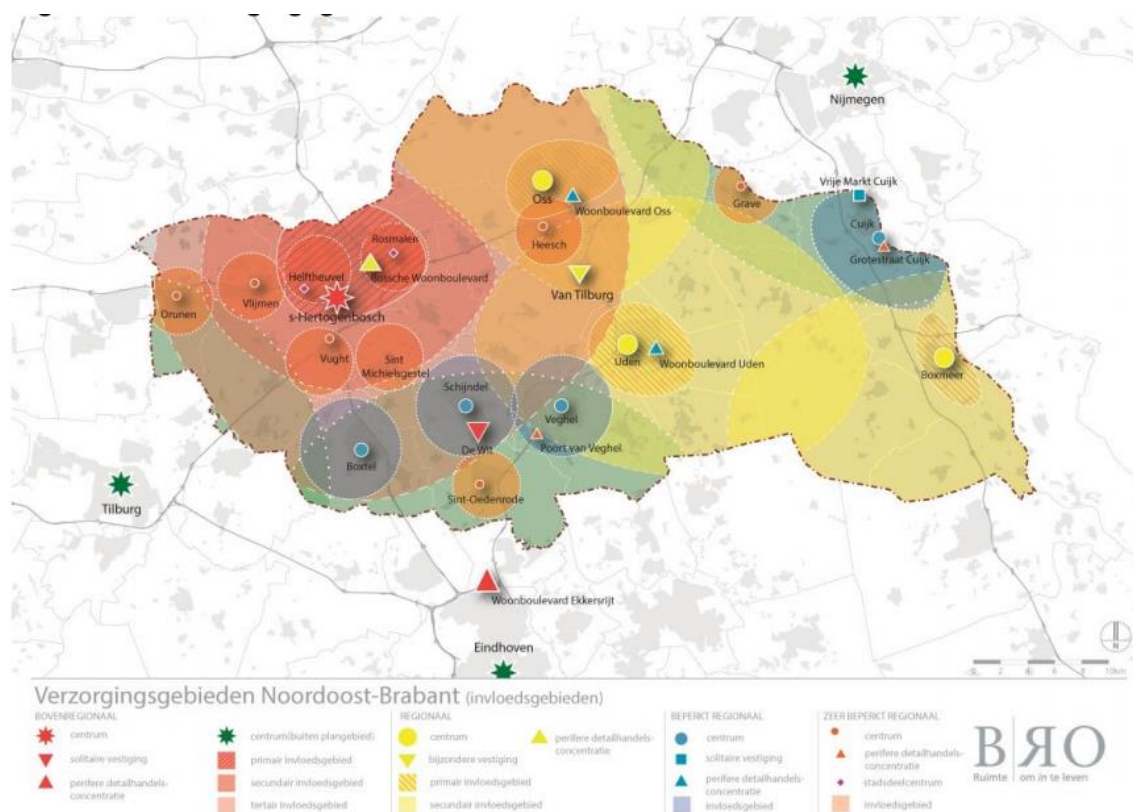
5.2.2 Regionaal beleid

REGIONALE DETAILHANDELSVISIE AGRIFOOD CAPITAL NOORDOOST BRABANT(2015)

De gemeenten behorend tot de regio Noordoost-Brabant kiezen voor het maken van een gezamenlijke regionale visie op de detailhandelsstructuur. Het doel van deze regionale visie is het formuleren van een gedeelde ambitie en visie over de gewenste ontwikkelingsstructuur van de detailhandel in de regio Noordoost-Brabant. De visie omvat in de kern de afspraken over hoe de gemeenten om willen gaan met de detailhandelsontwikkelingen in de regio. Voorliggend document bevat een ruimtelijk-functioneel kader om te komen tot meer afstemming en afweging van bovenlokale initiatieven in de detailhandel. De detailhandelsproblematiek beperkt zich immers niet tot bestuurlijke gemeentelijke grenzen. Dit geeft dan ook de noodzaak aan tot regionale afstemming. De ambities op regionaal niveau zijn als volgt:

- Goede consumentenverzorging in perspectiefrijke winkelstructuur.
- Ruimte bieden voor vernieuwing.
- Complementariteit: spanningsvelden perspectiefrijke structuur en vernieuwing.
- Wisselwerking ruimtelijk beleid en economisch beleid.

Voor de positionering van winkelgebieden wordt uit gegaan van de ruimtelijke structuur van de regionale detailhandel en ruimtelijke verzorgingsfunctie/verzorgingsbereik van de winkelgebieden. In de regio Noordoost-Brabant worden winkelgebieden op 5 verschillende verzorgingsniveaus onderscheiden.



Figuur 5.1 Regionale verzorgingsniveaus Noordoost-Brabant (bron: regionale detailhandelsvisie Agrifood Capital)

In de regionale detailhandelsvisie heeft Schijndel een beperkt regionaal verzorgingsgebied (figuur 2.1). Deze winkelgebieden, waarvan er in Noordoost-Brabant 11 aanwezig zijn, zullen in de toekomst eveneens winkelaanbod in gaan leveren. Deze winkelgebieden zullen zich in toenemende mate profileren als gemakscentra waar aspecten zoals bereikbaarheid, parkeren en compleetheit in dagelijks aanbod doorslaggevend zijn. In de profilering kan toerisme en recreatie eventueel bijzondere accenten zetten, mits de ligging of de uitstraling van het winkelgebied dit mogelijk maken.

Het spanningsveld waarin deze centra zich bevinden bestaat uit:

- de grotere regionale en bovenregionale centra, afhankelijk van de ligging;
- de andere beperkt en zeer beperkt regionaal functionerende winkelgebieden in de omgeving;
- de nabij gelegen perifere concentraties en solitaire vestigingen als hier sprake is van overlapping in de branchering.

Op basis van de ambities en doelstellingen van het detailhandelsbeleid zijn de volgende afspraken gemaakt:

- 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 zoals die beschreven zijn bij de positionering van de winkelgebieden.
- 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.
- Overbodig aanbod en ongebruikte bestemmingsplancapaciteit samen met marktpartijen uit de markt halen.
- Perifere concentraties zijn nadrukkelijk complementair aan de reguliere centrumgebieden.
- Brancheverruiming op perifere detailhandelsconcentraties dient zo veel mogelijk voorkomen te worden.
- Internethandel in de vorm van afhaalpunten vindt bij voorkeur plaats in de winkelgebieden of op goed bereikbare locaties waar al een concentratie van publieksgerichte voorzieningen aanwezig is. Alle andere vormen van internethandel met fysieke bezoekmogelijkheden voor de klanten geldt als reguliere detailhandel

Op basis van kwalitatieve aspecten van een initiatief kan echter geen inschaling gemaakt worden in initiatieven die regionaal getoetst moeten worden. Om toch een kwantitatieve beoordeling vooraf te maken zijn drempelwaardes opgesteld. Initiatieven onder de drempelwaarde worden geacht passend te zijn bij het verzorgingsniveau van het winkelgebied. De drempelwaarden zijn als volgt vastgelegd:

- bovenregionaal: > 5.000 m² wvo;
- regionaal: > 2.500 m² wvo;
- beperkt en zeer beperkt regionaal: > 1.500 m² wvo;
- perifeer winkelgebied/winkel: > 1.500 m² wvo binnen PDV6;
- perifeer winkelgebied/winkel: altijd bij afwijking van PDV;
- alle initiatieven niet behorende tot bovengenoemde bullets: > 500 m² wvo.

Toetsing planinitiatief

Het centrum van Schijndel wordt aangemerkt als centrum met een beperkt regionaal verzorgingsgebied. Regionale afstemming is bij deze winkelgebieden nodig bij ontwikkelingen groter dan 1.500 m² wvo. De beoogde uitbreiding van Aldi betreft 494 m² wvo (588 m² wvo bestaand minus 1.082 m² wvo nieuw) en hoeft dus niet regionaal afgestemd te worden. Vanuit deze drempelwaarden sluit de ontwikkeling dus aan bij het verzorgingsgebied. Daarnaast sluit de ontwikkeling ook aan bij de ambities van het regionaal detailhandelsbeleid. De ontwikkeling vindt plaats in een perspectiefrijk winkelgebied, namelijk het centrum van Schijndel. Daarmee sluit het aan bij de afspraak tot concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden. Met de ontwikkeling wordt gebruik gemaakt van bebouwde gronden in het stedelijk gebied. Door middel van een uitbreiding kan Aldi een kwalitatief betere winkel realiseren die meer aansluiten bij de wensen van de moderne consument. De ontwikkeling is dan ook voornamelijk gericht op een kwalitatieve verbetering en niet zo zeer op een recht evenredige groei van de omzet. Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de uitgangspunten van het regionaal detailhandelsbeleid.

5.2.3 Gemeentelijk beleid

CENTRUMVISIE GEMEENTE MEIERIJSTAD (2018)

De gemeente Meierijstad is in 2017 ontstaan uit de samenvoeging van de voormalige gemeenten Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode. De verschillende centrumvisies van deze gemeenten zijn meer actueel. Een nieuwe integrale centrumvisie is dus

gewenst. De centrumvisie van de gemeente Meierijstad zal moeten leiden tot compacte, vitale en kwalitatief complete en aantrekkelijke centra voor de inwoners en ondernemers van de gemeente.

Het centrum van Schijndel functioneert in de huidige vorm goed. Er is een indicatieve berekening gemaakt van de dagelijkse winkelsector in het centrum van Schijndel om in te kunnen schatten of de huidige omvang ook in de toekomst overeind blijft. Daaruit wordt geconcludeerd dat het huidige aanbod in de dagelijkse sector voldoet aan de berekende indicatieve markt-ruimte, waarbij enige groei (principeverzoek Aldi) in de toekomst mogelijk is.

Het centrum van Schijndel heeft nu en in de toekomst primair een lokale verzorgingsfunctie voor het eigen dorp. Hiervoor is het belangrijk om vast te houden aan de ingezette beleidslijn, waarbij gestreefd wordt naar een compact en overzichtelijk dorpscentrum. De Hoofdstraat, van Jumbo enerzijds tot Plus en Aldi anderzijds, blijft de basis van het centrumgebied. Tussen de supermarkten vormt de Hoofdstraat een ononderbroken lint van aantrekkelijke en gevarieerde centrumfuncties. Dagelijkse en niet-dagelijkse winkels worden afgewisseld met horeca, dienstverleners en ambachten.



Figuur 5.2 Gewenste functioneel-ruimtelijke structuur Schijndel centrum (bron: centrumvisie gemeente Meierijstad)

Binnen het centrum is het van belang om de ruimtelijke relaties te verbeteren. Er speelt een aantal aandachtspunten. Van belang zijn de aandachtspunten 2 en 4 zoals weergegeven op figuur 5.2, namelijk het verbeteren van het overgangsgebied bij de hoek Hoofdstraat – Kloosterstraat en de relatie van de parkeerterreinen op het Catharinaplein met de Hoofdstraat. Hoewel op de hoek van de Hoofdstraat en de Kloosterstraat het centrum in ruimtelijke uitstraling lijkt te stoppen, is de relatie met de naastgelegen supermarkten functioneel gezien belangrijk. Supermarkten zijn publiekstrekkingen voor overige centrumfuncties; het centrumgebied loopt dan ook door tot aan de ingang van de Plus. Door de intensieve verkeersfunctie van dit deel van de Hoofdstraat is de aansluiting met de rest van het centrum nu echter niet optimaal. Dit overgangsgebied is dan ook een van de aandachtspunten (2) in de verdere uitwerking.

Parallel aan de vorige opgave kan ook de relatie met de parkeervoorzieningen aan het Catharinaplein verbeterd worden. Waar de overige parkeerterreinen goed zijn ingericht en op heldere wijze verbonden zijn met het centrumgebied liggen de

parkeerplaatsen aan het Catharinaplein wat meer verspreid en achteraf. Het samenvoegen van de parkeercapaciteit en het verbeteren van de relatie met de Hoofdstraat (4) kan gecombineerd worden met een mogelijke uitbreiding van de Aldi supermarkt. De indicatieve marktruimteberekening laat zien dat er enige ruimte is voor groei van het supermarktaanbod. De vergroting en een betere inpassing van Aldi zal leiden tot een hogere oriëntatie op het centrum als boodschappenbestemming, waardoor de kans op combinatiebezoek tussen supermarkt en overige centrumfuncties ook toeneemt.

Toetsing planinitiatief

De beoogde ontwikkeling van Aldi is meegenomen in de centrumvisie voor Schijndel. De gemeente richt zich op het behouden van een compact en overzichtelijk dorpscentrum. Aldi maakt onderdeel uit van dit compacte dorpscentrum, als belangrijk onderdeel van de boodschappenfunctie van Schijndel samen met de overige supermarkten in het centrum. De beoogde uitbreiding is in het kader van de centrumvisie gewenst. Uit de destijds opgestelde indicatieve marktruimteberekening blijkt dat er ruimte is voor een uitbreiding van Aldi. In combinatie met de verbetering van de parkeergelegenheid op het Catharinaplein draagt de ontwikkeling bij aan de verbetering van de ruimtelijke kwaliteit en verbinding met de Hoofdstraat.

DETAILHANDELSVISIE EN HET –BELEID GEMEENTE MEIERIJSTAD (2019)

In 2018 is het nieuwe detailhandelsbeleid voor de gemeente Meierijstad opgesteld. Het detailhandelsbeleid van de voormalige gemeenten is niet meer actueel. Op basis van de gemeentelijke centrumvisie is dit nieuwe, geharmoniseerde detailhandelsbeleid voor de hele gemeente opgesteld.

Het doel van de detailhandelsstructuurvisie is een duurzame winkelstructuur die voor consumenten aantrekkelijk en zo uitgebreid mogelijk is (ruime keuze, dicht bij huis) en voor ondernemers en eigenaren voldoende kansen biedt voor investeringen en een goed functioneren.

Een concentratie van winkels in compacte, complete en aantrekkelijke winkelgebieden leidt tot beter functionerende detailhandel en daarmee tot een hoger lokaal voorzieningenniveau, en tot minder vervoersbewegingen. Gezien het gebrek aan marktruimte voor het dagelijkse en niet-dagelijkse winkelaanbod zullen er keuzes gemaakt moeten worden in de positie van de diverse winkelgebieden in de detailhandelsstructuur. De berekeningen laten zien dat er in de toekomst vanuit kwantitatief oogpunt geen uitbreidingsruimte is in de dagelijkse sector (incl. supermarkten). Dit geldt voor de gemeente als geheel én voor ieder van de drie individuele verzorgingsgebieden. In elke gebied is grofweg het oppervlak van één moderne supermarkt te veel aan dagelijks aanbod aanwezig. Nieuwe ontwikkelingen in de dagelijkse sector zijn alleen mogelijk op basis van kwalitatieve argumenten (goede ruimtelijke inpassing, versterking gewenste centrumstructuur, etc.).

In het collegeprogramma (Mijlpalen van Meierijstad) is de ambitie opgenomen om te streven naar “sterke en vitale (winkel)centra en (openbare) voorzieningen”. Deze ambitie is vorig jaar geconcretiseerd met de vaststelling van de Centrumvisie Meierijstad door de gemeenteraad. Voor de detailhandelsstructuur zijn de volgende zaken van belang:

- De centra van Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel hebben als lokaal dorpscentrum een belangrijke positie als aankooplocatie voor dagelijkse en hoogfrequente niet-dagelijkse artikelen voor de inwoners van het eigen verzorgingsgebied.
- Het centrumgebied aan de Noordkade is geprofileerd als een stedelijke cultuurcluster met een regionale aantrekkingskracht, waarbij detailhandel duidelijk een ondergeschikte rol heeft.

Het versterken van de dorpscentra van Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode vormt het uitgangspunt voor de toekomstig gewenste detailhandelsstructuur. Deze versterking zal ten koste gaan van winkelaanbod elders in de gemeente. Om verspreid winkelaanbod terug te dringen, wordt de volgende toekomstig gewenste detailhandelsstructuur voorgesteld.

In het beleid voor de gemeente Meierijstad wordt uitgegaan van een winkelstructuur die bestaat uit:

- Drie hoofdwinkelgebieden met ieder een (boven)lokale verzorgingsfunctie (de dorpscentra van Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel).
- Het stedelijke cultuurcluster Noordkade, waarbij geen uitbreiding van de bestaande detailhandel is gewenst.

- Drie ondersteunende wijk/dorpscentra ('t Zuid in Schijndel, De Bunders in Veghel en het dorpscentrum van Erp).
- Drie buurtsteunpunten (Noord in Schijndel, Kienehoef in Sint-Oedenrode en De Boekt in Veghel).
- Eén winkelgebied voor volumineus aanbod (de Poort van Veghel).

Voor het centrum van Schijndel geldt het volgende:

- Het centrum van Schijndel vormt in de toekomst de aantrekkelijke aankoop-, verblijfs- en ontmoetingsplek in het dorp. Die visie is vooral gericht op het blijven waarborgen van de huidige kwaliteiten van het centrum.
- Een uitgebreide toekomstvisie voor het centrum van Schijndel is beschreven in de gemeentelijke centrumvisie. Op hoofdlijnen komt het er op neer dat dit hoofdwinkelgebied in de toekomst primair een functie heeft voor het eigen dorp en het omliggende buitengebied (waaronder Wijbosch) en dat gestreefd blijft worden naar een compacte lineaire structuur.

Na vaststelling van deze gewenste detailhandelsstructuur is het voeren van ruimtelijk detailhandelsbeleid alleen zinvol wanneer nieuwe winkelontwikkelingen ook zorgvuldig worden getoetst. Bij de toetsing van elk initiatief is ten eerste vaststelling van de beoogde verzorgingsfunctie nodig. Deze dient overeen te komen met de verzorgingsfunctie van het betreffende winkelgebied. Indien de verzorgingsfunctie van het initiatief de verzorgingsfunctie van het winkelgebied overstijgt, is het initiatief niet passend. Gezocht kan worden naar een winkelgebied met een verzorgingsfunctie die wel aansluit op die van het initiatief. Daarnaast dienen gewenste initiatieven beoordeeld te worden op de mate waarin zij inpasbaar zijn op de beoogde locatie. Hierbij wordt gekeken naar de fysieke ruimte, parkeercapaciteit en de bereikbaarheid.

Toetsing planinitiatief

De beoogde ontwikkeling van Aldi past binnen de uitgangspunten van het detailhandelsbeleid van de gemeente Meierijstad. Aldi is gevestigd in het centrum van Schijndel, dat in de visie wordt aangemerkt als hoofdwinkelgebied. Ondanks dat er ten tijde van het detailhandelsbeleid slechts beperkte marktruimte is in de dagelijkse sector, blijven ontwikkelingen die een kwalitatieve verbetering van de structuur met zich meebrengen wel mogelijk. De beoogde ontwikkeling van Aldi is gericht op zo'n kwalitatieve verbetering. De huidige winkel is te klein en kan op termijn niet meer economisch-duurzaam blijven functioneren. Met de uitbreiding kan de winkel weer voldoen aan de wensen van de moderne consument. Een verbetering van de kwaliteit van de winkel van Aldi kan leiden tot een grotere aantrekkingskracht en versterking van de boodschappenfunctie van het centrum van Schijndel. Met de ontwikkeling worden ook de parkeerterreinen op het Catharinaplein verbeterd. De ontwikkeling levert daardoor positieve bijdrage aan de ruimtelijke kwaliteit rondom de Hoofdstraat en daarmee het centrum van Schijndel als geheel.

5.3 Locatieafweging in relatie tot beleidskader

Zowel het provinciaal, regionaal als gemeentelijk beleid is gericht op versterking van de detailhandelsstructuur door bundeling en concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden. De beoogde ontwikkeling van Aldi sluit hier op aan. Aldi is gelegen in het centrum van Schijndel en vormt samen met Plus een boodschappencluster aan de zuidzijde van het centrum. De uitbreiding van Aldi zorgt voor een versterking van de boodschappenfunctie van Schijndel. Bovendien wordt met de ontwikkeling ook de parkeersituatie aan het Catharinaplein meegenomen. Hiermee wordt ook ruimtelijk gezien een betere aansluiting gevonden met de Hoofdstraat. Geconcludeerd kan worden dat de beoogde ontwikkeling van Aldi aansluit bij de relevante beleidskaders.

Bijlage 1 Begrippenlijst

BESTEDINGEN

Bestedingen zijn uitgaven van Nederlandse huishoudens/consumenten, aan goederen en diensten.

BESTEDINGSPOTENTIEEL

Het totaal aan detailhandelsbestedingen die door inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Dit wordt berekend door het inwonertal te vermenigvuldigen met gemiddelde (landelijke) besteding per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar inkomenssituatie in het betreffende gebied.

BRUTO VLOEROPPERSVLAK (BVO)

Bebouwd oppervlak van een ruimte of een groep van ruimten is de oppervlakte, 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.

DAGELIJKSE GOEDEREN

Artikelen gericht op voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging. In de praktijk wordt een onderscheid gemaakt in supermarkten, speciaalzaken en drogisterijen.

DETAILHANDEL

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

DISTRIBUTIEPLANOLOGISCH ONDERZOEK

Een marktruimteberekening waarbij vraag en aanbod met elkaar worden geconfronteerd in een bepaald marktgebied. Met een dpo worden de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod onderzocht.

GROOTSCHALIGE CONCENTRATIE

Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddelde omvang per winkel van minimaal 500 m² wvo (bijvoorbeeld op woonboulevards).

GROOTSCHALIGE DETAILHANDELSVESTIGING (GDV)

Winkel met een ondergrens van 1.500 m² bedrijfsvloeroppervlak.

HOOFDWINKELCENTRUM

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied, met de hoogste verzorgingsgraad in de woonplaats.

KOOPKRACHTAFVLOEIING

Het percentage van de bevolking dat buiten de eigen gemeente, regio of provincie aankopen doet.

KOOPKRACHTBINDING

Het percentage van de bevolking dat in de eigen gemeente, regio of provincie aankopen doet.

KOOPSTROMEN

De mate waarin consumenten in een aankoopplaats bepaalde artikelen koopt (detailhandelsbestedingen), naar plaats van herkomst.



NIET-DAGELIJKSE GOEDEREN

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse goederen. De Locatus-branches Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis en Overige Detailhandel vallen hier onder.

VLOERPRODUCTIVITEIT

Totale omzet in de branche gedeeld door het totale aantal m² winkelvloeroppervlakte in de branche.

OMNI-CHANNEL

Het gebruik van verschillende kanalen (fysieke winkel, website, sociale media, krantadvertentie) om tot een voor de klant afgestemde ervaring te komen.

ONDERSTEUNEND WINKELCENTRUM

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een plaats een of meerdere ondersteunende winkelcentra worden onderscheiden. Hieronder worden gerekend: winkels in buurt- en wijkwinkelcentra en binnenstedelijke winkelstraten.

PERIFERE DETAILHANDELSVESTIGING (PDV)

Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen. Dergelijke locaties worden doorgaans benut voor detailhandel in volumineuze artikelen c.q. detailhandelsvestigingen die een groot winkelloppervlak nodig hebben.

VERSPREIDE BEWINKELING

Alle verkooppunten die buiten een van de andere genoemde winkelgebieden vallen, worden tot de verspreide winkels gerekend

WINKEL

Met een winkel wordt een fysiek verkooppunt bedoeld.

WINKELGEBIED

Een winkelgebied is een cluster met ten minste vijf winkels.

WINKELVLOEROPPERVERLAKTE (WVO)

Winkelvloeroppervlakte is het aantal vierkante meters van een winkel dat voor de consument zichtbaar is / toegankelijk is.

Bijlage 2 Berekening gemiddelde omzet per m² wvo van het aanwezig en beoogd winkel-aanbod in Schijndel

Huidige situatie	aanbod in m ² wvo	gem. omzet per m ² wvo	omzet
Levensmiddelen speciaalzaak	1.298	€ 6.522	€ 8.465.556
Supermarkten	6.906	€ 8.078	€ 55.786.668
Persoonlijke verzorging	1.070	€ 5.604	€ 5.996.280
Totaal aanwezig aanbod	9.274	€ 7.575	€ 70.248.504

Beoogde situatie	aanbod in m ² wvo	gem. omzet per m ² wvo	omzet
Levensmiddelen speciaalzaak	1.298	€ 6.522	€ 8.465.556
Supermarkten	7.168	€ 8.078	€ 57.903.104
persoonlijke verzorging	1.070	€ 5.604	€ 5.996.280
Totaal beoogd aanbod	9.274	€ 7.589	€ 72.364.940

