

gemeente Heusden

relocatie Aldi Drunen

ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

011209.20150285

projectleider:

ing. J.A. van Broekhoven

auteur(s):

M.G.M.C. Geerts MSc

planstatus

datum:

15-02-2016

opdrachtgever:

Aldi Best B.V.

Inhoud

1. Inleiding	3
1.1. Aanleiding	3
1.2. Onderzoeksopgave	4
1.3. Achtergronden	4
1.4. Leeswijzer	6
2. Actuele regionale behoefte	7
2.1. Relevante regio (in kader van ladder voor duurzame verstedelijking)	7
2.2. Economische analyse	8
2.3. Positionering Aldi binnen de Nederlandse supermarktstructuur	11
2.4. Conclusie	15
3. Locatie-afweging en effectanalyse	16
3.1. Locatiestudie en –afweging	16
3.2. Economische effect	17
3.3. Leegstandsanalyse en ruimtelijk effect	19
3.4. Mogelijkheden voor herinvulling locatie Grotestraat	20
3.5. Conclusie	21
4. Conclusie	23

Bijlagen:

- 1 Locatiestudie beoogde verplaatsing Aldi Drunen

1.1. Aanleiding

Aldi wil in Drunen een vestiging realiseren van 1.100 m² winkelvloeroppervlak (wvo)¹. Dit is niet mogelijk op de huidige locatie, Grotestraat 156a in Drunen. Hierdoor is verplaatsing naar de locatie Tinie de Munnikstraat actueel.

De beoogde locatie ligt aan de rand van de kern Drunen, nabij de ontsluitingswegen Bosscheweg, Duinweg en Spoorlaan (figuur 1.1). Op deze locatie is een duurzame, moderne Aldi-vestiging mogelijk, waarmee de verzorgingsfunctie van deze harddiscountvoorziening voor de gemeente Heusden op peil kan blijven. De huidige locatie is geen duurzame locatie voor een harddiscount-supermarkt. De bereikbaarheid en zichtbaarheid zijn niet optimaal en de huidige omvang van de winkel en de parkeervoorziening voldoet niet aan de eisen van de consument.



Figuur 1.1 Ligging projectlocatie ten opzichte van de huidige locatie Aldi Drunen (ondergrond: TomTom, 2016)

¹ In ruimtelijk-economisch onderzoek in de detailhandel wordt gerekend met winkelvloeroppervlak (wvo). Dit betreft het voor consumenten toegankelijke en zichtbare deel van het gebruiksoppervlak. Het winkelvloeroppervlak is exclusief de oppervlakken van het magazijn, kantoor en de sociale en technische ruimten.

1.2. Onderzoeksopgave

In deze notitie wordt een onderzoek naar de beoogde locatie weergegeven. Hierin is de volgende informatie opgenomen:

- een onderzoek naar de behoefte aan de ontwikkeling van de harddiscounter Aldi;
- de locatiekeuze voor de ontwikkeling van de harddiscountvoorziening;
- een verkenning naar de mogelijke effecten van de verplaatsing;
- een verkenning naar de mogelijkheden voor herinvulling van de vrijkomende locatie in Drunen.

In dit onderzoek wordt ingegaan op de behoefte aan een discountvoorziening in Drunen conform de 'ladder voor duurzame verstedelijking'²⁾ (art. 3.1.6 lid 2 Bro) en de mogelijke effecten van de verplaatsing van Aldi. De onderzoeksvraag is dan ook of de beoogde verplaatsing van Aldi in Drunen past binnen de kaders van duurzame verstedelijking, zoals geformuleerd in artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening.

1.3. Achtergronden

De Aldi aan de Grotestraat 156a in Drunen voldoet niet meer aan de eisen van de hedendaagse consument (zie onderstaande). Hierdoor loopt het bezoekersaantal van Aldi terug, omdat consumenten in de regio naar alternatieven zoeken voor de specifieke harddiscount-aankopen. Het functioneren van deze harddiscountsupermarkt staat dan ook onder druk, waarmee de kans bestaat dat de harddiscountvoorziening voor de kern verloren gaat.

Omvang en uitstraling winkel

De winkel van Aldi in Drunen heeft een oppervlak van 640 m² vvo. Net als bij de overige supermarkten, wensen ook de bezoekers van Aldi meer service en comfort in de winkel. Om hieraan tegemoet te komen – en de concurrentie bij te blijven – wordt door Aldi niet zozeer de typische harddiscountopstelling (sobere productpresentatie en de verkoop van producten vanuit dozen) losgelaten, maar worden wel de gangpaden breder, de schappen ruimer en het assortiment enigszins uitgebreid met verse en gekoelde producten. Voor deze zaken is een groter vloeroppervlak noodzakelijk.

Aldi voert een landelijk formulebeleid, waarbij ieder filiaal hetzelfde assortiment heeft, ondanks dat er grotere en kleine filialen zijn. Momenteel streeft Aldi ernaar alle filialen te vergroten naar een vaste maatvoering van circa 1.100 m² vvo om aan de wensen van de hedendaagse consument tegemoet te komen. Een deel van de huidige locaties van Aldi is te klein voor het inpassen van de landelijke formule. Aldi wil daarom deze winkels sluiten en vervangen door grotere filialen. Om te kunnen overleven moet ook de Aldi in Drunen groeien naar uiteindelijk circa 1.100 m² vvo

Laden en lossen

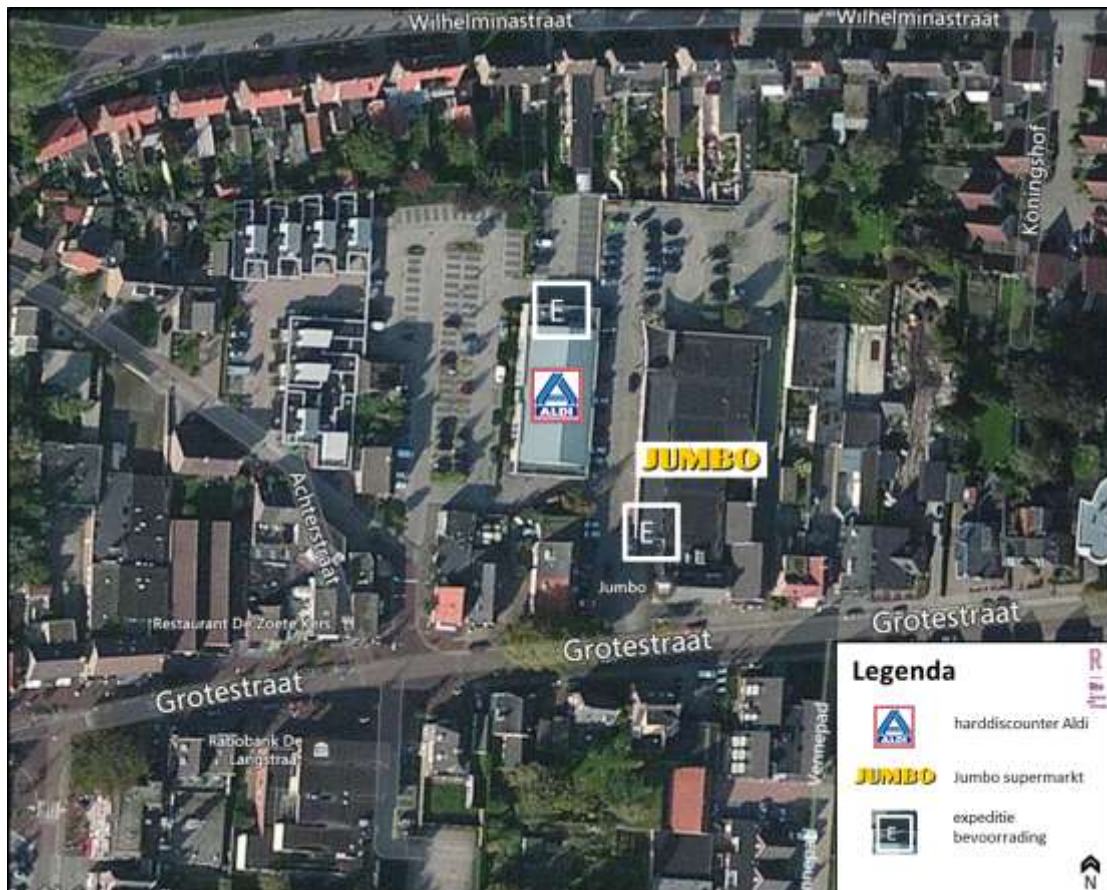
De dagelijkse bevoorrading van de Aldi-supermarkt (en de overige supermarkten) door zwaar vrachtverkeer brengt (verkeers)overlast in het centrum van Drunen met zich mee. Het laden en lossen ten behoeve van de Aldi-supermarkt vindt plaats nabij woningen, aan de achterzijde van de winkel

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

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

(figuur 1.2). Hierdoor moet het vrachtverkeer het hele parkeerterrein over om de Aldi te bevoorraden. Hierdoor kunnen onveilige verkeerssituaties ontstaan.

Op de huidige locatie (Grotestraat 156a, Drunen) ligt de winkel ingesloten tussen de naastgelegen Jumbo supermarkt (oostzijde), kleinschalige detailhandel (zuidzijde), het parkeerterrein (westzijde) en de achtertuinen van de nabijgelegen woningen (noordzijde). Door deze situatie is de winkel nauwelijks zichtbaar vanaf de weg, maar ook lastig te bereiken voor vrachtverkeer.



Figuur 1.2 Ligging huidige vestiging aan de Grotestraat (ondergrond: Bing Maps, 2016)

Parkeren en bereikbaarheid

Omdat de consument regelmatig de boodschappen doet – en dan vaak met de auto – wenst deze te beschikken over goed bereikbare supermarkten met ruim parkeren-voor-de-deur. De Aldi in Drunen beschikt over een parkeervoorziening voor de deur, maar deze is beperkt van omvang, matig bereikbaar en matig zichtbaar.

De Aldi heeft een verscholen ligging in het centrum en is slecht zichtbaar voor consumenten (figuur 1.3). De vestiging heeft geen zichtbare gevelruimte naar het openbaar gebied. Tot slot beschikt de winkel over relatief weinig parkeerplaatsen. In de praktijk is namelijk een deel van de parkeerplaatsen niet beschikbaar, omdat de bezoekers van de naastgelegen Jumbo, maar ook andere centrumbezoekers, gebruikmaken van de parkeerplaatsen. De parkeerbehoefte van een harddiscountsupermarkt staat weergegeven in bijlage 1.



Figuur 1.3 Zichtbaarheid vestiging Aldi, Grotestraat 156a Drunen (bron: Google Streetview, 2016)

1.4. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is onderzocht wat de actuele regionale behoefte is aan de beoogde verplaatsing. In hoofdstuk 3 komt de locatieafweging aan bod met de (mogelijke) effecten van de voorgenomen ontwikkeling. In hoofdstuk 4 is de conclusie opgenomen. Ter onderbouwing van de locatie-afweging is in de bijlage een locatiestudie opgenomen.

2. Actuele regionale behoefte

In dit hoofdstuk is de actuele regionale behoefte aan de vergroting van de harddiscountvoorziening in Drunen onderzocht.

2.1. Relevante regio (in kader van ladder voor duurzame verstedelijking)

In het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6 lid 2 Bro) moet de actuele regionale behoefte worden afgewogen. De begrenzing van de regio is afhankelijk van de soort ontwikkeling. Het primaire verzorgingsgebied van de beoogde Aldi is gedefinieerd als de kernen Drunen en Elshout. Deze regio biedt voldoende draagvlak voor een vestiging van Aldi.

Omdat consumentengedrag redelijk voorspelbaar is, kan worden nagegaan of ook vanuit de overige plaatsen rond Drunen behoefte bestaat aan de beoogde Aldi.

Als de Aldi aan de Tinie de Munnikstraat wordt gerealiseerd, is deze vanuit de regio via de A59 en Tinie de Munnikstraat en Bosscheweg goed bereikbaar (figuur 2.1).

- Voor inwoners van Nieuwkuijk kan de Aldi in Drunen dan een extra keuze worden voor de discountaankopen. Overigens houden deze consumenten ook de beschikking over de Aldi Vlijmen die voor veel inwoners van Nieuwkuijk dichterbij ligt, waardoor Nieuwkuijk slechts als secundair marktgebied op te vatten is.
- Sinds december 2014 is Aldi vertrokken in Waalwijk³⁾, waardoor wellicht een deel van de consumenten uitwijkt naar Drunen of Kaatsheuvel voor de discountaankopen. Ook Waalwijk is slechts op te vatten als secundair marktgebied van de beoogde Aldi in Drunen, omdat de beoogde ligging aan de oostkant van de kern nadelig is voor de bereikbaarheid vanuit Waalwijk. Ook worden initiatieven ontwikkeld om Aldi terug te laten keren in Waalwijk.
- Voor de consumenten uit de kernen ten noorden van Drunen zal de goed bereikbare Aldi in Wijk en Aalburg de keuze blijven voor discountaankopen.

Gezien het bovenstaande zijn de kernen Drunen en Elshout het primair verzorgingsgebied van de beoogde Aldi in Drunen, waar vandaan de meeste omzet zal komen. Deze beide kernen worden daarom opgevat als relevante regio voor de analyse (in het kader van de toets aan de ladder).

³⁾ Distrifood (20 mei 2015). Geraadpleegd op: <http://www.distrifood.nl/formules/nieuws/2015/5/lidl-koopt-winkelcentrum-in-waalwijk-10191034>



Figuur 2.1 Ruimtelijke spreiding Aldi-vestigingen

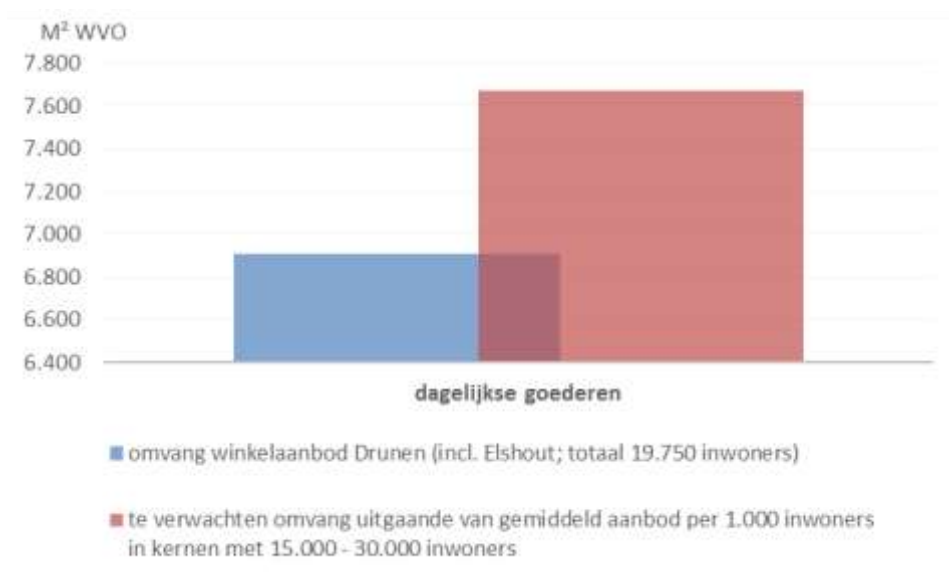
2.2. Economische analyse

Uitgangspunt van de economische analyse is het primaire verzorgingsgebied van Aldi / de winkels in dagelijkse goederen in Drunen. Dit primaire verzorgingsgebied betreft de woonplaatsen Drunen en Elshout, omdat Elshout zelf geen winkels heeft en – door de nabijheid – de inwoners voor de boodschappen primair gericht zijn op de winkels in Drunen.

Dit primaire verzorgingsgebied wordt ook als de relevante regio beschouwd in het kader van de toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

Omvang winkelaanbod Drunen

Met de economische analyse wordt allereerst gekeken naar het winkelaanbod van Drunen in vergelijking tot gelijkwaardige kernen qua inwoneraantal in heel Nederland. Hieruit blijkt dat de omvang van het winkelaanbod in Drunen blijft iets achter bij de omvang die verwacht mag worden op basis van het inwonertal van het verzorgingsgebied (Drunen en Elshout), zoals weergegeven in figuur 2.2. Het verschil is circa 750 m² vvo. De resultaten van deze vergelijking moeten in perspectief worden gezien, maar deze zijn een indicatie voor ruimte voor (kwantitatieve behoefte aan) uitbreiding van het winkelaanbod in de sector dagelijkse goederen.



Figuur 2.2 De omvang van het winkelaanbod in de sector dagelijkse goederen afgezet tegen de te verwachten omvang op basis van het gemiddeld aanbod per 1.000 inwoners in alle woonplaatsen binnen dezelfde inwonerscategorie in Nederland (Locatus, februari 2016)

Economische analyse

De uitgangspunten van de economische (distributieplanologische) analyse zijn de te vinden in tabel 2.1.

Tabel 2.1 Uitgangspunten economische analyse

variabele	Toelichting	waarde	bron
inwonertal primair verzorgingsgebied	het primaire verzorgingsgebied voor de analyse is: Drunen en Elshout	19.750 inwoners	CBS, 2016: gegevens per 01-01-2015
toonbankbestedingen sector dagelijkse goederen	Voor deze analyse wordt uitgegaan van de Nederlandse gemiddelde toonbankbestedingen in de winkelsector dagelijkse goederen (supermarkten, versspecialzaken en winkels in persoonlijke verzorging). Toonbankbestedingen zijn exclusief bestedingen op internet en in de ambulante handel.	€ 2.593,- per inwoner per jaar	Detailhandel.info ⁴⁾ , 2016
koopstromen	de koopstromen bestaan uit koopkracht-binding en koopkrachttoevoeiing. Voor Drunen is geen recent koopstromen-onderzoek beschikbaar, daarom is een schatting gemaakt op basis van de ervaring met vergelijkbare verzorgingsgebieden.	-	-
- koopkrachtbinding	De koopkrachtbinding is het aandeel van het besteedbaar inkomen van inwoners van Drunen en Elshout aan dagelijkse goederen dat zij uitgeven in Drunen zelf.	92%	-

⁴⁾ De Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij heeft als doel belanghebbenden in de detailhandel te voorzien van de juiste cijfers over de detailhandel. Deze cijfers worden jaarlijks geactualiseerd. De actuele cijfers worden gepubliceerd op detailhandel.info.

- koopkrachttoevloeiing	De koopkrachttoevloeiing is het deel van de omzet van de winkels in dagelijkse goederen in Drunen dat afkomstig van bestedingen van consumenten van buiten Drunen en Elshout.	14%	-
landelijk gemiddelde omzet per m² wvo in sector dagelijkse goederen	Uitgangspunt is dat de detailhandel economisch-duurzaam kan functioneren bij een omzet per m ² wvo (exclusief btw) in de sector dagelijkse goederen die overeenkomt met het landelijk gemiddelde. Het betreft de gemiddelde omzet per m ² van supermarkten, versspeciaalzaken en winkels in persoonlijke verzorging.	€ 7.659 per m² wvo per jaar	Detailhandel.info ²⁾ , 2016
omvang winkelaanbod sector dagelijkse goederen Drunen	De winkelsector dagelijkse goederen in Drunen is uitgangspunt van de analyse (in Elshout zijn geen winkels in dagelijkse goederen). Deze sector bestaat uit supermarkten, versspeciaalzaken en winkels in persoonlijke verzorging.	6.911 m² wvo	Locatus, februari 2016

Analyse huidige marktomstandigheden

Met de uitgangspunten uit tabel 2.1 is in tabel 2.2 een analyse uitgevoerd van de marktomstandigheden in de sector dagelijkse goederen in Drunen.

Tabel 2.2 Economische analyse huidige marktomstandigheden (2016)

	Drunen	bron:
inwonertal marktgebied	19.750	CBS, 2016; gegevens over 2015
bestedingen (excl. btw)	€ 2.593	Detailhandel.info, 2016
bestedingspotentieel	€ 51.211.743	
koopkrachtbinding	92%	<i>inschatting Rho</i>
gebonden bestedingen	€ 47.114.803	
koopkrachttoevloeiing %	14%	<i>inschatting Rho</i>
koopkrachttoevloeiing €	€ 7.670.000	
omzet in marktgebied totaal	€ 54.785.000	
omvang winkelaanbod in m ² wvo	6.911	Locatus, 2016
berekende vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 7.927	
gemiddelde vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 7.659	Detailhandel.info, 2016
te verwachten omzet	€ 52.931.895	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	4%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 1.853.105	
ruimte voor ontwikkeling in m²	200	

Uit de economische analyse van de huidige marktomstandigheden volgt dat er in de huidige marktomstandigheden enige ruimte is voor ontwikkeling in de sector dagelijkse goederen in Drunen. Anders gezegd: er is sprake van kwantitatieve behoefte aan ontwikkeling in de sector dagelijkse goederen. Het verschil ten opzichte van het gemiddelde op basis van de distributieve analyse is 200 m²

wvo. Dit te klein voor de komst van een extra supermarkt. De ruimte kan wel ingezet worden voor groei van de bestaande aanbieders.

Overigens kunnen de winkels in dagelijkse goederen ook economisch-duurzaam functioneren bij een winkelaanbod dat beperkt groter is dan de verwachting op basis van landelijke gemiddelden.

Geconcludeerd wordt dat er sprake is van een kwantitatieve actuele regionale behoefte in het primaire verzorgingsgebied.

2.3. Positionering Aldi binnen de Nederlandse supermarktstructuur

Segmentering supermarkten Drunen

Drunen heeft vijf supermarkten binnen de kern: Albert Heijn, Aldi, Emté, Jumbo en Lidl (figuur 2.3). Aldi onderscheidt zich van de andere supermarkten als enige *harddiscounter*. Zoals uit het navolgende blijkt, verschilt Aldi steeds meer van Lidl. Deze formule wordt door recente ontwikkeling momenteel opgevat als *goedkope service-supermarkt*.



Figuur 2.3 Huidige supermarktstructuur Drunen (Locatus, februari 2016)

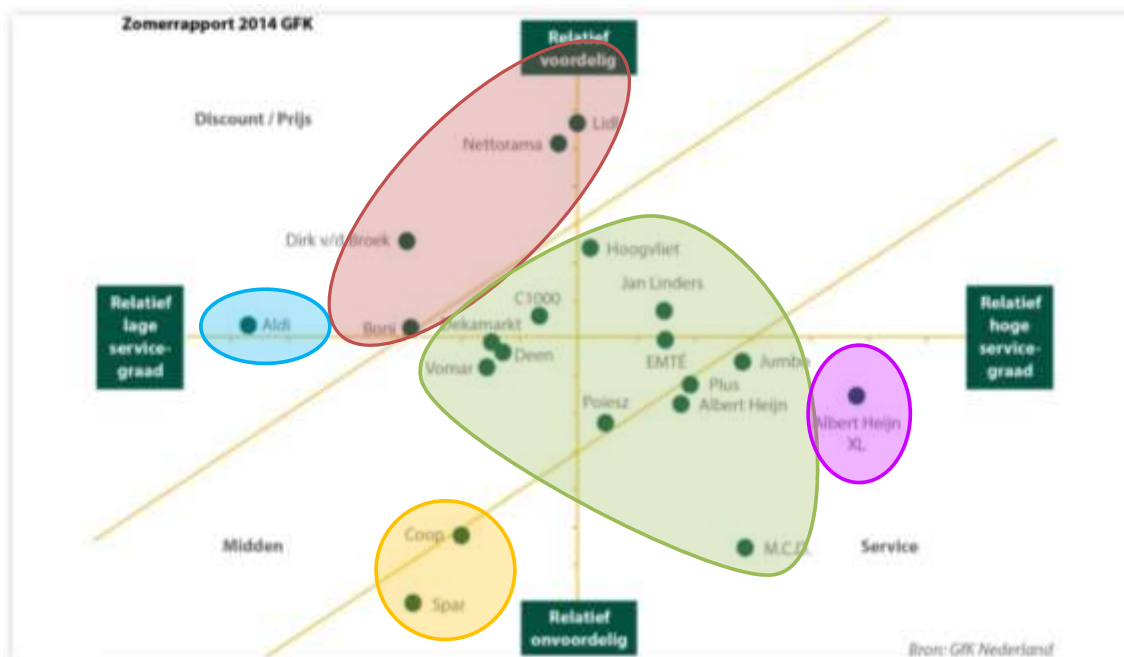
In hun strijd om de gunst van de kritische consument ontwikkelen supermarkten zoveel mogelijk unieke kwaliteiten. Daarbij zijn twee troeven van belang:

- 1) De prijsstelling van het assortiment en de aanbiedingen. Belangrijk hierbij is ook de prijs-kwaliteitverhouding van vooral de huismerken en de *private label*-merken.
- 2) Het serviceniveau. Dit betreft zowel de omvang (breedte en diepte) van het assortiment, de service op de versafdelingen (al of niet vers afgesneden, vers afgebakken, voorverpakt etc.) als het aantal kassa's en de servicebalie.

Bovenstaande aspecten zijn in verschillende verhoudingen aanwezig bij supermarkten, waardoor min of meer complementaire marktsegmenten zijn te onderscheiden. Supermarkten kunnen op basis van functie en kenmerken worden ingedeeld in 5 categorieën (figuur 2.4):

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

Behalve het segment 'buurtsuper' zijn in Drunen alle marktsegmenten vertegenwoordigd. Het is wenselijk deze situatie complete voorzieningsstructuur te behouden.



Figuur 2.4 Positionering supermarktketens (GfK, zomer 2014⁵⁾; *arcering Rho*)

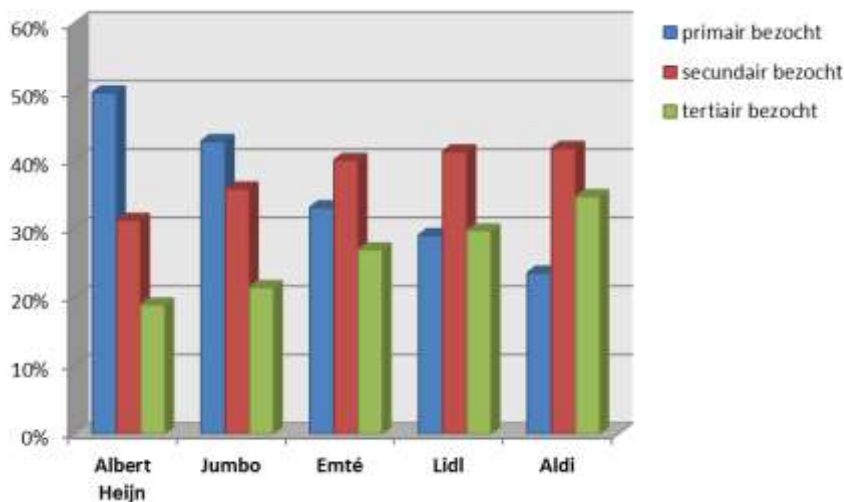
Secundaire functie harddiscountsupermarkten

Harddiscounters verkopen een specifiek assortiment met hoofdzakelijk eigen merken tegen de allerlaagste prijzen. Vergelijken met reguliere supermarkten is het assortiment klein – nog geen 1.000 afzonderlijke producten tegenover gemiddeld 15.000 afzonderlijke producten in een reguliere supermarkt.

⁵⁾ Onderzoeksbureau GfK heeft ook eind 2014 en in de zomer van 2015 haar onderzoeksresultaten gepresenteerd. GfK heeft er echter voor gekozen om de onderzoeksmethodiek aan te passen, waardoor de resultaten niet meer bruikbaar zijn voor dit onderzoek.

De functie van harddiscounters voor de consument blijkt uit gemeten consumentengedrag. De Nederlandse consument bezoekt per maand namelijk gemiddeld 2,9 verschillende supermarkten (Deloitte, 2014):

- De primair bezochte supermarkten worden vaak meerdere keren per week bezocht – en dan vooral voor de grote week/weekendboodschappen. Over het algemeen worden de supermarkten primair bezocht die beschikken over een breed en diep productaanbod in alle prijsklassen en met een ruim en divers versaanbod. Dit zijn doorgaans de service-supermarkten. In de kern Drunen zijn dat de Albert Heijn, Emté, en Jumbo. De formule, de winkelomvang, maar vooral de nabijheid van de supermarkt zijn van belang voor de consument in de overweging welke supermarkt zij primair bezoeken. Lidl afficheert zich van oudsher als (hard)discountformule, maar door de recente verbreding (vers brood, verse groenten, vers vlees) en verdieping (luke vers- en kruidenierswaren) van het assortiment wordt deze supermarktformule door steeds meer consumenten *primair* bezocht (zie figuur 2.5).
- Veel consumenten bezoeken regelmatig aanvullend andere supermarkten. Zo wordt harddiscount Aldi hoofdzakelijk secundair bezocht. De consumenten bezoeken deze supermarkt eenmaal in de week/twee weken voor specifieke discountaankopen. Afstand is een minder belangrijk criterium bij de keuze voor een discountsupermarkt, omdat consumenten deze minder frequent bezoeken en doorgaans specifieke producten 'in bulk' aanschaffen. Door deze functie voor de consument is bereikbaarheid met de auto van groot belang voor een harddiscount.
- Een aantal consumenten bezoekt enkele keren per maand nog andere supermarkten, bijvoorbeeld voor specifieke aanbiedingen of tijdens woon-werkverkeer. Dergelijke tertiair bezochte supermarkten kunnen daarom iedere supermarktformule betreffen.



Figuur 2.5 Aandeel primaire en niet-primaire bezoekers per supermarktformule (Deloitte, 2015)

Harddiscountfunctie Aldi

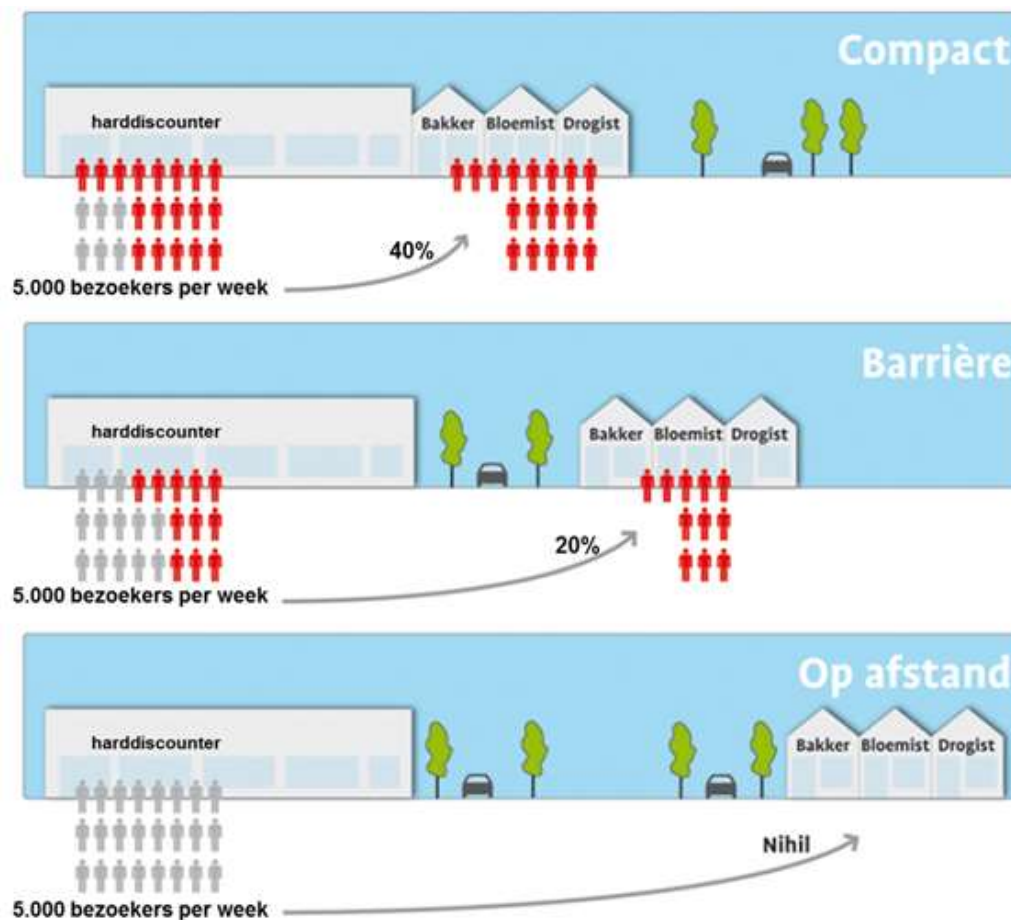
Consumenten schaffen doorgaans de meeste boodschappen aan bij de dichtstbijzijnde reguliere supermarkt. Deze beschouwen zij als primaire supermarkt. In Drunen zijn dit de Albert Heijn, Emté, Jumbo en Lidl. Laagfrequent bezoekt een deel van de consumenten Aldi voor specifieke harddiscountaankopen – al dan niet in bulk. Dit consumentengedrag maakt het marktaandeel van een harddiscount relatief laag ten opzichte van de marktaandelen van de reguliere supermarkten in een verzorgingsgebied. Deze positie van harddiscounters binnen de winkelstructuur maakt dat er buiten de grote steden 'markt' is voor één harddiscount op ongeveer iedere 20.000 inwoners. Drunen heeft 18.105 inwoners en Elshout 1.645 inwoners (CBS, 2016) – in totaal 19.750 inwoners, waardoor er voldoende draagvlak is voor een harddiscount.

De consument heeft daarom in kwalitatieve zin behoefte aan Aldi om te kunnen voorzien in de harddiscount aankopen. De Aldi is dan ook een complementair onderdeel van de voorzieningenstructuur van de kern Drunen.

Aldi beperkte trekker van centrumbezoekers

In algemene zin gelden supermarkten als consumententrekkers, waarbij overige winkels in een winkelgebied profiteren van het combinatiebezoek door consumenten tussen supermarkt en speciaalzaak. Combinatiebezoek vindt bij discountsupermarkten minder plaats dan bij reguliere supermarkten: gemiddeld gaat circa 75% van de bezoekers van een reguliere supermarkt ook naar naastgelegen winkels versus circa 40% combinatiebezoek bij discountsupermarkten (Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak, DTnP, 2011).

Het percentage combinatiebezoek tijdens dezelfde winkeltrip is afhankelijk van 1) de soort supermarkt, want reguliere supermarkten genereren fors meer combinatiebezoek als harddiscounters, en 2) de situering van de supermarkt ten opzichte van de overige winkels. In figuur 2.6 is het percentage combinatiebezoek schematisch weergegeven voor harddiscountsupermarkten (uitgaande van een evenredig verloop in de percentages naar situering als bij fullservice-supermarkten).



Figuur 2.6 Schematische weergave van het gemiddelde combinatiebezoek naar ruimtelijke situering tussen harddiscountsupermarkt en speciaalzaak

Als de winkels aan hetzelfde plein gevestigd zijn, wordt door gemiddeld 40% van de consumenten het bezoek aan een harddiscountsupermarkt gecombineerd met het bezoek aan een speciaalzaak. Ligt de harddiscountsupermarkt zichtbaar, maar verderop in de straat dan zal circa 20% het bezoek aan de supermarkt combineren. Ontbreekt een zichtrelatie tussen beiden dan zal het aandeel combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak snel naar 0% dalen.

In Drunen is nauwelijks sprake van een zichtrelatie tussen de Aldi-supermarkt en de overige winkels, waardoor deels sprake is van het scenario 'barrière', maar vooral van het scenario 'op afstand'. De winkel is nauwelijks zichtbaar vanaf de winkelstraat, maar is wel gelegen nabij het kernwinkelgebied van Drunen. Het aandeel combinatiebezoek zal door die situering uitkomen tussen de 0% en 20%. Daarbij

wordt opgemerkt dat dit het combinatiebezoek betreft van bezoekers aan Aldi die de winkel slechts eens in de week/eens in de twee weken bezoeken, daarom mag ervan worden uitgegaan dat de Aldi-bezoekers reeds vaker en op andere momenten het centrum van Drunen bezoeken voor de overige detailhandel en/of voorzieningen. Dit zullen zij ook blijven doen als Aldi niet meer in het centrum gevestigd is.

Jurisprudentie over positie van Aldi

De hierboven beschreven complementariteit van de Aldi-formule is bevestigd in een uitspraak van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State (ABRvS 201306171/1/R2). De Afdeling overweegt hierbij ook dat bij een overschrijding van de distributieve ruimte niet direct sprake is van een duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur met de toevoeging van een harddiscount supermarkt, omdat deze supermarkt complementair is ten opzichte van andere supermarkten.

2.4. Conclusie

Uitbreiding is wenselijk om te kunnen blijven voldoen aan de behoefte aan een harddiscountsupermarkt in de regio. De beoogde ontwikkeling is dan ook gericht op het duurzaam-economisch behoud van de harddiscount voor Drunen en omgeving. De consumenten hebben behoefte aan een complete voorzieningenstructuur op aanvaardbare afstand. Met een bevolking van circa 20.000 inwoners is er binnen Drunen en Elshout voldoende draagvlak voor een 'eigen' harddiscountvoorziening. Er bestaat in Drunen kwantitatieve behoefte aan uitbreiding van de sector dagelijkse goederen. Gezien de omvang van de behoefte kan deze het beste worden ingezet voor versterking van bestaande aanbieders. In kwalitatieve zin voldoet de huidige vestigingslocatie van Aldi niet meer aan de behoefte van de huidige consument. De winkel is te klein, de parkeerruimte te beperkt en de bereikbaarheid is matig. Geconcludeerd wordt dat Aldi een wezenlijk onderdeel uit maakt van een complementair aanbod aan dagelijkse goederen. Bij discounters doen consumenten vooral aanvullende discountaankopen bovenop de boodschappen die bij de reguliere supermarkten en speciaalzaken worden gekocht. Om de complete voorzieningenstructuur in Drunen te behouden wordt door Aldi gezocht naar een alternatieve vestigingslocatie die voldoet aan de eisen (van de consumenten en van Aldi). In het volgende hoofdstuk is de locatiekeuze en de effectanalyse aan de orde.

3. Locatie-afweging en effectanalyse

In hoofdstuk 2 is geconcludeerd dat er behoefte is aan een volwaardige harddiscounter in Drunen. De Aldi aan de Grotestraat 156a vervult momenteel deze rol in Drunen, maar door de beperkte omvang van de winkel en de matige bereikbaarheid en parkeersituatie kan Aldi deze rol niet goed waarmaken. Uitbreiding van de winkel en de parkeergelegenheid is echter niet te realiseren op de huidige locatie van Aldi, daarom is gezocht naar een alternatieve vestigingslocatie, zodat de harddiscountvoorziening behouden kan blijven voor Drunen en omgeving.

3.1. Locatiestudie en –afweging

Locatiestudie

In bijlage 1 van dit onderzoek is een locatiestudie opgenomen ten behoeve van de beoogde verplaatsing van Aldi. Ten grondslag aan de locatiestudie ligt een inventarisatie naar de vestigingseisen van een moderne harddiscountsupermarkt. Vervolgens zijn deze vestigingseisen beoordeeld op de ruimtelijke consequenties. De resultaten zijn opgenomen in de bijlage 1. Samengevat: de specifieke kenmerken van een harddiscountsupermarkt impliceren dat nieuwe vestigingen niet altijd in de reguliere centrumgebieden passen. In algemene zin is het overheidsbeleid gericht op vestiging van detailhandel in centrumgebieden. Onder voorwaarden kan daarvan worden afgeweken. De ruimtelijke kenmerken van een harddiscountsupermarkt maken dat het te overwegen is om deze buiten centrumgebieden te vestigen. De ruimtelijke kenmerken van harddiscounters hebben gevolgen voor de leefbaarheid in kernen. Een Aldi heeft specifiek:

- een relatief hoog autogebruik met relatief veel autobewegingen ten opzichte van andere winkelformules;
- een relatief groot ruimtebeslag voor parkeerruimte;
- bij een gebrek aan parkeerruimte is er (mogelijk) overlast van zoekverkeer, foutparkeerders en dergelijke; overlast van bevoorrading met relatief grote vrachtwagens (manoeuvrerruimte).

Bovenstaande ruimtelijke kenmerken van een harddiscountsupermarkt zijn vervolgens afgezet tegen de potentiële vestigingslocaties binnen Drunen. De onderzochte locaties zijn in overleg met de gemeente Heusden gekozen. Het gaat om de volgende locaties.

1. Huidige locatie aan de Grotestraat 156a in Drunen.
2. Leegstaande winkelpanden in Drunen.
3. Voormalig kantoor van Rabobank aan de Grotestraat 149.
4. Terrein achter het Raadhuis.
5. Locatie Tinie de Munnikstraat.

De beoogde ontwikkeling is gericht op het duurzaam behoud van een harddiscountvoorziening (Aldi) in Drunen. De huidige Aldi van 640 m² vwo aan de Grotestraat 156a in Drunen sluit niet aan bij de eisen/behoefte van de consument en van de supermarktorganisatie. De huidige locatie is niet geschikt en uitbreiding is fysiek niet mogelijk. Uit de locatiestudie wordt geconcludeerd dat er geen geschikte locaties in het centrum van Drunen voorhanden zijn. De locatie aan de Tinie de Munnikstraat is wel geschikt voor het vestigen van een harddiscountvoorziening.

Locatie-afweging

Op basis van de locatiestudie wordt geconcludeerd dat op basis van ruimtelijk relevante argumenten een harddiscounter buiten het kernwinkelgebied toegestaan kan worden. De onderscheidende kenmerken van een harddiscountsupermarkt maken dat deze een relatief groot kavel nodig heeft, dat goed ontsloten moet zijn ten behoeve van het hoge aandeel autoklanten en op een goed bereikbare locatie moet liggen vanwege het grote verzorgingsgebied. Doorgaans is dit een locatie die bereikbaar moet zijn vanuit meerdere dorpen/woonwijken.

Locaties die voldoen aan bovenstaande kenmerken liggen in veel gevallen niet in het centrumgebied, maar juist aan de rand van een kern aan een doorgaande weg. De vestiging van Aldi op een dergelijke locatie (buiten de detailhandelsstructuur) kan worden gehonoreerd, want door de specifieke kenmerken heeft Aldi een complementaire functie ten opzichte van andere supermarkten, waardoor deze harddiscounter weinig invloed heeft op de overige supermarkten in een woonplaats of een gemeente.

3.2. Economische effect

De beoogde ontwikkeling houdt een verplaatsing in van Aldi naar de locatie Tinie de Munnikstraat waarbij de winkel wordt vergroot van 640 m² tot circa 1.100 m² vwo. Een toename van 460 m² vwo. Vooralsnog wordt uitgegaan van herinvulling met detailhandel in non-food (zie ook paragraaf 3.4). Dit is echter niet zeker. De totale omvang van het winkelaanbod in dagelijkse goederen in Drunen wordt 8.011 m² vwo na de beoogde ontwikkeling van Aldi (6.911 + 1.100 m² vwo). Indien de bestaand Aldi-locatie wordt ingevuld met dagelijkse goederen dan kan het overaanbod toenemen met 900 m² vwo. De procentuele toename van het overaanbod wordt maximaal 13%.

Zoals in het voorgaande vermeld, is de beoogde ontwikkeling van Aldi hoofdzakelijk gericht op het bieden van meer comfort aan de huidige klanten. Door de beoogde ontwikkeling zal het aantal klanten in de toekomst wellicht enigszins toenemen, maar deze toename blijft naar verwachting zodanig beperkt dat er geen invloed van uitgaat op de regionale koopstromen. De koopkrachtbinding en -toevloeiing worden dan ook gelijk gehouden.

Supermarkten worden gerealiseerd om langere tijd economisch-duurzaam te functioneren. Daarbij heeft een bestemmingsplan een geldigheidsduur van 10 jaar. Het is daarom van belang de bevolkingsontwikkeling mee te nemen. Voor de gemeente Heusden wordt een bevolkingsgroei verwacht van circa 3% in 2026 ten opzichte van 2016 conform de provinciale bevolkingsprognose (Noord-Brabant, 2014). Op basis van deze gemiddelde toename zal het aantal inwoners in Drunen en Elshout licht toenemen de komende bestemmingsplanperiode (10 jaar).

In tabel 3.1 is een analyse gemaakt van de toekomstige marktomstandigheden na realisatie van de beoogde ontwikkeling van Aldi in Drunen voor een planperiode van 10 jaar.

Tabel 3.1 Economische analyse marktomstandigheden na beoogde ontwikkeling Aldi Drunen in 2026

	Drunen	bron:
inwonertal marktgebied	20.359	CBS, 2016; incl. bevolkingsgroei Drunen en Elshout van +3%)
bestedingen (excl. btw)	€ 2.593	Detailhandel.info, 2016
bestedingspotentieel	€ 52.789.844	
koopkrachtbinding	92%	inschatting Rho
gebonden bestedingen	€ 48.566.656	
koopkrachttoevloeiing %	14%	inschatting Rho
koopkrachttoevloeiing €	€ 7.906.000	
omzet in marktgebied totaal	€ 56.473.000	
omvang winkelaanbod in m ² wvo	7.371	Locatus, 2016 (incl. uitbreiding Aldi)
berekende vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 7.662	
gemiddelde vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 7.659	Detailhandel.info, 2016
te verwachten omzet	€ 56.455.071	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	0%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 17.929	
ruimte voor ontwikkeling in m ²	0	

Na de beoogde verplaatsing en uitbreiding van de Aldi zal naar verwachting het winkelaanbod in dagelijkse goederensector in Drunen in evenwicht zijn met de landelijke gemiddelden. Bij dergelijk evenwicht ten opzichte van het gemiddelde is voor alle detailhandel in dagelijkse goederen in Drunen voldoende omzet te behalen voor economisch-duurzaam functioneren. Geconcludeerd wordt dat er geen winkels de deuren hoeven te sluiten als gevolg van de beoogde ontwikkeling van Aldi, waardoor dit aanvaardbaar is ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Verder wordt een beperkt groter winkelaanbod in de sector dagelijkse goederen in Drunen aanvaardbaar geacht, omdat de Aldi door de beoogde uitbreiding voldoende mogelijkheden heeft om economisch-duurzaam te kunnen ondernemen in Drunen. Waarmee deze harddiscountvoorziening als specifiek onderdeel van de voorzieningenstructuur behouden blijft, hetgeen bijdraagt aan een zo compleet mogelijk voorzieningenniveau voor de inwoners van Drunen en Elshout.

De economische analyse uit bovenstaande tabellen betreft een modelmatige benadering, waarbij ervan uit wordt gegaan dat vergroting van de supermarkt tot een evenredige vergroting van de omzet zal leiden. In werkelijkheid betreft het de beoogde ontwikkeling van Aldi, welke voor een belangrijk deel is gericht op het beter bedienen (en dus vasthouden) van de klanten die momenteel al de Aldi bezoeken. Met de uitbreiding wordt meer service en comfort in de winkel geboden. Uitgedrukt in omzet betekent dit dat de huidige omzet per m² naar verwachting hoger is en dat deze in de toekomst lager zal zijn dan in het model weergegeven. Het effect van de beoogde ontwikkeling op de overige winkels in Drunen zal daarom in werkelijkheid waarschijnlijk kleiner zijn.

Economisch effect regionaal ondernemersklimaat

Vanwege de toekomstige, goed bereikbare ligging van Aldi is wellicht enige groei van de toevloeiing van bestedingen uit de regio te verwachten. Deze komt hoofdzakelijk voort uit bestedingen van consumenten uit de dorpen rond Drunen en Elshout. Deze consumenten krijgen in Drunen een volwaardige keuzemogelijkheid in het harddiscountsegment.

Van een substantiële invloed op de regionale detailhandelsstructuur zal naar verwachting geen sprake zijn, omdat het oppervlak en de spreiding van het harddiscountsegment op regioniveau nauwelijks wijzigt. De beoogde ontwikkeling heeft daarom ook binnen de regio geen onaanvaardbare invloed op het woon-, leef- en ondernemersklimaat op regionaal niveau.

Duurzame ontwricting

In voorgaande analyse is geconcludeerd dat de marktomstandigheden niet substantieel wijzigen als gevolg van de beoogde uitbreiding en verplaatsing van de supermarkt. Hier wordt aan toegevoegd dat

ondernemers altijd rekening moeten houden ontwikkelingen en innovaties van concurrenten in welke vorm dan ook, want deze kunnen altijd effect hebben op de omzetmogelijkheden van een winkel. De beoogde detailhandelsontwikkeling heeft daarom in beginsel geen onaanvaardbare gevolgen voor het ondernemersklimaat in de gemeente Heusden en de kern Drunen.

Het bieden van ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel wordt zelfs gezien als positief voor het ondernemersklimaat, omdat het bedrijven de ruimte biedt om te ontwikkelen en te ondernemen. De beoogde supermarkt is voorzien op een daarvoor ruimtelijk passende locatie, op een goed bereikbare plek waar consumenten behoefte hebben aan een discountvoorziening en in een omgeving met voldoende draagvlak, waardoor een rendabele exploitatie mogelijk is. In die zin is er dan ook geen sprake van een onaanvaardbaar effect op het ondernemersklimaat in Drunen.

3.3. Leegstandsanalyse en ruimtelijk effect

Leegstand

Uit de leegstandsanalyse wordt geconcludeerd dat de leegstand in Drunen lager is dan gemiddeld (tabel 3.2) in vergelijking tot kernen binnen dezelfde inwonersklasse in Nederland. Naar oppervlak staat 9% van de detailhandel leeg (Locatus, februari 2016). De stelregel is dat circa 3 procent van de leegstand is aan te merken als aanvangs-/frictieleegstand. Dit betreft kortdurende leegstand (minder dan één jaar) die ontstaat wanneer de ene winkel verhuist en de volgende niet meteen de volgende dag opent. Het wordt wel gezien als 'smeerolie' van een winkelgebied, omdat het winkels de ruimte (en de tijd) biedt om te investeren. Een deel van de actuele leegstand betreft dus frictieleegstand. De actuele leegstand is drie procentpunt lager dan het landelijk gemiddelde bij kernen met een vergelijkbaar inwonertal (zie tabel 3.2).

Tabel 3.2 Leegstand in Drunen vergeleken met de te verwachten omvang op basis van het gemiddelde in kernen met een vergelijkbaar inwonertal (Locatus, juli 2015)

	verkooppunten			oppervlak (m ² vvo)		
	totaal	leegstand (N)	leegstand (%)	totaal	leegstand (N)	leegstand (%)
Drunen	184	9	5%	24.710	2.342	9%
kernen met 15.000 - 20.000 inwoners	240	20	8%	36.860	4.270	12%

De lage leegstandspercentages in Drunen geven een indicatie dat de detailhandelsmarkt goed functioneert, waarbij ruimte is voor investeringen en ontwikkeling.

Effect centrumgebied Drunen

In hoofdstuk 2 is geconcludeerd dat in algemene zin supermarkten fungeren als trekker voor winkelcentra. Deze trekkersfunctie is voor harddiscounters echter fors lager dan voor overige supermarkten. Hierbij is het volgende van belang:

- Consumenten bezoeken een harddiscounter laagfrequent (gemiddeld eens in de twee weken), en dan met name voor de aanschaf van specifieke producten (in bulk).
- Voor de bovengenoemde aankopen bij de harddiscountsupermarkt gaan consumenten veelal doelgericht op weg. Mede door deze doelgerichtheid combineren consumenten het bezoek aan een harddiscounter relatief weinig met het bezoek aan overige winkels.
- Bij het doen van de reguliere boodschappen bezoeken consumenten juist vaak een supermarkt in combinatie met speciaalzaken en vaak een drogisterij.

Verder is het van belang dat door het beperkte en typische discountassortiment van Aldi (zie paragraaf 2.3) de bezoekers voor een aanzienlijk deel van de boodschappen andere supermarkten en de speciaalzaken zullen (moeten) blijven bezoeken. Een groot deel van de consumenten kiest ervoor de

reguliere boodschappen en de discountaankopen op gescheiden momenten te doen. Bij vestiging van Aldi aan de Tinie de Munnikstraat zullen de consumenten uit Drunen en Elshout dan ook (net als voorheen) de reguliere supermarkten en de speciaalzaken blijven bezoeken voor de aanschaf van het grootste deel van hun boodschappen. Zij bezoeken deze winkels ook vaker (meerdere keren per week) dan een discounter.

Geconcludeerd wordt dat de Aldi niet als cruciale trekker voor bezoek aan het centrum fungeert. Het centrumgebied van Drunen kent na vertrek van Aldi nog drie fullservice-supermarkten (Albert Heijn, Emté en Jumbo) en een volwaardige supermarkt (Lidl). De verplaatsing van Aldi naar een de locatie aan de Tinie de Munnikstraat betekent dan ook niet dat er een grote trekker wegvalt.

Ruimtelijke inpassing locatie Tinie de Munnikstraat

De beoogde locatie aan de Tinie de Munnikstraat is een nieuwbouwlocatie die zich bevindt in bestaande stedelijk gebied (figuur 3.1). In bijlage 1 (locatiestudie) is geconcludeerd dat dit een prima geschikte voor een harddiscountvoorziening: gelegen aan een ontsluitingsweg (Tinie de Munnikstraat) en met voldoende ontwikkelruimte voor parkeren, bevoorrading en de gewenste winkeloppervlakte.



Figuur 3.1 Beoogde locatie Tinie de Munnikstraat

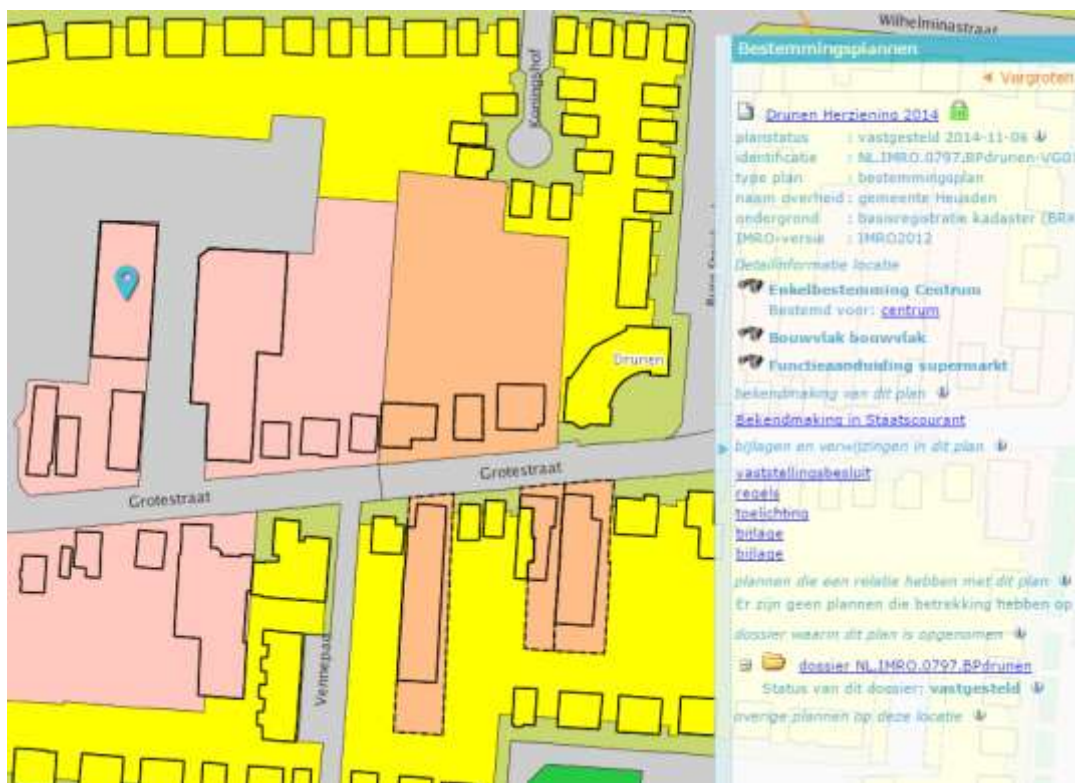
3.4. Mogelijkheden voor herinvulling locatie Grotestraat

Aldi zal de bestaande vestiging aan de Grotestraat 156a in het centrum van Drunen sluiten. De gronden op de vertreklocatie hebben in bestemmingsplan 'Discountsupermarkt Tinie de Munnikstraat' de bestemming 'Centrum' (figuur 3.2). Hier is onder andere toegestaan:

- detailhandel;
- horeca;
- kantoren;
- maatschappelijke voorzieningen;
- dienstverlening uitsluitend op de begane grond;
- wonen;
- maatschappelijke voorzieningen met bedrijfsactiviteiten die zijn genoemd in 'Bijlage 1 Staat van Bedrijfsactiviteiten, onder categorie A danwel B';
- bedrijven die zijn genoemd in 'Bijlage 1 Staat van Bedrijfsactiviteiten, onder categorie A danwel B';

- nutsvoorzieningen;
- tuinen, erven en verhardingen;
- terrassen;
- kiosk.

De bovenstaande mogelijkheden die het bestemmingsplan biedt, in combinatie met de ligging in het centrum, maken herinvulling met een andere functie dan een supermarkt zeer kansrijk.



Figuur 3.2 Uitsnede bestemmingsplan 'Drunen Herziening 2014' (bron: ruimtelijkplannen.nl)

3.5. Conclusie

Ten behoeve van de beoogde ontwikkeling is een locatiestudie uitgevoerd om de verplaatsing van Aldi in Drunen te faciliteren. Het gemeentelijk beleid is gericht op versterking van het centrum, uitbreiding en modernisering op de huidige locatie niet mogelijk, omdat de fysieke ruimte ontbreekt voor een groter winkelpand en de bijbehorende uitbreiding van het parkeren. Ook is elders in het centrumgebied onvoldoende passende ruimte voor de inpassing van de beoogde ontwikkeling.

De beoogde locatie aan de Tinie de Munnikstraat in Drunen bevindt zich binnen het bestaand stedelijk gebied en voldoet aan eisen die de consument stelt aan een moderne harddiscountvoorziening: gelegen nabij een gebiedsontsluitingswegen en met voldoende ruimte voor parkeren, bevoorrading en de gewenste winkeloppervlakte. Daarbij maakt de geografische ligging van de locatie een goede bereikbaarheid voor autobezoekers vanuit de relevante regio (Drunen en Elshout) mogelijk. Het behoud van de harddiscountvoorziening voor Drunen en Elshout (en omgeving) draagt bij aan het woon- en leefklimaat in dit gebied. Het bieden van passende ruimte aan ondernemers om te groeien is positief voor het ondernemersklimaat.

Op basis van economische analyse wordt geconcludeerd dat voor alle detailhandel in dagelijkse goederen in Drunen voldoende omzet te behalen blijft voor economisch-duurzaam functioneren na de beoogde ontwikkeling van Aldi. Er hoeven dan ook geen winkels te sluiten als gevolg van deze ontwikkeling. Van een duurzame ontvrichting van de voorzieningenstructuur is geen sprake.

De inwoners van Drunen en Elshout kunnen op aanvaardbare afstand blijven voorzien in hun eerste levensbehoeften. Er is dan ook geen sprake van een duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur. De beoogde ontwikkeling heeft dan ook geen onaanvaardbare effecten op de detailhandel in Drunen en Elshout. Als gevolg van de verplaatsing van Aldi zal de leegstand in Drunen en Elshout per saldo niet toenemen, waardoor een goed woon- en leefklimaat behouden blijft. Te meer, omdat vertreklocatie voldoende heeft mogelijkheden tot herinvulling met een functie passend bij het centrumgebied van Drunen.

4. Conclusie

In dit hoofdstuk wordt de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Aldi in Drunen getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Overheden die nieuwe stedelijke ontwikkelingen mogelijk willen maken, moeten een aantal stappen zetten die borgen dat tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging en inpassing van die nieuwe ontwikkeling wordt gekomen. Deze stappen volgen de ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij moet worden voldaan aan de volgende voorwaarden:

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

Toetsing trede 1: actuele regionale behoefte

Harddiscountsupermarkten, zoals Aldi, hebben een specifieke rol binnen het koopgedrag van consumenten. Bij harddiscounters doen consumenten vooral aanvullende discountaankopen bovenop de boodschappen die bij de reguliere supermarkten en speciaalzaken worden gekocht.

Dit consumentengedrag maakt het marktaandeel van harddiscountsupermarkten relatief laag ten opzichte van de marktaandelen van de reguliere supermarkten in een verzorgingsgebied. Deze positie van harddiscounters binnen de winkelstructuur maakt dat er buiten de grote steden 'markt' is voor één harddiscount op iedere 20.000 inwoners. Drunen heeft 18.105 inwoners en Elshout 1.645 inwoners (CBS, 2015), waardoor er voldoende draagvlak – behoefte – is voor een supermarkt met het laagste prijspeil, zoals de harddiscount Aldi.

De Aldi aan de Grotestraat 156a in Drunen voldoet niet meer aan de eisen van de moderne consument. Het functioneren van deze supermarkt staat dan ook onder druk, waarmee de kans bestaat dat de harddiscountvoorziening voor de kern / de gemeente verloren gaat. De belangrijkste knelpunten van de locatie zijn als volgt:

- De omvang van de winkel is te beperkt. Ook de zichtbaarheid van de winkel is slecht. Daarbij is de uitstraling van de winkel gedateerd.
- De bereikbaarheid van de supermarkt is matig, omdat de winkel op enige afstand van de doorgaande route naar de omliggende kernen ligt.
- De bevoorrading van de winkel leidt tot verkeersoverlast en onveilige verkeerssituaties.
- De omvang en de situering van de winkel maakt dat deze zijn harddiscountfunctie voor de inwoners van Drunen en omgeving niet kan waarmaken.

De uitbreiding van Aldi is wenselijk om de complete voorzieningenstructuur in Drunen en Elshout op peil te houden. Deze regio heeft ook voldoende inwoners voor een eigen discountvoorziening. Geconcludeerd wordt dat er zowel een kwantitatieve als kwalitatieve actuele regionale behoefte bestaat aan de uitbreiding en verplaatsing van Aldi in Drunen.

Toetsing trede 2 en 3: locatiekeuze en ontsluiting

Het regionale en gemeentelijk beleid is weliswaar gericht op versterking van het centrum, maar uitbreiding en modernisering op de huidige locatie niet mogelijk, omdat de fysieke ruimte ontbreekt voor een groter winkelpand en de bijbehorende uitbreiding van het parkeren. Uit de locatiestudie blijkt dat in het centrum van Drunen momenteel onvoldoende passende mogelijkheden zijn voor inpassing van de beoogde ontwikkeling. Op basis van ruimtelijk relevante argumenten kan een harddiscountvoorziening toegestaan worden buiten het bestaande winkelgebied. De beoogde locatie aan de Tinie de Munnikstraat in Drunen is een geschikte locatie binnen het bestaand stedelijk gebied en voldoet aan alle ruimtelijk relevante vestigingsplaatsseisen van een harddiscountvoorziening: gelegen nabij een gebiedsontsluitingswegen met voldoende ruimte voor parkeren, bevoorrading en de gewenste winkeloppervlakte. Daarbij maakt de geografische ligging van de locatie een goede bereikbaarheid voor autobezoekers vanuit de relevante regio (Drunen en Elshout) mogelijk.

Er is om de volgende redenen geen sprake van onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat door realisatie van de beoogde ontwikkeling:

- Uit de vergelijking van de omvang met het winkelaanbod in qua inwonertal vergelijkbare kernen en uit de economische analyse kan worden geconcludeerd dat er economische ruimte is voor uitbreiding van het winkelaanbod.
- Uit de economische analyse blijkt enige ontwikkelruimte te bestaan die prima ingevuld kan worden met de uitbreiding van bestaande retailers binnen Drunen.
- Het beoogde plan van Aldi betekent weliswaar dat deze winkel groter wordt dan in de huidige situatie, maar dat leidt niet tot een evenredige groei van de omzet. De uitbreiding is namelijk vooral bedoeld om de huidige klanten beter te bedienen met meer comfort in de winkel en ten aanzien van de bereikbaarheid en de parkeersituatie. Onder meer wordt het assortiment ruimer (en vanuit Aldi bekeken efficiënter) uitgestald, maar het aantal afzonderlijke producten in het assortiment neemt niet wezenlijk toe. Deze omvang blijft zeer beperkt: nog geen 1.000 afzonderlijke producten tegenover gemiddeld 15.000 afzonderlijke producten in reguliere service-supermarkten. Bij vestiging van de discountsupermarkt aan de Tinie de Munnikstraat in Drunen zullen de consumenten in de regio dan ook (net als voorheen) de reguliere supermarkten en de speciaalzaken blijven bezoeken voor de aanschaf van het grootste deel van hun boodschappen.
- Het economisch effect van deze supermarktontwikkeling op de overige supermarkten in Drunen blijft beperkt. Verwacht wordt dat het aanbod in evenwicht is op basis van landelijke gemiddelden en valt binnen de 'normale concurrentieverhoudingen'. Er zal daarom als gevolg van de beoogde ontwikkeling geen winkel in dagelijkse goederen in Drunen de deuren hoeven te sluiten.
- De huidige Aldi aan de Grotestraat fungeert door haar harddiscountfunctie nauwelijks als trekker voor centrumbezoek. Met de verplaatsing van de supermarkt zal er dan ook geen cruciaal onderdeel uit het centrum vertrekken. In die zin is er daarom geen sprake van een onaanvaardbaar effect op het woon-, leef- en ondernemersklimaat.
- De achter te laten unit van Aldi in Drunen is geen duurzame locatie voor een supermarkt, maar de verwachting is wel dat de locatie door haar ligging in het centrum kansrijk is voor herinvulling. De winkel kan prima heringevuld worden met een vorm van detailhandel, horeca, dienstverlening of eventueel wonen. Daarom heeft het leegkomen van de winkel geen negatief effect op het kernwinkelgebied. Van onaanvaardbare leegstandseffecten is geen sprake.

Uit het voorgaande volgt dat er als gevolg van de beoogde ontwikkeling van de supermarkt geen winkels hoeven te sluiten. De inwoners van Drunen en Elshout kunnen daarom op aanvaardbare afstand blijven voorzien in hun eerste levensbehoeften. Er is dan ook geen sprake van een duurzame ontvruchting van de voorzieningsstructuur. Er is ook geen onaanvaardbaar effect te verwachten op de leegstand. Het behoud van de discountvoorziening voor Drunen en Elshout (en omgeving) draagt bij aan het woon- en leefklimaat in dit gebied. Het bieden van passende ruimte aan ondernemers om te groeien is positief voor het ondernemersklimaat. Omdat in de behoefte kan worden voorzien op een locatie binnen bestaand stedelijk gebied, hoeft stap 3 van de ladder niet te worden doorlopen. Overigens is de beoogde locatie passend ontsloten voor auto en fiets – met OV-haltes (bus) op korte afstand.

Conclusie

De beoogde ontwikkeling van Aldi is aanvaardbaar binnen de kaders van zorgvuldig ruimtegebruik en een goede ruimtelijke ordening. Daarbij is de ontwikkeling wenselijk om de voorzieningenstructuur in Drunen op peil te houden.

In het kader van de beoogde uitbreiding en verplaatsing van Aldi binnen Drunen zijn door de gemeente en de initiatiefnemer verschillende locaties afgewogen. De uitkomst van deze afweging is verwerkt in het bestemmingsplan Discountsupermarkt Tinie de Munnikstraat. Naar aanleiding van de terinzagelegging is het gewenst om uitgebreider inzicht te geven in de potentiële vestigingslocaties in Drunen. De gemeente Heusden heeft Rho adviseurs voor leefruimte daarom gevraagd een locatiestudie uit te voeren. Deze memo voorziet in een locatiestudie ten behoeve van de beoogde uitbreiding en verplaatsing van de harddiscountvoorziening in Drunen. De onderzochte locaties zijn in overleg met de gemeente gekozen. Het gaat om de volgende locaties.

1. Huidige locatie aan de Grotestraat 156a in Drunen.
2. Leegstaande winkelpanden in Drunen.
3. Voormalig kantoor van Rabobank aan de Grotestraat 149.
4. Terrein achter het Raadhuis.
5. Locatie Tinie de Munnikstraat.



Figuur 1 Potentiële vestigingslocaties harddiscountsupermarkt Drunen (ondergrond: Bing Maps, 2016)

Ruimtelijke kenmerken harddiscountsupermarkt

De ruimtelijk relevante uitgangspunten bij een locatieafweging voor een harddiscountsupermarkt staan hieronder opgenomen.

Trend van schaalvergroting supermarkten in relatie tot een harddiscount

In de detailhandel realiseren veel winkelbedrijven steeds grotere winkels om de veeleisende consument een zo groot mogelijk assortiment en veel comfort (veel kassa's, ruime gangpaden en extra diensten) te kunnen aanbieden. Zo hebben nieuwe full-service supermarkten tegenwoordig een omvang vanaf circa 1.500 tot 3.000 m² wvo. Ook komen XL-supermarkten op met een omvang vanaf 3.000 m² wvo (tot zelfs 6.000 m² wvo) aan winkelruimte. Deze XL-supermarkten hebben een zeer ruim assortiment in verse en verpakte kruidenierswaren en bieden uitgebreide service, zoals verse bereiding van gerechten in de winkel.

Net als bij de overige supermarktketens, wensen ook de consumenten van een harddiscountsupermarkt meer service en comfort in de winkel. Om hieraan tegemoet te komen wordt door Aldi niet zozeer de typische harddiscountopstelling (sobere productenpresentatie) losgelaten, maar worden wel de gangpaden breder, de schappen ruimer en het assortiment met verse en gekoelde producten beperkt uitgebreid (figuur 2). Ten behoeve van kostenbeheersing wordt door Aldi wel vastgehouden aan het kleine assortiment van circa 1.000 artikelen dat vooral wordt verkocht vanuit dozen. Dit leidt tot een nieuwe standaardmaat voor Aldi-winkels van circa 1.100 m² wvo⁶⁾.

Bereikbaarheid en autogebruik harddiscountvoorziening

Uit onderzoek blijkt dat een harddiscountsupermarkt goed bereikbaar zijn met de auto en voldoende parkeergelegenheid moet bieden:

- de afstand die consumenten afleggen tot de supermarkt is afwijkend. Gemiddeld legt een Nederlandse consument 1,8 km af naar zijn primair bezochte supermarkt (Deloitte, 2015). De gemiddelde afstand die consumenten afleggen tot Aldi bedraagt 4,9 km (klantherkomstonderzoek Aldi, Rho, 2013⁷⁾).
- Bezoekerspercentage is hoger bij discount. 79% van de bezoekers van Aldi komt met de auto de boodschappen doen (klantherkomstonderzoek Aldi, Rho, 2015)⁸⁾. Bij een gemiddelde supermarkt komt 49% van de klanten met de auto (Deloitte, 2015).

Verkeersgeneratie

De verkeersgeneratie van supermarkten wordt bepaald op basis van de CROW-kencijfers uit publicatie 317. Voor een discountsupermarkt wordt uitgegaan van 48,8-84,7 mvt/100 m² bvo (weinig stedelijk gebied). Het CROW gaat uit van het begrip bvo conform de NEN 2580 norm. Het totaal bruto vloeroppervlak van de winkel omvat voor het voorliggende plan circa 1.500 m² bvo. Uitgaande van het voorliggende plan bedraagt de verkeersgeneratie 732-1.271 mvt/weekdagetmaal. De omrekenfactor weekdag-werkdag bedraagt 1,2, waardoor de verkeersgeneratie op werkdagen 878 -1.678 mvt per werkdag bedraagt. Deze verkeersgeneratie is van belang voor de locatiekeuze voor een harddiscountvoorziening. De vestiging van een harddiscount brengt een relatief hoge verkeers- en parkeerdruk met zich mee in centrumgebieden.

⁶⁾ Wvo staat voor winkelvloeroppervlak, zijnde het voor consumenten toegankelijke en zichtbare deel van de winkel (exclusief magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten).

⁷⁾ Door Rho is er in 2013 bij 3 Aldi-vestigingen (Heerhugowaard, Alphen aan den Rijn en Culemborg) in een relatief stedelijk gebied op 2 dagen in de week in totaal 1.684 Aldi-klanten de postcode van het woonadres, de besteding en de vervoerswijze genoteerd. Op basis hiervan (6 positie postcode) is de reisafstand tot de Aldi-supermarkt bepaald.

⁸⁾ Door Rho is er in 2015 bij 8 Aldi-vestigingen (Aarle-Rixtel, Baarle-Nassau, Bergeijk, Boxtel, Haren, Heesch, Reusel en Veldhoven) in matig stedelijk gebied op 6 dagen in de week in totaal circa 17.000 Aldi-klanten de postcode van het woonadres, de besteding en de vervoerswijze genoteerd.

Parkeren

Omdat relatief veel consumenten een harddiscounter met de auto bezoeken, heeft een harddiscounter een relatief grote parkeerbehoefte. Dit specifieke kenmerk van discountsupermarkten is erkend door het CROW, daarom is in de CROW-publicatie 317 (2012) een aparte tabel opgenomen met de parkeerbehoefte en verkeersgeneratie van discountsupermarkten (figuur B1).

discountsupermarkt									
	Parkeerkcijfers (per 100 m ² bvo)								aandeel bezoekers
	centrum		schil centrum		rest bebouwde kom		buitengebied		
	min.	max.	min.	max.	min.	max.	min.	max.	
zeer sterk stedelijk	1,6	3,6	2,9	4,9	4,2	6,2	n.v.t.	n.v.t.	
sterk stedelijk	2,3	4,3	3,9	5,9	5,5	7,5	n.v.t.	n.v.t.	
matig stedelijk	2,3	4,3	3,9	5,9	5,5	7,5	n.v.t.	n.v.t.	96%
wenig stedelijk	2,7	4,7	4,6	6,6	6,5	8,5	n.v.t.	n.v.t.	
niet stedelijk	2,9	4,9	4,8	6,8	6,8	8,8	n.v.t.	n.v.t.	

Figuur B1 Parkeerkcijfers discountsupermarkt (CROW, 2012)

Voor Drunen wordt uitgegaan van de kencijfers voor discountsupermarkten in de bebouwde kom in matig stedelijk gebied. Het parkeerkcijfer bedraagt 5,5 - 7,5 parkeerplaatsen per 100 m² bvo. Dit geeft een parkeerbehoefte tussen 76 tot 103 parkeerplaatsen. Per parkeervak wordt een oppervlak aangehouden van 25 m² (inclusief manoeuvreerruimte). Daarnaast moet ruimte worden gereserveerd voor de bevoorrading. In totaal (winkel + buitenruimte) is minimaal 4.500 m² benodigd voor een moderne harddiscount-supermarkt.

De ruimtelijke kenmerken zijn hieronder afgezet tegen de potentiële vestigingslocaties in Drunen.

Locatie 1: huidige locatie Grotestraat 156a

In het ruimtelijk-economisch onderzoek Aldi Drunen (2015) zijn de ruimtelijke knelpunten van de huidige Aldi-locatie aan de Grotestraat 156a benoemd. De huidige winkel voldoet niet meer aan de behoefte van de hedendaagse consument, maar ook in ruimtelijk opzicht kent de locatie beperkingen:

- **Winkel:** Een moderne Aldi winkel omvat circa 1.100 m² vwo. De huidige winkel heeft een omvang van 640 m² vwo (Locatus, januari 2016). De winkel ligt ingesloten tussen de naastgelegen Jumbo supermarkt (oostzijde), kleinschalige detailhandel (zuidzijde), het parkeerterrein (westzijde) en de achtertuinen van de nabijgelegen woningen (noordzijde). Hierdoor zijn de uitbreidingsmogelijkheden op de huidige locatie nihil.
- **Bevoorrading:** De dagelijkse bevoorrading van de Aldi-supermarkt brengt verkeersoverlast met zich mee in het centrum van Drunen. Door deze situatie is de winkel nauwelijks zichtbaar vanaf de weg, maar ook lastig te bereiken voor vrachtverkeer. Bij deze specifieke winkel moet het verkeer aan de Grotestraat zelfs tijdelijk afgesloten worden zodat de bevoorradingsvrachtwagen achteruit het parkeerterrein kan opdraaien. De bevoorrading van de Aldi aan de Grotestraat 156a vindt plaats aan de achterzijde van het gebouw, met als gevolg dat de vrachtwagen het hele parkeerterrein over moet. Vanwege de bevoorrading kunnen onveilige verkeerssituaties ontstaan. In tegenstelling tot de Aldi kan de naastgelegen Jumbo vrijwel direct aan straat bevoorrad worden, waardoor het parkeerverkeer beperkt hinder ondervind van de bevoorrading. De Albert Heijn, Emté en Lidl in Drunen beschikken over een betere expeditie voorziening, waarbij de consumenten beperkt gehinderd worden.
- **Zichtbaarheid:** De huidige Aldi heeft een verscholen ligging aan de rand in het centrumgebied van Drunen. De vestiging heeft geen zichtbare gevelruimte naar de doorgaande route (Grotestraat), waar een groot deel van de passanten langskomt.
- **Bereikbaarheid en parkeren:** Omdat de consument regelmatig de boodschappen doet – en dan vaak met de auto (bijlage) – wenst deze te beschikken over goed bereikbare supermarkten met ruim parkeren-voor-de-deur. De Aldi in Drunen beschikt over een parkeervoorziening voor de deur, maar deze heeft een beperkte capaciteit. Daarbij wordt de parkeerplaats gebruikt door ‘langparkeeders’. Consumenten die het centrumgebied van Drunen bezoeken maken ook gebruik van deze

parkeervoorziening, waardoor de parkeervoorziening wordt gedeeld met de bezoekers van Aldi, Jumbo en andere centrumvoorzieningen. De Aldi in Drunen kan ten aanzien van de bereikbaarheid en parkeren beperkt aan de consumentenbehoefte voldoen. Op de huidige locatie kan niet worden voldaan aan de CROW parkeernorm voor discountsupermarkten (bijlage).

Op basis van deze aspecten is geconcludeerd dat de huidige locatie niet geschikt is voor de ontwikkeling van een harddiscountsupermarkt van 1.100 m² vwo.

Locatie 2: Leegstaande winkelpanden in Drunen

In het rapport ruimtelijk-economisch onderzoek Aldi Drunen (2015) is geconcludeerd dat de leegstand in Drunen aanzienlijk lager is dan gemiddeld. De lage leegstandspercentages in Drunen geven een indicatie dat de detailhandelsmarkt goed functioneert, waarbij ruimte is voor investeringen en ontwikkeling. De gemiddelde omvang per leegstaande winkel in Drunen bedraagt circa 260 m² vwo (Locatus, januari 2016). Dit geeft een indicatie dat de leegstand in Drunen overwegend kleinschalig is. De kleinschalige omvang van de leegstand blijkt ook uit de winkelpanden in Drunen die via Funda worden aangeboden (figuur 2). De omvang van de leegstaande winkelpanden is onvoldoende om de vestiging van Aldi in te passen.

Adres	Oppervlakte (m ²)	Prijs
Grotenstraat 159	165 m ²	€ 469.000 k.k.
Torenstraat 1 A	83 m ²	€ 1.225 /mnd
Grotenstraat 278	500 m ²	€ 459.500 k.k.
Grotenstraat	96 m ²	€ 1.250 /mnd

Figuur 2 Aangeboden winkelaanbod Drunen met oppervlaktes in m² vwo (Funda, per 26 januari 2016)

Conclusie bij locatie 1 en 2

Uit het voorgaande wordt geconcludeerd dat de uitbreiding van Aldi niet gefaciliteerd kan worden binnen het bestaande aanbod aan winkellocaties. Omdat er binnen het bestaande aanbod van winkellocaties er geen geschikte winkelruimte beschikbaar is voor Aldi, is er gezocht naar een alternatieve nieuwe locatie. Hiervoor zijn drie zoekgebieden afgewogen waar de mogelijkheden voor insassing van een harddiscounter zijn onderzocht. De zoekgebieden worden beoordeeld op:

- **Ligging.** De bereikbaarheid van de locatie, ook in het kader van het autogebruik en de verkeersgeneratie die een harddiscountvoorziening met zich mee brengt, zijn van belang bij de ruimtelijke afweging voor het faciliteren van een harddiscounter.

- *Fysieke ruimte.* Om een harddiscounter in te kunnen passen, is een perceel van minimaal 4.500 m² gewenst ten behoeve van een supermarkt van 1.100 m² wvo, circa 76 tot 103 parkeerplaatsen en voldoende manoeuvreerruimte voor personenauto's en bevoorradend verkeer (zie bijlage). Gezien de parkeerdruk in het centrum van Drunen is het gewenst om de parkeervoorziening op eigen terrein te realiseren.

Locatie 3: voormalig kantoor van Rabobank aan de Grotestraat 149

De Rabobank aan de Grotestraat 149 in Drunen heeft verhuisplannen. Het kantoor in Drunen gaat dicht ten behoeve van een nieuwbouwpand in Waalwijk (Brabants Dagblad, 2 februari 2016). Daarmee komt het perceel beschikbaar voor hergebruik. Het perceel van de Rabobank is circa 2.360 m², waarvan 1.200 m² bebouwd. Het overige deel van het perceel is ingericht voor parkeren of als verkeersruimte.



Figuur 3 Locatie Grotestraat 149 Drunen

Het bestaande bebouwde oppervlak en de bestaande parkeerruimte is niet toereikend voor de vestiging van een Aldi van 1.100 m² wvo. Geconcludeerd wordt dat deze locatie niet geschikt is voor de beoogde vestiging van Aldi in Drunen.

Locatie 4: terrein achter het Raadhuis (tussen Raadhuisplein, Stationsstraat en Wilhelminastraat)

De locatie achter het Raadhuis in Drunen, tussen het Raadhuisplein, Stationsstraat en Wilhelminastraat is momenteel een parkeerterrein met de bestemming 'Centrum'. De omvang van het parkeerterrein is circa 3.000 m². De parkeervoorziening wordt momenteel gebruikt voor het parkeren ten behoeve van de omliggende centrumfuncties.



Figuur 4 Locatie Achter 't Raadhuis Drunen

Ook hier wordt geconcludeerd dat de fysieke ruimte ontbreekt voor een harddiscountvoorziening van 1.100 m² wvo, inclusief de daarvoor benodigde parkeerruimte. Daarbij zou de bestaande parkeervoorziening komen te vervallen, waardoor de ruimte- en parkeerdruk per saldo toeneemt. Het is zeer waarschijnlijk dat er dan ook een tekort aan parkeerplaatsen ontstaat.

Geschikt maken alternatieve centrumlocaties

Locatie 3 en locatie 4 zijn in hun huidige toestand niet geschikt voor de vestiging van Aldi. Aanvullend is daarom beschouwd of deze locaties wel geschikt te maken zijn. Voor beide locaties geldt dat er een gebrek aan ruimte is voor parkeren. Dit zou technisch kunnen worden opgelost door het bouwen van een parkeergarage. Een dergelijke voorziening brengt echter hoge kosten met zich mee, die niet in verhouding staan tot de opbrengsten van de ontwikkelde locatie. Dit geldt in het bijzonder voor de locatie van de Rabobank, waar bestaand vastgoed moet worden gesloopt. Een parkeergarage zou commercieel geëxploiteerd kunnen worden om de investering terug te verdienen. Hiermee wordt echter een betaalde parkeervoorziening gecreëerd, in een omgeving waar gratis geparkeerd kan worden. Dat brengt met zich mee dat de consument in de omgeving gaat zoeken naar een gratis parkeervoorziening.

Geconcludeerd wordt dat de locaties 3 en 4 technisch wel geschikt te maken zijn voor de vestiging van Aldi, maar dat dit leidt niet tot een economisch uitvoerbaar plan.

Locatie 5: Tinie de Munnikstraat

De locatie aan de Tinie de Munnikstraat (figuur 5) bevindt zich binnen het bestaand stedelijk gebied van Drunen. De locatie is gelegen in het gebied Dillenburg, dat bestaat uit sportvoorzieningen aan de noordzijde, een woningbouwlocatie aan de zuidwestzijde en een locatie voor gemengde voorzieningen aan de zuidoostzijde. De locatie is onbebouwd en biedt ruimte voor circa 7.000 m² vloeroppervlakte voor gemengde functies. De omvang van het perceel is voldoende voor de vestiging van een Aldi van 1.100 m² wvo.



Figuur 5 locatie Tinie de Munnikstraat Drunen