

Gemeente Meierijstad

Ruimtelijk-economisch onderzoek

Verplaatsing en uitbreiding Aldi Veghel

identificatie

projectnummer:

011209.20170256.002

projectleider:

ing. R.B.P. Verkooijen

auteur(s):

J.G. Breukelman, MSc.
drs. R. Bak

planstatus

datum:

14-01-2022

opdrachtgever:

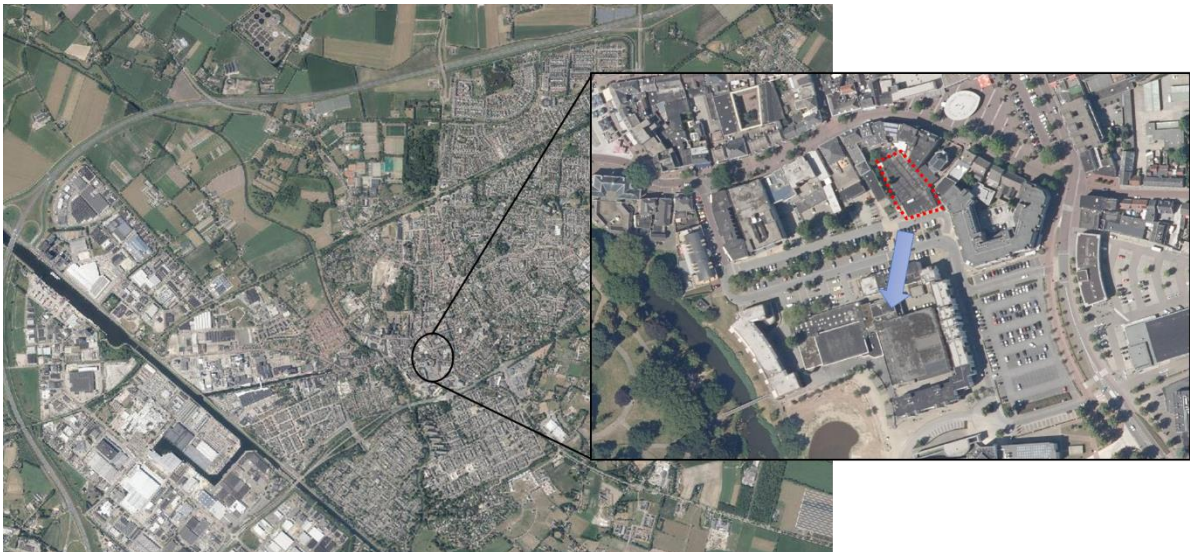
Aldi Best B.V.

Inhoud

1. Inleiding	3
1.1. Aanleiding	3
1.2. Vraagstelling	3
1.3. Leeswijzer	4
2. Beleidskader	5
2.1. Provinciaal beleid	5
2.1.1. Omgevingsvisie Noord-Brabant (2018)	5
2.1.2. Interim omgevingsverordening Noord-Brabant (geconsolideerd maart 2020)	6
2.2. Regionaal beleid	7
2.2.1. Regionale detailhandelsvisie Agrifood Capital Noordoost Brabant(2015)	7
2.3. Gemeentelijk beleid	9
2.3.1. Centrumvisie gemeente Meierijstad (2018)	9
2.3.2. Detailhandelsvisie en het –beleid gemeente Meierijstad (2019)	10
2.4. Conclusie	12
3. Behoefte	13
3.1. Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Veghel	13
3.2. Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector Veghel	14
3.3. Positionering harddiscounter Aldi	16
3.4. Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector Veghel	18
3.5. Conclusie	20
4. Conclusie	22
4.1. Behoefte	22
4.2. Conclusie	22

1.1. Aanleiding

Aldi is in Veghel gevestigd aan Vlas en Graan 126 (figuur 1.1.). De winkel ligt in het centrum van Veghel. De winkel van Aldi heeft een bruto vloeroppervlak (bvo) van 762 m² en een winkelvloeroppervlak (wvo) van 598 m² (Locatus, 2020). 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. Uitbreiding is gewenst. Op de huidige locatie is dit niet mogelijk. Daarom heeft Aldi Best B.V. het voornemen om de winkel te verplaatsen naar de overzijde van de straat naar Vlas en Graan 101, ter plaatse van het huidige sportcentrum/binnenzwembad. De winkel zal hier een bruto vloeroppervlak van 1.520 m² bvo en een winkelvloeroppervlakte van circa 1.000 m² wvo krijgen.



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

1.2. Vraagstelling

De ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening) is het ruimtelijke afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van nieuwe stedelijke functies.

Ladder voor duurzame verstedelijking

De ladder voor duurzame verstedelijking (ladder) is een instrument voor efficiënt ruimtegebruik (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. Of er sprake is van een (nieuwe) stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Wanneer er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling moet de behoefte aan die ontwikkeling aangetoond worden. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijk verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikkeling. De voorkeursvolgorde van de ladder is dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen 'bestaand stedelijk gebied' worden gerealiseerd.

De eerste stap is het bepalen of de beoogde ontwikkeling aan te merken is als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Uit jurisprudentie (ABRvS 28 juni 2017; ECLI:NL:RVS:2017:1724) kan worden afgeleid dat ontwikkelingen groter dan 500 m² bruto vloeroppervlak (bvo) ten opzichte van het vigerende bestemmingsplan aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.

De uitbreiding van Aldi bestaat per saldo uit 758 m² bvo (1.520 m² bvo minus 762 m² bvo), de detailhandelsbestemming op de huidige locatie zal worden gesaneerd, en kan daarmee worden aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling van de supermarkt moet worden getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. In dit onderzoek staat de vraag centraal of de beoogde uitbreiding van Aldi in Veghel voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Toets aan het relevante provinciaal, regionaal en gemeentelijk (detailhandels)beleid.
- Analyse van de dagelijkse goederensector van Veghel.
- Positionering van Aldi binnen dagelijkse goederensector van Veghel.
- Een actuele marktanalyse met een analyse van de te verwachten ruimtelijke effecten op het woon-, leef- en ondernemingsklimaat in Veghel.

1.3. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is het relevante beleidskader uiteengezet. In hoofdstuk 3 is de behoefte aan de uitbreiding van Aldi in beeld gebracht, waarbij de dagelijkse goederensector is geanalyseerd. Onderdeel hiervan is een marktruimteberekening om de kwantitatieve behoefte in beeld te brengen. In hoofdstuk 4 zijn de belangrijkste conclusies opgenomen ten aanzien van de toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

2. Beleidskader

5

Het afwegingskader voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen bestaat uit provinciaal, regionaal en gemeentelijk beleid. In dit hoofdstuk wordt de beoogde uitbreiding en verplaatsing van Aldi in Veghel op hoofdlijnen aan het beleid getoetst.

2.1. Provinciaal beleid

2.1.1. 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 Veghel. Aldi verplaatst naar de overzijde van de straat, en maakt daarmee nog steeds onderdeel uit van het centrumgebied van Veghel. Met de ontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik door gebruik te maken van gronden binnen het stedelijk gebied. Met de verplaatsing en uitbreiding van Aldi blijft de supermarkt behouden voor het centrumgebied van Veghel.

2.1.2. Interim omgevingsverordening Noord-Brabant (geconsolideerd november 2021)

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 Veghel 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.

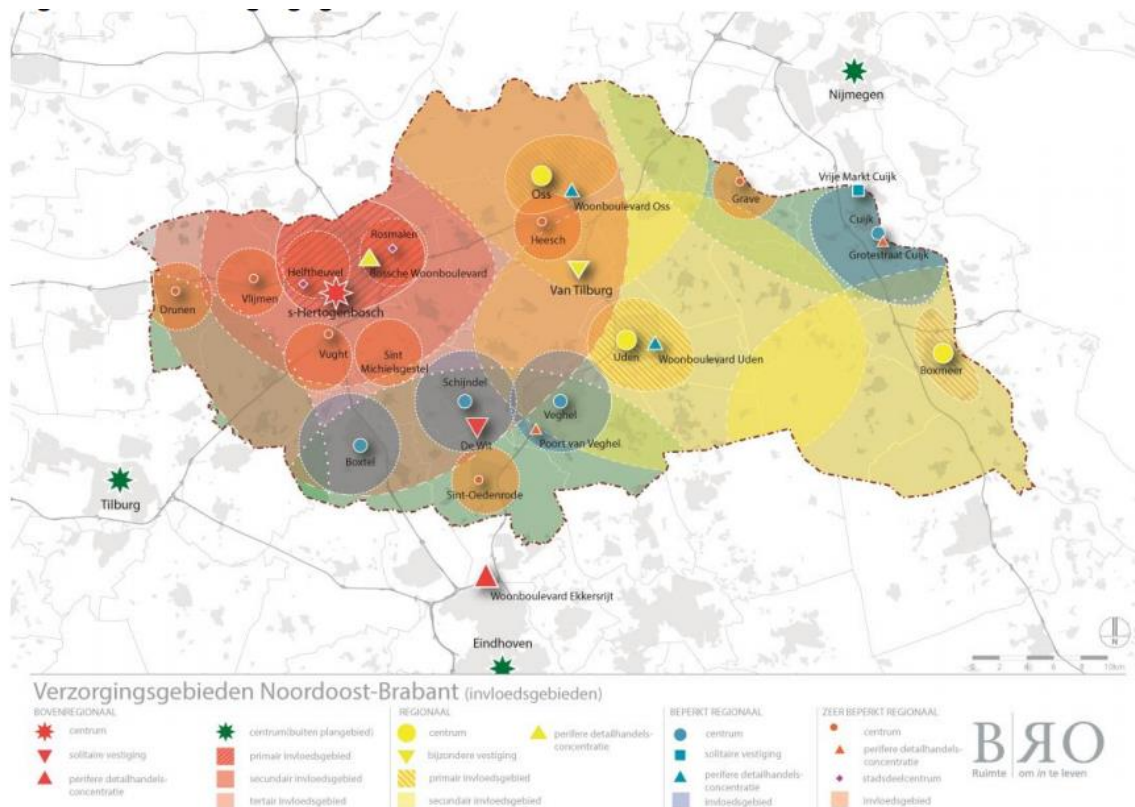
2.2. Regionaal beleid

2.2.1. 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 2.1 Regionale verzorgingsniveaus Noordoost-Brabant (bron: regionale detailhandelsvisie Agrifood Capital)

In de regionale detailhandelsvisie heeft Veghel 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 compleetheid 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 Veghel 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 402 m² wvo (1.000 m² wvo nieuw minus 598 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 Veghel. 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 en verplaatsing 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.

2.3. Gemeentelijk beleid

2.3.1. 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 Veghel kent de laatste jaren veel winkellegstand, waardoor een neerwaartse trend is ontstaan. Een gebrek aan publiekstrekkingen plus een verminderde ruimtelijke kwaliteit maken dat het centrum negatief wordt beoordeeld. Om te komen tot een positieve ontwikkelingsrichting, waarmee het centrum weer relevant kan worden voor de eigen inwoners, wordt gekeken naar een realistisch haalbaar winkelprogramma, wat wordt gespiegeld aan de huidige functionele/ruimtelijke knelpunten om zo te komen tot een basisstructuur voor een toekomstig dorpshart.

Het centrum van Veghel heeft in de toekomst primair een kernverzorgende functie, wat inhoudt dat er rekening gehouden moet worden met een vermindering van het niet-dagelijks winkelvloeroppervlak. Daarnaast ligt er reeds een opgave om de huidige leegstand terug te dringen. Veghel staat dus voor een grote opgave om de omvang van het winkelaanbod fors te verkleinen. Deze ruimte kan echter niet één op één worden ingevuld met andere centrumfuncties, het totale centrumgebied moet verkleind worden.

De basis voor de nieuwe centrumvisie (figuur 2.2) bestaat uit drie onderdelen:

1. De Markt als identiteitsdrager.
2. Toegankelijk voor de lokale bezoeker. De Meijerijstraat vormt de ruggengraat van het centrum. Hier zijn de belangrijkste toegangswegen, parkeervoorzieningen en publiekstrekkingen (supermarkten) gevestigd. Het heeft een prominente entreefunctie.
3. Een compacte en overzichtelijke basis. De Hoofdstraat vormt de belangrijkste verbinding binnen het centrum van Veghel. Door de bundeling van bezoekersstromen in een compacte hoofdstructuur wordt de kans op combinatiebezoek groter.

Met de Markt, het Meijerijplein en de Hoofdstraat heeft Veghel een sterke basis waar overige centrumfuncties op kunnen aanhaken.



Figuur 2.2 Visie Veghel centrum (bron: Centrumvisie gemeente Meierijstad, 2018)

Naast deze basisstructuur geldt dat in de schil rond het centrum de aanwezigheid van moderne supermarkten en voldoende, goed bereikbare parkeervoorzieningen aanwezig moeten zijn. Toekomstige supermarktontwikkelingen dienen bij te dragen aan een versterking van de basisstructuur. Nabijheid en zichtbaarheid van overige winkels vergroot het combinatiebezoek vanuit de supermarkten.

Relatie met planinitiatief

Discountsupermarkt Aldi ligt aan de rand van het centrum van Veghel. Aldi is een belangrijke publiekstrekker bij het parkeerterrein Vlas en Graan. Uit het bezoekersonderzoek uitgevoerd door de gemeente Meierijstad blijkt ook dat Aldi voor circa 20% de reden is voor bezoek van het centrum. Met de beoogde ontwikkeling zal Aldi verplaatsen naar de overzijde van het Vlas en Graan parkeerterrein, en daarbij uitbreiden tot een moderne omvang. Hiermee blijft de functie van Aldi op deze locatie behouden. Het blijft daarmee een belangrijk bronpunt voor het centrum van Veghel, en draagt daarmee bij aan de basisstructuur van het centrum van Veghel waarbij rondom het centrum goede parkeervoorzieningen en moderne supermarkten aanwezig zijn.

2.3.2. 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 Veghel geldt het volgende:

- Het centrum van Veghel kan in de toekomst dé aankoop-, verblijfs- en ontmoetingsplek van Veghel én omliggende kernen (Mariaheide, Zijtaart, Eerde) zijn. Er is een compleet boodschappenaanbod, aangevuld met een divers pakket niet-dagelijks (modisch) aanbod, horeca, dienstverlening en ambachten. Voor een goed functioneren is een meer compacte en overzichtelijke structuur nodig en zal leegstand moeten worden teruggedrongen. Ook is een prettigere verblijfsomgeving gewenst.
- Een uitgebreide functioneel-ruimtelijke toekomstvisie voor het centrum van Veghel wordt op het moment van schrijven opgesteld in overleg met centrumondernemers en vastgoedeigenaren. De basis hiervoor is gelegd in de gemeentelijke centrumvisie.
- Voor de inwoners van Erp en (in mindere mate) Heeswijk-Dinther en Vorstenbosch heeft het centrum van Veghel een functie als alternatieve aankooplocatie. De concurrentie van Uden en internet is echter groot.

Relatie met planinitiatief

De beoogde ontwikkeling van Aldi past binnen de uitgangspunten van het gemeentelijk detailhandelsbeleid. Aldi is momenteel gevestigd aan de rand van het centrum van Veghel aan het parkeerterrein Vlas en Graan. De discounter zal verplaatsen naar tegenovergelegen locatie wat in gebruik is als sportcentrum. Op deze locatie kan Aldi uitbreiden tot een moderne harddiscounter, en als publiekstrekker blijven functioneren voor het centrum. 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 verplaatsing en uitbreiding kan de winkel weer voldoen aan de wensen van de moderne consument.

2.4. Conclusie

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 Veghel en blijft na verplaatsing naar de overzijde van de straat ook in het centrumgebied. De uitbreiding van Aldi zorgt voor een verdere versterking van de boodschappenfunctie van Veghel. Geconcludeerd kan worden dat de beoogde ontwikkeling van Aldi aansluit bij de relevante beleidskaders.

3. Behoefte

13

De behoefte aan de beoogde verplaatsing en uitbreiding van de Aldi in Veghel is op de volgende wijze in beeld gebracht:

- Allereerst is een beeld geschetst van het verzorgingsgebied van Veghel: omvang verzorgingsgebied, omvang winkelaanbod, vergelijking omvang winkelaanbod.
- Vervolgens is de behoefte geschetst met de kwalitatieve beoordeling van de segmentering van het supermarktaanbod en de positionering van harddiscounter Aldi binnen de supermarktstructuur als complementaire winkelvoorziening in de dagelijkse goederensector.
- Tot slot is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de bevolkingsontwikkeling enerzijds en de beoogde ontwikkeling van het winkelaanbod in de planperiode 2020-2030 anderzijds.

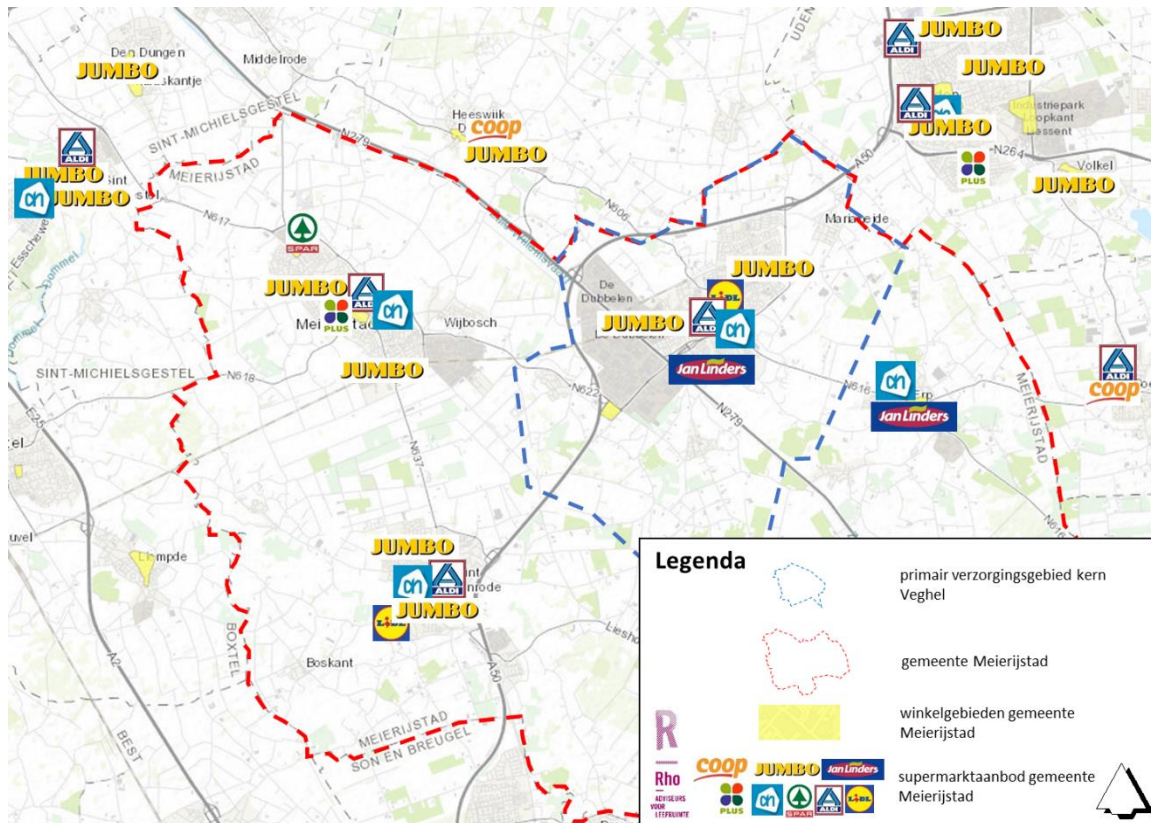
3.1. Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Veghel

De detailhandel in de gemeente Meierijstad is hiërarchisch opgebouwd. De kern Veghel is de grootste kern, zowel qua inwonertal als detailhandelsaanbod. Daarna volgen de kernen Schijndel en Sint-Oedenrode (tabel 3.1). Veghel heeft een dagelijks goederenaanbod van 13.029 m² wvo (Locatus, 2020).

Tabel 3.1 Omvang dagelijkse goederensector gemeente Meierijstad (bron: Locatus, 2020)

Woonplaats	omvang (m ² wvo)
Erp	2.033
Schijndel	8.719
Sint-Oedenrode	7.214
Veghel	13.029
gemeente Meierijstad	31.037

In figuur 3.1 is het regionale aanbod aan supermarkten weergegeven. De drie grootste kernen in de gemeente hebben elk een ruim supermarktaanbod. De kernen hebben voornamelijk een functie voor de eigen inwoners. Ook Uden heeft een compleet aanbod. De omliggende kernen zoals Heeswijk Dinther, Vorstenbosch en Erp hebben een kleiner aanbod. Gelet op de inventarisatie van het aanbod is het primaire verzorgingsgebied van Aldi de kern Veghel.



Figuur 3.1 Supermarktaanbod regio Veghel e.o. (bron: Locatus; bewerking Rho)

3.2. Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector Veghel

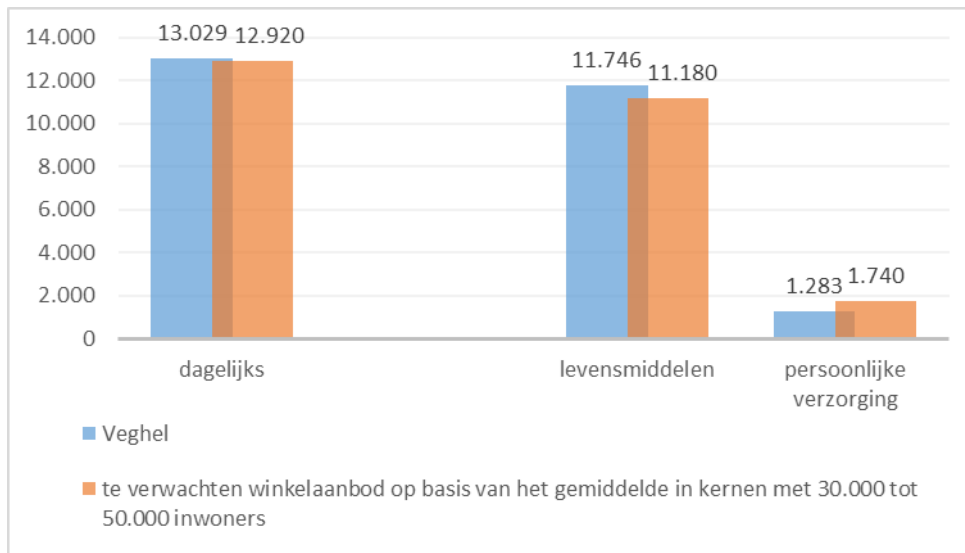
De kern Veghel heeft momenteel een winkelvloeroppervlak van 13.029 m² aan dagelijkse goederen verdeeld over 33 verkooppunten. Het dagelijkse winkelaanbod bestaat uit levensmiddelen (supermarkten en speciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisten). De opbouw van het dagelijkse winkelaanbod is weergegeven in tabel 3.2.

Tabel 3.2 Omvang dagelijkse goederensector Veghel (bron: Locatus, 2020)

	aantal	omvang (m ² wvo)
ALBERT HEIJN	1	1.489
ALDI	1	598
JAN LINDERS	1	910
JUMBO	2	2.888
JUMBO FOODMARKT	1	2.880
LIDL	1	679
supermarkten	7	9.444
speciaalzaken	34	2.302
levensmiddelen	41	11.746
persoonlijke verzorging	9	1.283
dagelijkse goederen	50	13.029

Gemiddeld wordt een supermarkt 2 à 3 keer per week bezocht door een consument (Deloitte Consumentenonderzoek, 2019). Circa 72% van het winkelvloeroppervlak aan dagelijkse goederen in Veghel wordt ingevuld door supermarkten.

Als het dagelijkse winkelaanbod in Veghel wordt vergeleken met het landelijke gemiddelde in kernen met 30.000 tot 50.000 inwoners wordt geconcludeerd dat het aanbod in Veghel gemiddeld is (figuur 3.2). Het dagelijks winkelaanbod in Veghel is ongeveer vergelijkbaar met het landelijke gemiddelde in vergelijkbare kernen (qua inwonertal). Voor de branche levensmiddelen geldt dat het aanbod iets bovengemiddeld is, en voor persoonlijke verzorging is het aanbod iets bovengemiddeld. Deze benchmark geeft een indicatie van de marktsituatie in Veghel.



Figuur 3.2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Veghel met het landelijke gemiddelde binnen de inwonersklasse 30.000 tot 50.000 inwoners (bron: Locatus, 2020)

De inwoners van Veghel hebben zeven supermarkten tot hun beschikking (figuur 3.3). In het centrumgebied zijn de supermarkten Jumbo, Aldi, Albert Heijn en Lidl gevestigd. Daarnaast is er een Jumbo gevestigd in winkelcentrum de Bunders en een Jan Linders in Veghel-Zuid. Aan de Noordkade is een Jumbo Foodmarkt gevestigd.



Figuur 3.3 Supermarktaanbod Veghel (bron: Locatus, 2020; bewerking Rho)

Supermarktsegmenten

Binnen de dagelijkse goedersector zijn supermarkten de belangrijkste consumenttrekkers. 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.

Op basis van de inventarisatie van het supermarktaanbod (figuur 3.3) wordt geconcludeerd dat het aanbod in Veghel voornamelijk bestaat uit full-servicesupermarkten. Veghel heeft vier full-servicesupermarkten (2x Jumbo, 1x Albert Heijn, 1x Jan Linders) en een megasupermarkt (Jumbo Foodmarkt). Daarnaast is er een goedkope servicesupermarkt (Lidl) en een harddiscounter (Aldi) 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).

3.3. Positionering harddiscounter Aldi

Aldi heeft als harddiscounter een specifieke positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur. Deze positie is hieronder nader onderbouwd.

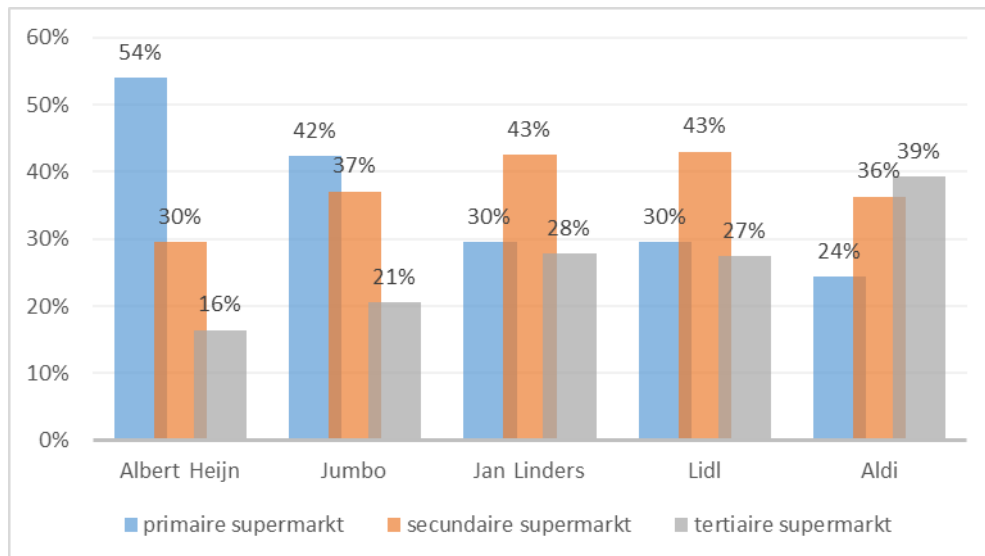
Segment en assortiment

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 een 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 discountsupermarkten qua omvang kleiner dan full-servicesupermarkten; waar een nieuwe full-servicesupermarkt in de optimale situatie minimaal 1.500 m² wvo moet zijn, heeft een discountsupermarkt een omvang van gemiddeld 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 (2019). In dit onderzoek wordt een overzicht gegeven van het koopgedrag door de consument bij de belangrijkste supermarktformules (figuur 3.4).



Figuur 3.4 Bezoekmotieven supermarkten (bron: Deloitte, 2019)

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 (24%). Buursupermarkt 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. 76% 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-servicesupermarkt 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:

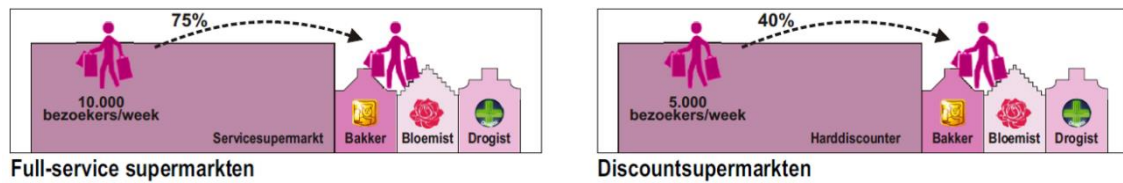
- de gemiddelde afstand die de consument aflegt naar de winkel bij Aldi bijna 5 kilometer is en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt 2 kilometer;
- het gemiddelde autogebruik bij Aldi tussen de 75% en 80% ligt en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt tussen de 40% en 60%.

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 3.5):

- 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).



Figuur 3.5 Mate van combinatiebezoek bij service-supermarkten versus discountsupermarkten (bron: DTNP, 2016; bewerking Rho Adviseurs, 2017)

In tabel 3.2 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 3.2 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

3.4. Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector Veghel

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 Veghel heeft momenteel 32.015 inwoners (CBS, 2020; gegevens over 2019). Zowel de Primos prognose 2019 als de provinciale bevolkingsprognose van Noord-Brabant gaat uit van een bevolkingsstijging van 4,5% tot 2030. Voor Veghel betekent dit een toename tot 33.445 inwoners in 2030. Uit de woonvisie van de gemeente Meierijstad blijkt dan ook dat de woningbouwopgave de komende jaren nog groot is, met name in Veghel zal veel gebouwd moeten worden.

Gemiddelde besteding dagelijkse goederen

In de Notitie Omzetkengetallen (2019; gegevens over 2018) wordt een onderscheid gemaakt in de totale bestedingen per branche (fysieke winkels, omni-channel en pure webwinkels) en de winkelbestedingen per branche. In het voorgaande is geconcludeerd dat boodschappen doen via het internetkanaal aan populariteit toeneemt. Wat precies het effect zal zijn op de bestedingen is nog niet bekend, maar voor de distributieplanologische analyse zal worden uitgegaan van de (fysieke) winkelbestedingen per persoon in de dagelijkse goederensector. De gemiddelde winkelomzet in dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2018 € 2.619,- per persoon (Notitie Omzetkengetallen 2018, augustus 2019; raming Panteia o.b.v. CBS en Locatus). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in Veghel ligt circa 0,8% lager dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2020; gegevens over 2018). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in Veghel is daardoor circa 0,3% lager dan het Nederlandse gemiddelde en bedraagt € 2.594,-.

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. Veghel heeft een ruim aanbod aan dagelijkse goederen. De koopkrachtbinding wordt, conform de detailhandelsvisie, ingeschat op 95%.

Ook de omliggende kernen hebben een redelijk compleet aanbod. In aansluiting op de detailhandelsvisie is de koopkrachttoevloeiing ingeschat op 10%. Met name vanuit de gemeente Bernheze zal toevloeiing plaatsvinden.

Gemiddelde omzet per m² aan dagelijkse goederen

De gemiddelde omzet per m² (vloerproductiviteit) in de dagelijkse goederensector bedraagt in Nederland €7.586,- (Notitie Omzetkengetallen 2019, gegevens over 2018). Rekening houdend met de verhouding supermarkten en speciaalzaken in Veghel (speciaalzaken hebben een lagere vloerproductiviteit) is de gewogen gemiddelde vloerproductiviteit voor Veghel berekend op € 7.540,-.

Omvang winkelaanbod

Momenteel heeft de dagelijkse goederensector in Veghel een omvang van 13.029 m² wvo (Locatus, 2020). Voor de komende planperiode wordt rekening gehouden met de uitbreiding van Aldi met 402 m² wvo.

Tabel 3.3 Distributieplanologische marktberkening

	2020	2030	bron
inwonertal Veghel	32.015	33.445	CBS, 2020; Primos prognose 2019
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.594	€ 2.594	Omzetkengetallen, 2019; gegevens over 2018
bestedingspotentieel	€ 83.050.000	€ 86.760.000	
koopkrachtbinding (%)	95%	95%	Detailhandelsvisie Meierijstad, 2019
gebonden bestedingen €	€ 78.900.000	€ 82.420.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	10%	10%	Detailhandelsvisie Meierijstad, 2019
koopkrachttoevloeiing €	€ 8.770.000	€ 9.160.000	
totale omzet in Veghel	€ 87.670.000	€ 91.580.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m ² wvo (excl. BTW)	€ 7.540	€ 7.540	Gewogen gemiddelde vloerproductiviteit o.b.v. Omzetkengetallen 2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	11.630	12.150	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	13.029	13.029	Locatus, 2020
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 6.730	€ 7.030	
Omzetclaim Veghel	€ 98.240.000	€ 98.240.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	-11%	-7%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ -10.570.000	€ -6.660.000	
ruimte voor ontwikkeling (m ² wvo)	-1.400	-880	
ontwikkeling Aldi	-	402	
ruimte voor ontwikkeling (m ² wvo)	-1.400	-1.282	
toekomstige omzet ten opzichte van het gemiddelde	-11%	-10%	

Uit de distributieplanologische marktberkening blijkt dat de dagelijkse goederensector van Veghel benedengemiddeld functioneert. De vloerproductiviteit (omzet per m²) ligt momenteel 11% onder het landelijke gemiddelde. Als gevolg van de verwachte bevolkingstoename zal de dagelijkse goederensector meer richting een evenwicht groeien. Na uitbreiding van Aldi ligt de marktsituatie dicht bij het gemiddelde als in de huidige situatie. De negatieve ontwikkelingsruimte (-10%) blijft binnen de bandbreedte van economisch-duurzaam functioneren. Er is wel ruimte voor een kwalitatieve versterking van de huidige dagelijkse winkelstructuur met een beperkte uitbreiding. Het gaat om de uitbreiding van

een bestaande aanbieder in het centrum van Veghel, waardoor er geen onaanvaardbare effecten worden verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Veghel.

Kwaliteit boven kwantiteit

Omdat de uitgevoerde berekening indicatief is, is het van belang om ook de kwalitatieve aspecten van ontwikkelingen mee te wegen in een beoordeling. In de Nederlandse ruimtelijke ordening mag een plan/project dan ook alleen beoordeeld worden op de ruimtelijk relevante argumenten, zoals duurzame ontvricting en relevante leegstand die zou kunnen leiden tot een verslechtering van het woon-en leefklimaat. Een verslechterde concurrentiepositie c.q. minder omzet bij andere aanbieders is ruimtelijk geen relevant argument. De consument heeft baat bij een aantrekkelijk en modern winkelaanbod. Kortom, kwalitatieve argumenten wegen minstens zo zwaar mee als de kwantitatieve argumenten voor het al dan niet toestaan van een detailhandelsontwikkeling.

Hier wordt aan toegevoegd dat de beoogde uitbreiding van Aldi niet gericht is op een (recht)evenredige groei van de omzet, en daarmee klanten, als gevolg van de uitbreiding in winkelmeters. Met de uitbreiding wordt meer service en comfort aan de winkel toegevoegd. Het beoogd aantal producten in de winkel neemt ook niet toe, er wordt vastgehouden aan het standaard assortiment van Aldi met circa 1.200 artikelen dat in iedere winkel hetzelfde is. Met de uitbreiding is er meer ruimte voor de uitstalling van dit assortiment. Dit komt ten goede aan de kwaliteit van de winkel en daarbij aan de kwaliteit van het winkelaanbod. Voor de consument wordt een kwalitatief betere winkel gerealiseerd, waardoor de supermarkt op langere termijn behouden kan blijven voor de inwoners van Veghel.

Ruimtelijke effecten

In Veghel staat momenteel 8.043 m² vwo aan commerciële ruimte leeg, verdeeld over 42 verkooppunten (tabel 3.4). De leegstand in winkelmeters is berekend op 8,7%. Dit is lager dan het gemiddelde in kernen met een vergelijkbare omvang, en gelijk aan het provinciaal gemiddelde. Wel is het hoger dan de gemiddelde leegstand in de gemeente Meierijstad. Momenteel staat 10,3% van de panden in Veghel leeg. Dit is hoger dan het gemiddelde in vergelijkbare kernen, het gemiddelde in de gemeente en in de provincie. Uit de leegstandsanalyse blijkt dat de leegstand relatief hoog is, maar wel overwegend kleinschalig. De omvang van de leegstand is procentueel lager dan de leegstand in winkelpanden. De gemiddelde omvang per leegstaand pand in Veghel is dan ook kleiner dan het gemiddelde in vergelijkbare kernen en het provinciaal gemiddelde.

Tabel 3.4 Leegstandsanalyse (bron: Locatus, 2020)

	aantal verkooppunten			omvang (m ² vwo)		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
provincie Noord-Brabant	32.152	2.746	8,5%	6.537.954	569.726	8,7%
gemeente Meierijstad	1.007	88	8,7%	224.477	14.356	6,4%
Veghel	409	42	10,3%	92.498	8.043	8,7%
te verwachten aanbod op basis van het gemiddelde in kernen met 30.000 tot 50.000 inwoners	420	40	9,5%	89.310	8.450	9,5%

3.5. Conclusie

Aldi werkt momenteel aan een moderniseringsslag van haar winkels, zo ook in Veghel. De huidige winkel van Aldi is te klein en voldoet niet meer aan de formule-uitgangspunten. Het is op termijn geen duurzaam-economische vestigingslocatie meer. Uitbreiding van de winkel is gewenst. Op de huidige locatie zijn hier ruimtelijk gezien geen mogelijkheden voor. Voor de kwaliteit en compleetheid van het supermarktaanbod is het van belang om de harddiscounter te behouden voor de inwoners van Veghel. De harddiscounter Aldi vormt door haar specifieke positionering een aanvulling op het overige supermarktaanbod. Aldi is daarom voornemens om de winkel te verplaatsen naar de overzijde ter plaatse van het huidige

sportcentrum om zo een economisch-duurzame winkel met een moderne omvang te realiseren. Uit het distributieplanologisch onderzoek worden geen onaanvaardbare effecten op de dagelijkse winkelstructuur verwacht als gevolg van de uitbreiding van Aldi. Geconcludeerd wordt dat er behoefte is aan de versterking van het dagelijkse winkelaanbod in het centrum van Veghel.

4. Conclusie

22

In deze rapportage is de behoefte aan de beoogde uitbreiding en verplaatsing van Aldi in Veghel in beeld gebracht. De ontwikkeling is getoetst aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Hieronder zijn de belangrijkste conclusies weergegeven.

4.1. Behoefte

Aldi werkt momenteel aan een moderniseringsslag van haar winkelbestand. Ook voor de winkel in Veghel is modernisering gewenst. De huidige winkel is te klein en voldoet niet meer aan de wensen van de moderne harddiscountconsument. Op de huidige locatie zijn in ruimtelijke geen mogelijkheden voor uitbreiding van de winkel. Aldi is daarom voornemens de winkel te verplaatsen naar tegenovergelegen locatie, het huidige sportcentrum, om daar een winkel met een moderne omvang te kunnen realiseren.

In hoofdstuk 2 is geconcludeerd dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij zowel het provinciaal, regionaal als gemeentelijk beleid. Het beleid is gericht op versterking van de detailhandelsstructuur door concentratie van detailhandel. Aldi zal verplaatsen naar de overkant van de straat en blijft op deze locatie onderdeel van het centrum van Veghel, waardoor de winkel als publiekstrekker bij een parkeervoorziening kan blijven behouden.

In hoofdstuk 3 is geconcludeerd dat er behoefte is aan de uitbreiding van Aldi in Veghel. Om een kwalitatief compleet supermarktaanbod te kunnen blijven bieden is het belangrijk om Aldi als harddiscounter te behouden voor de inwoners van Veghel. Aldi heeft als harddiscounter een specifieke rol binnen het koopgedrag van consumenten. Bij harddiscounters doen consumenten vooral aanvullende discountaankopen bovenop de boodschappen die bij de reguliere supermarkten en speciaalzaken worden gekocht. De consument heeft behoefte aan een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op aanvaardbare afstand.

Uit het distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat als gevolg van de uitbreiding van Aldi geen onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat zal ontstaan. De huidige ondernemers in Veghel zijn al bekend met de aanwezigheid van Aldi in het marktgebied. De uitbreiding betreft voornamelijk een kwalitatieve verbetering van de harddiscounter. Met de ontwikkeling wordt het dagelijks winkelaanbod in Veghel verder versterkt.

4.2. Conclusie

Geconcludeerd wordt dat er behoefte is aan de beoogde uitbreiding en verplaatsing van Aldi in Veghel. Met de beoogde ontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.

