

Oosterhout, Visie op de boodschap- penstructuur

Gemeente Oosterhout

Eindrapport



Oosterhout, Visie op de boodschappenstructuur

Gemeente Oosterhout

Eindrapport

Rapportnummer:	203X00707.059036_3
Datum:	25 mei 2010
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevr. J. de Vries-Springer
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Ruth Bervoets
Trefwoorden:	Oosterhout
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte
Beknopte inhoud:	In Oosterhout staan diverse plannen voor versterking van het winkelaanbod op stapel. In dat kader is de vraag gerezen wat de haalbaarheid c.q. wenselijkheid is van al deze uitbreidingen van het winkelaanbod en dan vooral van het supermarktaanbod. Als antwoord hierop is aan BRO verzocht een (distributieplanologisch) onderzoek naar de ontwikkelingsmogelijkheden van het supermarktaanbod in Oosterhout uit te voeren.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401

Inhoudsopgave	pagina
1. VOORAF	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Omkadering	3
1.3 Leeswijzer	4
2. UITGANGSPUNTEN	5
2.1 Introductie	5
2.2 Winkelaanbod	5
2.3 Winkelstructuur	6
2.4 Supermarktstructuur	9
2.5 Draagvlak	11
2.6 Functioneren	12
2.7 Résumé	13
3. KADERS VOOR DE VISIE	15
3.1 Trends	15
3.2 Beleid	17
3.3 Planinitiatieven	19
3.4 Marktmogelijkheden	20
3.5 Résumé	21
4. OVERWEGINGEN & EFFECTEN	23
4.1 Ambitie	23
4.2 Ontwikkelingskader	23
4.3 Vertaling naar Oosterhout	25
4.4 Effecten	25
4.5 Résumé	27
5. VISIE OP DE BOODSCHAPPENSTRUCTUUR	29
5.1 Introductie	29
5.2 Winkelgebieden	29
5.3 Résumé	32
BIJLAGE 1: WONINGBOUWPLANNEN 2009-2019	1

1. VOORAF

1.1 Aanleiding

Het Nederlandse winkellandschap is de laatste jaren in een sneltreinvaart veranderd. Tal van ontwikkelingen doen zich in het hele land voor, bijvoorbeeld de schaal-sprong van supermarkten, de opkomst van discounters, de steeds stijgende vraag naar winkelruimte buiten de reguliere winkelgebieden, etc.. Ook in Oosterhout staan plannen voor versterking van het winkelaanbod op stapel. Vooral het supermarktaanbod is in beweging. Het gaat daarbij niet alleen om het verplaatsen en uitbreiden van bestaande supermarkten, maar ook om de vestiging van nieuwe supermarkten.

Gelet op de vele initiatieven die in de pijplijn zitten, is de vraag gerezen wat de haalbaarheid c.q. wenselijkheid is van al deze uitbreidingen van het supermarktaanbod, dit bezien vanuit de huidige en wenselijke structuur van boodschappencentra. Als antwoord hierop is aan BRO verzocht een (distributieplanologisch) onderzoek naar de ontwikkelingsmogelijkheden van het supermarktaanbod in Oosterhout uit te voeren. Hierin spelen niet alleen kwantitatieve aspecten een rol, maar ook kwalitatieve elementen, bijvoorbeeld de keuzemogelijkheden voor de consument, de leefbaarheid van de verschillende woongebieden, de regionaal verzorgende positie van Oosterhout, etc..

1.2 Omkadering

Voorliggend onderzoek resulteert in een wenselijke structuur van boodschappencentra in Oosterhout. Boodschappencentra worden vooral bezocht voor het doen van de dagelijkse boodschappen: levensmiddelen, persoonlijke verzorging, bloemen, dierbenodigdheden, etc.. Het gaat om de aankopen voor de dagelijkse behoeften, die vaak met een hoge frequentie, veelal in de nabijheid van de woonomgeving, worden gedaan.

Binnen de boodschappensector zijn de supermarkten, als onderdeel van de dagelijkse artikelensector (supermarkten, voedings- en genotmiddelenspeciaalzaken en winkels op het vlak van persoonlijke verzorging zoals drogisterijen en parfumerieën), structuurbepalend. De supermarkten staan in voorliggend onderzoek dan ook centraal.

1.3 Leeswijzer

Gestart wordt met het analyseren van de huidige winkelstructuur (vooral de structuur van boodschappencentra) in Oosterhout. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de aanbod- en vraaggegevens die deze structuur typeren. Hoofdstuk 3 zoomt vervolgens in op trends, initiatieven en marktmogelijkheden. In hoofdstuk 4 is op basis van de analyses de haalbare c.q. wenselijke structuur van boodschappencentra in Oosterhout vorm gegeven. De supermarktinitiatieven zijn getoetst aan deze structuur en op hun effecten beoordeeld. Dit kader is in hoofdstuk 5 vervolgens vertaald naar de verschillende winkelgebieden, in de vorm van uitgewerkte winkelgebiedprofielen.

2. UITGANGSPUNTEN

2.1 Introductie

De gemeente Oosterhout telt ca. 54.135 inwoners en bestaat uit de stad Oosterhout en de drie kerkdorpen Den Hout, Oosteind en Dorst. In voorliggend onderzoek staat de stad Oosterhout centraal. De kerkdorpen worden in de analyses slechts globaal meegenomen.

2.2 Winkelaanbod

In de gemeente Oosterhout is bijna 100.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) aanwezig, verdeeld over 367 winkels. Niet minder dan 92% van het winkelvloeroppervlak is in de stad Oosterhout gevestigd. Van het dagelijkse winkelvloeroppervlak is ca. 98% in de stad Oosterhout gehuisvest. In Oosteind zijn 'slechts' een groenteboer en een bakker aanwezig, in Dorst een kleine supermarkt en in Den Hout een groenteboer.

Tabel 2.1 Gemeente Oosterhout: Winkelaanbod

	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo
Oosterhout	64	15.300	286	76.075	350	91.375
Oosteind	2	60	6	7.410	8	7.470
Dorst	1	160	6	765	7	925
Den Hout	1	35	1	35	2	70
Totaal	68	15.555	299	84.285	367	99.840

Bron: Locatus Retail Verkenner, Peildatum 30-03-2010.

Beperkt dagelijks aanbod per inwoner

Voor een stad met bijna 50.000 inwoners is de omvang van het dagelijkse winkel-aanbod beperkt. De branches levensmiddelen (supermarkten, voedings- en genot-middelenspeciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën) blijven zowel in aantal winkels als in winkelvloeroppervlak achter op de referentie-cijfers. Het winkelvloeroppervlak van de individuele winkels is in beide branches aardig op peil.

Tabel 2.2 Stad Oosterhout: Winkelaanbod vergeleken

	Stad Oosterhout (49.165 inwoners)			Gemiddeld voor vergelijkbare plaat- sen (30.000 à 50.000 inwoners)		
	Aantal	m² wvo	Schaal	Aantal	m² wvo	Schaal
Levensmiddelen	53	13.600	255	60	15.095	250
Persoonlijke verzorging	11	1.700	155	16	2.570	160
Dagelijks	64	15.300	240	77	17.665	230

Bron: Locatus Retail Verkenner, Peildatum 30-03-2010.

2.3 Winkelstructuur

Oosterhout kent een hiërarchisch opgebouwde winkelstructuur. Het stadscentrum, met vooral een rol op het gebied van het recreatieve winkelen, staat aan de top van de hiërarchie. Ondergeschikt hieraan is een aantal boodschappencentra (met vooral dagelijkse artikelen) aanwezig. Arkendonk vervult de rol van wijkwinkelcentrum in Oosterhout-Noord. In Oosterhout-Zuid wordt die rol opgepakt door wijkwinkelcentrum Zuiderhout. Een viertal buurtsteunpunten c.q. solitaire supermarkten vormt de onderste laag van de winkelstructuur. Met Meerstoel beschikt Oosterhout over een (doelgerichte) grootschalige concentratie, met vooral wonen, bruin- & witgoed en doe-het-zelf.

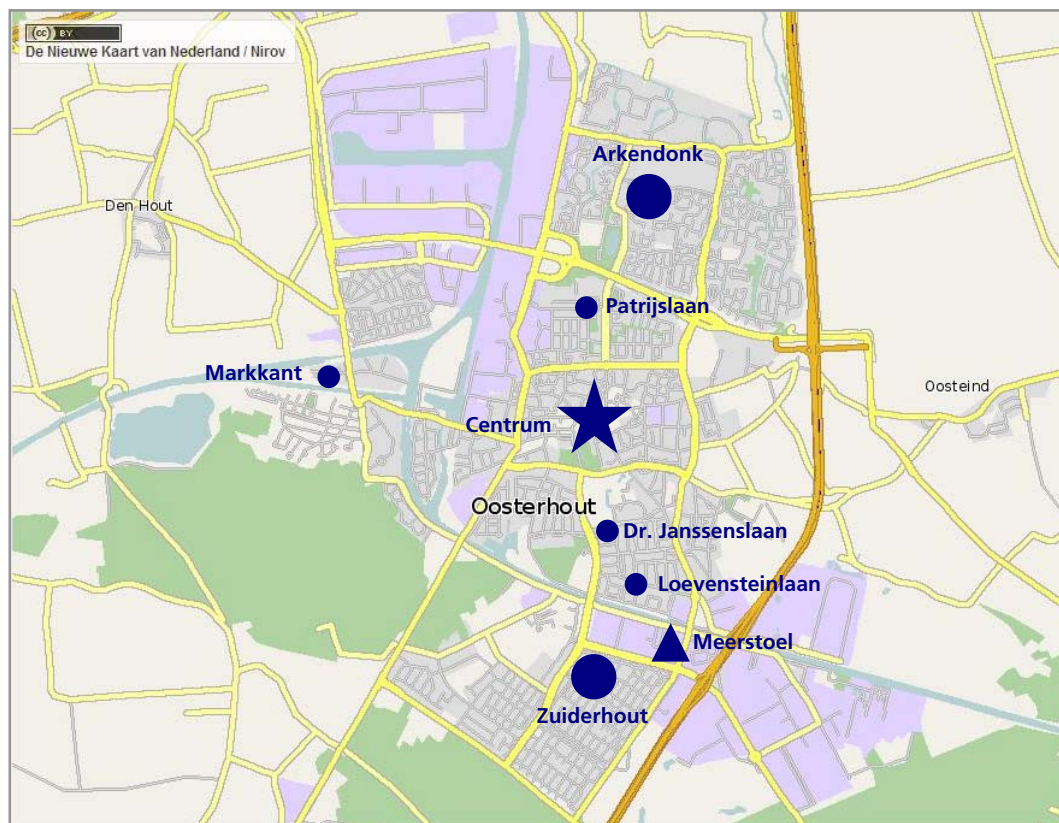
Tabel 2.3 Stad Oosterhout: Winkelstructuur

	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo
Centrum Oosterhout	35	6.260	219	41.190	254	47.450
Arkendonk	9	3.170	7	830	16	4.000
Zuiderhout	8	2.595	13	1.455	21	4.050
Patrijslaan	1	1.000	2	75	3	1.075
Markkant	2	960	-	-	2	960
Dr. Janssenslaan	1	550	-	-	1	550
Loevensteinlaan	2	500	-	-	2	500
Meerstoel	-	-	12	16.625	12	16.625
Verspreid- Bebouwde kom	5	180	18	5.345	23	5.525
Verspreid - Bedrijventerrein	1	80	15	10.565	16	10.645
Totaal	64	15.300	286	76.075	350	91.375

Bron: Locatus Retail Verkenner, Peildatum 30-03-2010.

Op het kaartbeeld zijn de verschillende winkelgebieden weergegeven alsook de solitaire supermarkten c.q. buurtsteunpunten. Hierna worden de kwalitatieve aspecten van de verschillende winkelgebieden beknopt beschreven. Winkelconcentratie Meerstoel en de verspreide bewinkeling in Oosterhout worden buiten beschouwing gelaten.

Kaartbeeld 2.1 Stad Oosterhout: Winkelstructuur



Bron: De Nieuwe Kaart van Nederland, Nirov, Bewerkt door BRO.

Centrum Oosterhout: Hoofdwinkelgebied

Het centrum is het winkelhart van de stad Oosterhout en beschikt over een bijzonder breed winkelaanbod. Het winkelzwaartepunt ligt in Arendshof, twee planmatig ontwikkelde, overdekte winkelcentra (noord & zuid) die samen een winkelrondje vormen. Naast het uitgebreide en diverse recreatieve winkelaanbod omvat het centrum van Oosterhout 35 winkels in de dagelijkse artikelensector. Naast Albert Heijn en Jumbo gaat het om een behoorlijk aantal speciaalzaken en enkele drogisterijen en parfumerieën. Met ca. 6.260 m² vvo is het dagelijkse artikelenaanbod in het centrum van Oosterhout wel beperkt. Ter vergelijking, in naar inwonertal vergelijkbare plaatsen beslaat het dagelijkse artikelenaanbod in het centrumgebied om en bij de 9.455 m² vvo.

Met ca. 2.035 m² wvo beschikt Jumbo over een moderne omvang. De supermarkt is gehuisvest in het Bouwlingcentre, een overdekt winkelcentrum aan de zuidwestzijde van Arendshof. De aansluiting van Arendshof op het Bouwlingcentre is matig. Met winkelformules als o.a. Kijkshop, It's en Bristol ligt het accent hier sterk op het prijsvriendelijke marktsegment. De parkeergarage (dek) van het winkelcentrum is een belangrijk onderdeel van de parkeerstructuur in het centrum van Oosterhout. Supermarkt Albert Heijn beslaat ca. 1.130 m² wvo en is gevestigd aan de Keiweg. Voor een centrumsupermarkt (overkoepelende rol) is de omvang eerder beperkt. In de richting van Albert Heijn verkleurt het winkelaanbod aan de Keiweg van mode & luxe naar levensmiddelen. Diverse speciaalzaken (bijvoorbeeld bakker, slager, kaas, delicatessen) zijn hier gehuisvest waardoor het gebied een bijzonder cluster binnen het centrum vormt.

Arkendonk: Wijkwinkelcentrum

In Oosterhout-Noord vervult Arkendonk de rol van wijkwinkelcentrum. Met een omvang van ca. 4.000 m² wvo en een primair verzorgingsgebied van ruim 14.400 inwoners (wijk Dommelbergen) is Arkendonk te typeren als een klein wijkwinkelcentrum. Trekkende elementen zijn Albert Heijn en Jumbo, een complementair supermarktkoppel met een sterke aantrekkingskracht op de inwoners van de wijk. De supermarkten worden aangevuld met een redelijk aantal speciaalzaken (bakker, slager, slijter, vis) in de dagelijkse artikelensector, drogisterijen Kruidvat en Trekpleister en enkele winkels in de niet-dagelijkse artikelensector, bijvoorbeeld Zeeman, Shoeby Fashion, Marskramer en Bruna. Met o.a. 2 kappers, een schoonheidssalon, een bank, een reisbureau en 3 horecazaken is een redelijk aanbod aan overige voorzieningen aanwezig. Het winkelcentrum kent veel blinde gevels, maar al bij al ziet het er redelijk verzorgd uit. Door de combinatie van verschillende voorzieningen vervult het centrum een belangrijke sociale rol als ontmoetingsplaats voor de inwoners van de wijk.

Zuiderhout: Wijkwinkelcentrum

Winkelcentrum Zuiderhout beslaat ca. 4.050 m² wvo en vervult primair een rol voor de ca. 8.725 inwoners van de wijk Oosterheide. Evenals Arkendonk is Zuiderhout te typeren als een klein wijkwinkelcentrum. Trekkende elementen zijn Albert Heijn en C1000. Het dagelijkse artikelenaanbod bestaat verder uit 2 bakkers, een toko, een slager, een slijter en drogisterij DA. Aanvullend hieraan zijn enkele niet-dagelijkse artikelenwinkels aanwezig, bijvoorbeeld Jola Mode, Marskramer en Bruna. Opvallend op het niveau van een wijkwinkelcentrum is de aanwezigheid van winkels in computeronderdelen, verf & behang en parket & laminaat. Het niet-dagelijkse artikelenaanbod is hierdoor, voor een (klein) wijkwinkelcentrum, redelijk omvangrijk. Het aanbod aan overige voorzieningen wordt gevormd door autodealer Van Riel, 2 horecazaken, een kapper en een bank. De uitstraling van het winkelcentrum is enigszins verouderd.

Patrijslaan: Buurtsteunpunt

Vlakbij winkelcentrum Arkendonk is aan de Patrijslaan supermarkt Nettorama (1.000 m² wvo) gevestigd. Op de parkeerlocatie voor de supermarkt is een bloemenkiosk aanwezig. De uitstraling van de supermarkt is zowel intern als extern redelijk verzorgd. Als enige Nettorama in het noorden van Oosterhout is door de supermarkt door de jaren heen een sterke positie binnen de boodschappenstructuur (eigen klantenbinding) verworven.

Markkant: Buurtsteunpunt

In Oosterhout-West is aan de Markkant een supermarkt van EM-TÉ (945 m² wvo) gehuisvest. Naast de supermarkt is nog een snackbar aanwezig. Het geheel ziet er modern en verzorgd uit.

Dr. Janssenslaan: Buurtsteunpunt

Aan de Dr. Janssenslaan in de wijk Slotjes is een supermarkt van Nettorama van ca. 550 m² wvo gehuisvest. De winkel (met luifel) ziet er ondanks de wat verouderde uitstraling verzorgd uit. Het aantal parkeerplaatsen voor de supermarkt is beperkt. Aan de Tempelierstraat zijn verder nog een bakker, een slager, een kapper, een apotheker en een dierenspeciaalzaak aanwezig.

Loevensteinlaan: Buurtsteunpunt

Vlakbij de Nettorama aan de Dr. Janssenslaan is aan de Loevensteinlaan discounter Aldi (455 m² wvo) gevestigd. In het 'winkelstripje' zijn verder o.a. minisuper AK-AL en restaurant Ni Hao aanwezig. De uitstraling is sterk verouderd en laat te wensen over. Als enige discounter in Oosterhout vervult de Aldi desondanks een rol voor de hele stad.

2.4 Supermarktstructuur

Binnen de dagelijkse artikelensector vormen de supermarkten de belangrijkste elementen. Supermarkten liggen idealiter op korte afstand van de woonomgeving zodat het voor de consument gemakkelijk is om de dagelijkse boodschappen te doen. In Oosterhout is ca. 10.945 m² wvo aan supermarktaanbod gevestigd, verdeeld over 10 supermarkten. Het supermarktaanbod neemt bijna 72% van het dagelijkse artikelenaanbod in, wat een redelijk sterke positie van de supermarkten impliceert binnen de, naar verhouding tot het inwonertal, in omvang (m² wvo) beperkte dagelijkse sector. Landelijk is namelijk ca. 69% van het dagelijkse aanbod supermarktaanbod.

Redelijk supermarktaanbod per inwoner, met overwegend moderne schaal

Gemiddeld is in Oosterhout ca. 223 m² wvo aan supermarktaanbod beschikbaar. Het supermarktaanbod per inwoner ligt daarmee op het landelijke niveau. Gemiddeld bedraagt de schaal van de supermarkten in Oosterhout ca. 1.095 m² wvo. Dat is redelijk veel. Het merendeel van de supermarkten beslaat meer dan 1.000 m² wvo. Slechts enkele supermarkten zijn naar de huidige maatstaven beperkt van omvang. Dat geldt vooral voor de Nettorama aan de Dr. Janssenslaan en de Aldi aan de Loevensteinlaan. Zoals vermeld, is ook de omvang van de Albert Heijn in het centrum eerder beperkt, zeker voor een centrumsupermarkt met een toch overkoepelende rol.

Tabel 2.4 Stad Oosterhout: Supermarktaanbod

Formule	Winkelgebied	m ² wvo
Albert Heijn	Arkendonk	1.565
	Centrum Oosterhout	1.130
	Zuiderhout	1.190
Jumbo	Centrum Oosterhout	2.035
	Arkendonk	1.065
Nettorama	Patrijslaan	1.000
	Dr. Janssenslaan	550
C1000	Zuiderhout	1.010
EM-TÉ	Markkant	945
Aldi	Loevensteinlaan	455
Totaal	-	10.945

Bron: Locatus Retail Verkenner, Peildatum 30-03-2010.

Laag aandeel harde discounters

De verschillende marktsegmenten zijn in Oosterhout redelijk vertegenwoordigd. Albert Heijn vertegenwoordigt het fullservice marktsegment. Jumbo, C1000 en EM-TÉ behoren tot het midden (prijsvriendelijke) marktsegment. Het discountmarktsegment wordt voorzien door de vestigingen van Nettorama en een vestiging van Aldi, waarbij Aldi als harde discounter kan worden gekarakteriseerd. Met ca. 4% van het winkelvloeroppervlak binnen de supermarktsector is het aandeel harde discount in Oosterhout overigens laag. Landelijk wordt ca. 15% van het winkelvloeroppervlak binnen de supermarktsector ingenomen door harde discounters, namelijk Aldi en Lidl.

Veel solitaire supermarkten

De supermarkten zijn redelijk verspreid over Oosterhout. De winkelgebieden in de bovenste lagen van de winkelstructuur omvat allen 2 supermarkten, waarbij de combinatie Albert Heijn & Jumbo zich zowel in het centrum als in wijkwinkelcentrum Arkendonk voordoet. Wat opvalt, is dat een groot aantal supermarkten (zo goed als) solitair gevestigd is. Dat geldt bijvoorbeeld voor de vestigingen van Nettorama, EM-TÉ en Aldi. In de nabijheid van deze supermarkten zijn nauwelijks andere voorzieningen aanwezig.

2.5 Draagvlak

Het draagvlak voor het Oosterhoutse winkelaanbod wordt in belangrijke mate gevormd door de inwoners van Oosterhout en door het bestedings- en koopgedrag van deze inwoners. Dagelijkse artikelen worden bij voorkeur nog steeds dicht bij huis aangekocht. Daarom wordt het draagvlak slechts in beperkte mate ook gevormd door de inwoners uit de directe regio, bijvoorbeeld uit de kerkdorpen Den Hout, Oosteind en Dorst.

Plusminus 49.165 inwoners in de stad Oosterhout

Anno 2010 wonen in de stad Oosterhout ca. 49.165 inwoners. Oosterhout is daarmee veruit de grootste kern. In de kerkdorpen varieert het inwonertal van ca. 1.200 à 2.500 inwoners.

Tabel 2.5 Gemeente Oosterhout: Inwonertal

	Inwonertal 2010
Oosterhout	49.165
Dorst	2.480
Oosteind	1.280
Den Hout	1.210
Totaal	54.135

Bron: Gemeente Oosterhout, 2010.

Stijging tot ca. 50.790 inwoners in 2020

Verwacht wordt dat het inwonertal in de gemeente Oosterhout de komende jaren zal stijgen. Uitgegaan wordt van ca. 56.000 inwoners in de richting van 2020 (CBS, Regionale Prognose Kerncijfers, 2010). De woningbouwplannen in de gemeente zijn voor ca. 87% in de stad Oosterhout gesitueerd en voor ca. 13% in de kerkdorpen, vooral in Dorst. Wij nemen aan dat de groei van het inwonertal in een vergelijkbare verhouding plaatsvindt indien een uitsplitsing wordt gemaakt naar stad en kerkdorpen. Dit impliceert een inwonertal van ca. 50.790 inwoners in de stad Oosterhout in de richting van 2020.

Woningbouwplannen

In de gemeente Oosterhout zijn diverse woningbouwplannen in uitvoering c.q. worden plannen ontwikkeld, vooral in de stad Oosterhout. Naast de herstructureringsprojecten Slotjes-Midden en Zwaai kom springt met name de uitbreidingslocatie De Contreie in het oog. Voor het gedetailleerde overzicht wordt verwezen naar de bijlagen.

Gemiddeld bestedingsniveau

Het inkomensniveau in de gemeente Oosterhout ligt volgens de meest recent beschikbare gegevens (CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2006) op ca. € 13.600,- per hoofd van de bevolking per jaar en wijkt daarmee ca. 2,3% af van het landelijk gemiddelde inkomen van ca. € 13.300,- per hoofd van de bevolking per jaar. Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Omdat het inkomensniveau minder dan 5% verschilt van het landelijk inkomen is het niet noodzakelijk een correctie op de bestedingen uit te voeren. Uitgegaan wordt van de landelijk gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking. In de dagelijkse artikelensector liggen de meeste recente bestedingscijfers op ca. € 2.392,- per hoofd van de bevolking per jaar (HBD, 2009) incl. BTW.

Koopstromen

In 2005 is in de regio West-Brabant een koopstromenonderzoek uitgevoerd. Het onderzoek biedt o.a. inzicht in het koopgedrag van de inwoners van de gemeente Oosterhout en van de omliggende plaatsen. In het kader van voorliggend onderzoek zijn de resultaten uit het Koopstromenonderzoek West-Brabant herleid tot op het niveau van de stad Oosterhout.

Koopkrachtbinding ca. 95%

Van het bedrag dat de inwoners van de stad Oosterhout uitgeven aan dagelijkse artikelen komt ca. 95% in de eigen stad terecht. Dat is op het niveau van de dagelijkse koopkrachtbinding in naar inwonertal vergelijkbare kernen. De dagelijkse koopkracht die niet in de eigen stad terechtkomt, vloeit vooral naar het nabijgelegen Breda.

Koopkrachttoevloeiing ca. 16%

Uit het Koopstromenonderzoek West-Brabant blijkt dat het verzorgingsgebied van de stad Oosterhout (op het vlak van dagelijkse artikelen) vooral aan de noord- en oostzijde van de stad is gesitueerd, o.a. Drimmelen, Geertruidenberg en Dongen. Vanuit de kerkdorpen vloeit ook een aanzienlijk gedeelte van de dagelijkse koopkracht naar de stad. De koopkrachttoevloeiing wordt ingeschat op ca. 16% als aandeel van de totale omzet.

2.6 Functioneren

Op basis van onze inzichten in het dagelijkse artikelenaanbod in Oosterhout en het aanwezige draagvlak (op basis van inwonertal, bestedingen, koopstromen) voor dit winkelaanbod is het functioneren benaderd. Uit de benadering volgt de vloerproductiviteit c.q. de gemiddelde omzet per m² wvo, de gangbare indicator voor het functioneren van het winkelaanbod.

Tabel 2.6 Stad Oosterhout: Functioneren benaderd

	Dagelijks, 2010
Inwonertal	49.165
Besteding per hoofd	€ 2.392
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 117,6
Koopkrachtbinding (%)	95%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 111,7
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet van buiten)	16%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 21,3
Totale omzet (mln.)	€ 133,0
Huidig m² wvo	15.300
Omzet per m² wvo	€ 8.700

Functioneren: Cijfermatig redelijk goed

Op basis van bovenstaande benadering en aannames realiseert de dagelijkse artikelensector in Oosterhout een omzet van ca. € 8.700,- per m² wvo. De gerealiseerde vloerproductiviteit ligt daarmee boven het niveau van het landelijk gemiddelde van € 7.250,- per m² wvo. Puur cijfermatig is sprake van een goed c.q. zeer goed functioneren.

Overigens neemt dit niet weg dat op individueel niveau sprake kan zijn van minder (goed) functioneren. Het betekent wel dat nu al marktruimte aanwezig is voor een uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod in Oosterhout. Opgemerkt dient te worden dat de werkelijke omzet binnen de dagelijkse artikelensector in de praktijk vaak hoger ligt dan ingeschat op basis van bovenstaande (theoretische) benadering vanwege de verkoop van niet-dagelijkse artikelen in met name supermarkten en drogisterijen.

2.7 Résumé

In verhouding tot het inwonertal beschikt de stad Oosterhout over een beperkt dagelijks artikelenaanbod. Binnen dit aanbod nemen de supermarkten een redelijk sterke (dominante) positie in. Het merendeel van de supermarkten beschikt over een moderne schaal, behalve de Nettorama aan de Dr. Janssenslaan, de Aldi aan de Loevensteinlaan en eventueel de Albert Heijn in het centrum. Opvallend is het beperkte aandeel hard discount.

Met redelijk veel buurtsteunpunten c.q. solitaire supermarkten is de structuur van boodschappencentra niet altijd helder. De spreiding van de verschillende winkelgebieden en supermarkten is daarentegen redelijk. Het merendeel van de inwoners vindt op redelijk korte afstand van de woonomgeving een (winkelgebied met minimaal een) supermarkt.

Alles in beschouwing genomen, is sprake van een goed c.q. zeer goed functioneren van het dagelijkse artikelenaanbod in de stad Oosterhout. De omzet per m² wvo ligt ruim boven het landelijke referentiecijfer. Dit impliceert dat in de huidige situatie marktruimte aanwezig is om tot versterking van het aanbod over te gaan. De verschillende initiatieven om tot uitbreiding te komen (paragraaf 3.3) duiden hier ook op.

3. KADERS VOOR DE VISIE

3.1 Trends

De consument is zeer veranderlijk. De eisen en het (koop)gedrag van de consument vandaag zijn anders dan bijvoorbeeld 10 jaar geleden. Ook de komende jaren zal de consument zich anders gedragen dan vandaag, en dit onder invloed van tal van demografische en maatschappelijke ontwikkelingen. Te denken valt dan bijvoorbeeld aan de vergrijzing, de toename van de eenpersoonshuishoudens, de alsmaar belangrijker wordende rol van internet, etc.. De detailhandel krijgt te maken met een ander soort klant, waarop verschillend dient ingespeeld te worden. Een beknopt overzicht.

Toenemend marktaandeel supermarkten

Het marktaandeel van supermarkten binnen de dagelijkse artikelensector neemt toe, de laatste jaren in het bijzonder van de discounters. Mede hierdoor krimpt het aantal speciaalzaken.

Schaalvergroting

De trend tot schaalvergroting zet door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter winkelvloeroppervlak nodig. In grote steden komen steeds vaker megasupermarkten voor, maar ook in de kleinere plaatsen is duidelijk een schaa sprong zichtbaar. Een moderne fullservice supermarkt op wijk- en buurtniveau beschikt tegenwoordig al over minimaal 1.250 à 1.500 m² vvo. Voor een discounter ligt dit iets lager op ca. 1.000 m² vvo.

Opleving stadsdeel-, wijk- en dorpscentra

Er is er een opleving van stadsdeel-, wijk- en dorpscentra zichtbaar. Het aanbod wordt meer geconcentreerd en supermarkten in deze centra maken waar mogelijk een schaa sprong. Zij zijn op dit niveau de publiekstrekkers. Wijkwinkelcentra met meer dan één supermarkt zijn gebaat bij de combinatie van een fullservice supermarkt en een discounter. Deze supermarkten vullen elkaar aan en lokken in combinatie meer bezoekers.

Kleine wijk- en buurtwinkelcentra sterk onder druk

De kleine wijk- en buurtwinkelcentra staan onder druk. Het verzorgingsgebied van deze kleinere winkelcentra ligt meestal vast, namelijk de omliggende wijk c.q. buurt. Een vaak gezien beeld in Nederland is dat 10 à 15 jaar na realisatie het inwonertal in de wijk c.q. buurt weer daalt. Voor het winkelcentrum is dat problematisch omdat koopkrachttoevoeiing uit een andere wijk c.q. buurt vaak (haast) niet kan worden bewerkstelligd. Het benodigd draagvlak voor winkels wordt door de eerder ge-

noemde schaalvergroting juist steeds groter. Winkelcentra op de lagere niveaus ondervinden mede hierdoor problemen. Evenals de alsmaar kleiner wordende verzorgingsgebieden, vormt de verschuivende oriëntatie van kleinere naar grotere winkelcentra een bedreiging voor de kleine wijk- en buurtwinkelcentra. Vaak wordt onder invloed van deze factoren en specifieke bedrijfseconomische aspecten (kosten, schaal) de plaats van de traditionele supermarkt ingenomen door een (harde) discounter. Een metamorfose van buurtwinkelcentrum tot buurtzakencentrum komt zeer regelmatig voor. Verdringing en sanering van vooral kleinere winkels zijn al gewoon geworden.

Het versterkte buurtwinkelcentrum

De kwetsbaarheid van buurtwinkelcentra ligt in het feit dat vaak slechts één supermarkt als trekker functioneert. Veel traditionele buurtwinkelcentra transformeren naar buurtsteunpunt c.q. solitaire supermarkt. In deze centra is sprake van een duidelijke menging van functies, waarbij de winkelfunctie verder afneemt. Andere buurtwinkelcentra transformeren naar een soort van tussenvorm, tussen het buurt- en wijkwinkelcentrum in. Binnen deze zogenaamde versterkte buurtwinkelcentra vervullen vaak twee complementaire supermarkten de rol van trekker en is het aanvullende winkelaanbod beperkt.

Toenemende mobiliteit versus vergrijzing

Door de toenemende mobiliteit kiezen consumenten er steeds sneller voor om buiten de eigen wijk inkopen te doen en te winkelen. Echter, voor het doen van de dagelijkse boodschappen blijft de consument bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Aspecten als autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden worden daarbij wel steeds belangrijker. Voor de dagelijkse artikelensector betekent dit, ook in relatie tot de vergrijzingsgolf, dat het aanbod in wijken en buurten perspectief behoudt. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingsbeeld: voldoende keuzemogelijkheden, adequate prijsstelling, moderne uitstraling, zowel intern (winkelinrichting) als extern (omgevingskwaliteit).

Toegenomen prijsbewustzijn

De prijsstelling van producten is een belangrijke factor bij de keuze voor een winkel c.q. winkelcentrum. De klantentrouw staat onder druk. Wanneer wij elders een product goedkoper kunnen krijgen dan waar wij dit gewoonlijk kopen, zijn wij geneigd daarvoor van aankoopplaats te wisselen. Zowel in supermarkkland (Aldi, Lidl) als in de niet-dagelijkse artikelensector (Hans Textiel, Wibra, Action) is het discountaanbod de laatste jaren sterk in opkomst.

3.2 Beleid

Met de invoering van de Nota Ruimte zijn de taken van het Rijk en de provincie veranderd. Het Rijk benoemt slechts de kaders van haar ruimtelijk beleid. De verantwoordelijkheden voor een nadere invulling ervan worden meer dan voorheen bij de provincies en gemeenten neergelegd. Het locatiebeleid (ABC beleid en PDV & GDV beleid) heeft plaats gemaakt voor een integraal locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen en kent daarmee geen specifiek ruimtelijk beleid voor de detailhandel. Het integrale locatiebeleid richt zich op bundeling van verstedelijking en economische activiteiten.

Provincie Noord-Brabant

Op dit moment werkt de provincie Noord-Brabant aan een nieuw detailhandels- en leisurebeleid. In de opgestelde Interimstructuurvisie van de provincie Noord-Brabant (Brabant in Ontwikkeling, 2008) zijn de provinciale (ruimtelijke) belangen en doelen benoemd en op hoofdlijnen uitgewerkt. Onderliggend aan de Interimstructuurvisie is het Streekplan 2002. Het uitgangspunt van het beleid van de provincie is de concentratie van de verstedelijking.

De provincie Noord-Brabant onderscheidt vijf stedelijke regio's waar verdere verstedelijking gestimuleerd wordt: Eindhoven-Helmond, Uden-Veghel, Waalboss, Breda-Tilburg en Bergen op Zoom-Roosendaal. In tegenstelling tot de stedelijke regio's worden de groeimogelijkheden van de landelijke regio's beperkt. De provincie stuurt in deze gebieden juist aan op inbreiding van de bestaande kernen, waarbij de plannen overeen dienen te komen met de aard van de kern.

De provincie stuurt aan op versterking van het voorzieningenniveau in de stedelijke gebieden. Huisvesting van grootschalige bedrijvigheid en uitbreidingswijken worden juist in deze gebieden gestimuleerd. Grootschalige, publieksaantrekkende voorzieningen horen thuis in de stedelijke regio's op goed ontsloten plekken. De voorzieningen in de landelijke regio's dienen daarentegen bezoekersextensief, kleinschalig en 'vermengbaar' te zijn. De voorzieningen moeten qua schaal en omvang passen bij de betreffende kern of gemeente en het is wenselijk dat de voorzieningen gemengd kunnen worden met andere functies zoals wonen.

Regio SES West-Brabant

Hoofddoel van het regionale detailhandelsbeleid is het tot stand brengen van een evenwichtig en duurzaam detailhandelsapparaat in West-Brabant, waarbij rekening wordt gehouden met de aanwezige marktverhoudingen en ontwikkelingen en gestreefd wordt naar een maatschappelijk verantwoorde, samenhangende en op elk niveau van de hiërarchie gezonde detailhandelsstructuur. De ambitie om de concurrentiekracht van het regionale detailhandelsapparaat te versterken, zal wat het recreatieve winkelen aangaat in belangrijke mate ingevuld moeten worden door de 5

omvangrijkste winkelcentra, waaronder het centrum van Oosterhout. Hiervoor geldt dat de ontwikkelingen in het centrum moeten passen bij de beoogde verzorgingsfunctie en positionering (regionaal verzorgend winkelcentrum) binnen de regionale detailhandelsstructuur. Voor Oosterhout impliceert het regionale beleid dat winkelprojecten die de omvang van 5.000 m² bvo te boven gaan en die niet zijn toegestaan binnen het vigerende bestemmingsplan worden voorgedragen voor regionale toetsing.

Aan nieuwe winkelontwikkelingen wordt in principe beleidsmatig meegewerkt als wordt aangetoond dat het planinitiatief een meerwaarde inhoudt voor de lokale en/of regionale detailhandelsstructuur én als wordt aangetoond dat het planinitiatief geen (blijvende) negatieve effecten heeft op de bestaande detailhandelsstructuur en/of de wenselijke ontwikkeling ervan. De meerwaarde kan zich uiten in een toename van de keuzemogelijkheden voor de consument, bijvoorbeeld omdat de branche zwak vertegenwoordigd is. Of als er sprake is van een nieuwe winkelformule die zich onderscheidt door kwaliteit, specialisatie en/of gerichtheid op één of meer bepaalde doelgroepen. Onder negatieve effecten wordt in ieder geval verstaan dat de keuzemogelijkheden voor de inwoners van een tot de regio behorende plaats onaanvaardbaar afnemen door een winkelontwikkeling in één van de andere plaatsen. Het gaat hierbij wel om soorten winkels die direct of indirect essentieel zijn voor de consumentenverzorging in die plaats.

Het al of niet aanwezig zijn van distributieve ruimte is een belangrijk aspect bij de beoordeling van de toegevoegde waarde van nieuwe winkelontwikkelingen voor de regionale detailhandelsstructuur. Maar, die ruimte wordt tevens beïnvloed door de aanwezigheid van verouderd aanbod of aanbod op vanuit de structuur bezien minder gewenste locaties. De kwaliteit van de distributieve structuur geeft dan de doorslag in de beoordeling en het accepteren van een bepaalde mate van verdringing kan dan een legitieme keuze zijn.

Eén van de hoofddoelen is het verder concentreren van de bewinkeling, maar dat betekent niet dat verspreide bewinkeling moet verdwijnen. Voor zover verspreide bewinkeling niet structuurverstorend is, kan deze blijven bestaan. Gelet op het al redelijke aanbod aan verspreide winkels in West-Brabant, dient echter voorzichtig te worden omgegaan met het toevoegen van nieuwe winkels buiten de (bestaande) reguliere winkelgebieden.

Gemeente Oosterhout: Nota Detailhandelsbeleid 2003

In z'n algemeenheid is de Nota Detailhandelsbeleid erop gericht om vestiging van nieuwe winkels uit te sluiten buiten de hiervoor (paragraaf 2.3) aangegeven winkellocaties. Om de bestaande detailhandelsstructuur te beschermen en onwenselijke initiatieven te verhinderen, is aansluiting bij bestaande winkelgebieden uitgangspunt.

3.3 Planinitiatieven

In Oosterhout spelen diverse initiatieven op het vlak van de dagelijkse artikelensector, hetzij voor verplaatsing en uitbreiding van bestaande supermarkten, hetzij voor vestiging van nieuwe supermarkten. De bij ons bekende planinitiatieven worden hierna op een rij gezet.

Lidl in winkelcentrum Zuiderhout

Lidl zoekt al enkele jaren naar een mogelijkheid om zich in Oosterhout te vestigen. Uit eerder locatieonderzoek en op grond van het bestaande detailhandelsbeleid is vestiging direct aansluitend aan winkelcentrum Zuiderhout in het zuiden van Oosterhout een optie. Voor de discounter wordt gedacht aan een omvang van ca. 1.200 m² bvo.

Verplaatsing Nettorama aan de Dr. Janssenslaan

Bij de herstructurering van de wijk Slotjes-Midden doet zich de mogelijkheid voor om supermarkt Nettorama aan de Dr. Janssenslaan te verplaatsen naar de Sint Antoniusstraat. De supermarkt wordt daarbij uitgebreid tot een omvang van ca. 1.200 m² bvo.

Supermarkt in Leisure Centrum aan de Statendamweg-Vaartweg

Op het Snijders Terrein, dit is de locatie Statendamweg-Vaartweg, zal een Leisure Centrum worden ontwikkeld. Voor de realisatie ervan is reeds gesproken met een bioscoopexploitant, een supermarktketen, een fitnesscentrum, een fastfoodketen en een organisatie van speelvoorzieningen voor kinderen. Voor de supermarkt wordt gedacht aan ca. 3.000 m² bvo.

Verplaatsing Aldi aan de Loevensteinlaan

In het kader van de herontwikkeling van Slotjes-Midden heeft de gemeente Oosterhout een inspanningsverplichting op zich genomen om mee te werken aan een verplaatsing van discounter Aldi. In principe is de voorwaarde voor deze medewerking dat de vestiging aan de Loevensteinlaan wordt opgeheven, maar daarover bestaat op het moment van dit onderzoek geen absolute zekerheid. Voor de vestiging van de discounter van ca. 1.075 m² bvo is het Hamo Terrein aan de Statendamweg-Patrijslaan in beeld.

Résumé: Supermarktontwikkelingen

In navolgend overzicht zijn de programma's aan supermarktmeters op een rij gezet. Uit het overzicht komt naar voren dat, bij doorgang van alle planinitiatieven, bij benadering ca. 4.630 m² wvo aan supermarktaanbod wordt toegevoegd. Dit betekent een toevoeging met ca. 42% aan het huidige supermarktaanbod van ca. 10.945 m² wvo. Onderstaand planvolume heeft enkel betrekking op het supermarktaanbod. Wellicht dat het planvolume voor de hele dagelijkse artikelensector nog iets hoger ligt, vanwege (kleinschalige) uitbreidingsplannen van bijv. drogisterijen en speciaalzaken.

Tabel 3.1 Stad Oosterhout: Supermarktontwikkelingen

	Planvolume m ² bvo	Planvolume m ² wvo	Huidig m ² wvo	Toevoeging m ² wvo
Lidl, Zuiderhout	1.200	960	-	960
Nettorama, Sint Antoniusstraat	1.200	960	550	410
Supermarkt, Statendamweg-Vaartweg	3.000	2.400	-	2.400
Aldi, Statendamweg-Patrijslaan	1.075	860	-	860
Totaal	6.475	5.180	550	4.630

3.4 Marktmogelijkheden

Rekening houdend met de stijging van het inwonertal en de gesignaleerde plannen en ontwikkelingen, wordt een doorkijk gegeven naar de marktmogelijkheden voor het dagelijkse winkelaanbod in Oosterhout in de richting van 2020. De berekeningen geven aan hoeveel ruimte er bestaat voor de onderbouwing van de beoogde uitbreidingen van het dagelijkse artikelenaanbod, vooral het supermarktaanbod, in Oosterhout. Opgemerkt dient te worden dat de benaderde marktruimte enkel haalbaar is onder de voorwaarde van (forse) versterking van het aanbod. Alleen dan zijn de hierna gehanteerde koopstromen (koopkrachtbinding & koopkrachttoevloeiing) realistisch.

Tabel 3.2 Stad Oosterhout: Marktmogelijkheden benaderd

	Dagelijks, 2020
Inwonertal	50.790
Besteding per hoofd	€ 2.392
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 121,5
Koopkrachtbinding (%)	97%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 117,8
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet van buiten)	17 à 18%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 24,1 à 25,9
Totale omzet (mln.)	€ 142,0 à 143,7
Benodigde vloerproductiviteit	€ 7.750
Haalbaar m ² wvo	18.320 à 18.545
Huidig m ² wvo	15.300
Uitbreiding m ² wvo	3.020 à 3.245

De voor een goed functioneren minimaal benodigde vloerproductiviteit schatten wij in op € 7.750,- per m² wvo. Dat is nog altijd hoger dan het landelijk gemiddelde van € 7.250,- per m² wvo, maar lager dan de hiervoor benaderde vloerproductiviteit van € 8.700,- per m² wvo. Met andere woorden, wij achten een daling van de vloerproductiviteit met ca. 10% acceptabel. De reden hiervoor is dat het waarschijnlijk is dat bij uitbreiding van bestaande supermarkten de omzet per m² wvo in deze supermarkten daalt.

3.5 Résumé

In Oosterhout zitten veel plannen in de pijplijn om tot versterking van het supermarktaanbod te komen. Bij doorgang van alle planinitiatieven wordt ca. 4.630 m² wvo aan supermarktaanbod toegevoegd. Naast de ca. 2.400 m² wvo voor een supermarkt in het Leisure Centrum wordt ca. 1.820 m² wvo beoogd voor uitbreiding van het hard discountsegment en ca. 410 m² wvo voor het soft discountsegment. Het planvolume overschrijdt daarmee de benaderde marktmogelijkheden van ca. 3.020 à 3.245. Op voorhand is duidelijk dat belangrijke afwegingen en keuzes gemaakt dienen te worden.

4. OVERWEGINGEN & EFFECTEN

4.1 Ambitie

De ambitie voor het Oosterhoutse boodschappenaanbod richt zich op het bieden van een goede verzorging voor de lokale consument én op het scheppen van een goed klimaat voor bestaande en eventuele nieuwe winkeliers. Deze doelstelling is mede ingegeven vanuit de maatschappelijke functie die detailhandel vervult. Detailhandel vervult naast een economische functie waarbij de aankoop- en verkooptransactie van een product centraal staat ook een functie als ontmoetingsplaats (sociale functie). Enerzijds is het streven het bieden van een zo compleet, gevarieerd en modern mogelijk pakket van winkels en van aanverwante publieksgerichte voorzieningen, qua omvang passend bij de woonplaats en voor de dagelijkse artikelensector bij voorkeur op korte afstand van de woning (goede spreiding ten opzichte van de woongebieden). Anderzijds dient voldoende ruimte te worden geboden aan initiatieven van winkeliers om zo in te spelen op de dynamiek en op de toenemende eisen van de consument.

4.2 Ontwikkelingskader

In het algemeen zal gestreefd moeten worden naar het bieden van een in kwalitatief en kwantitatief opzicht zo goed mogelijke supermarktstructuur, passend bij het verzorgingsgebied. Daarbij zal een evenwicht gevonden moeten worden tussen de belangen van de consumenten en de belangen van de ondernemers. Voor de consument is het van belang dat zich op redelijke afstand een volwaardig voorzieningepakket aan dagelijkse artikelen bevindt, met ruime keuzemogelijkheden en dus voldoende variatie binnen het aanbod. Voor de ondernemer moet er een gezonde basis aanwezig zijn om, nu en in de toekomst, de winkel rendabel te kunnen exploiteren.

Teruggrijpend naar de analyses

Door de relatief beperkte omvang realiseert de dagelijkse artikelensector in Oosterhout een bovengemiddelde omzet per m² vvo. Dit biedt mogelijkheden om het aanbod uit te breiden, zeker in combinatie met de verwachte groei van het inwonertal. Wat opvalt, is dat een groot aantal supermarkten (zo goed als) solitair gevestigd is, met veelal een verouderde uitstraling. Vooral de Nettorama aan de Dr. Janssenslaan en de Aldi aan de Loevensteinlaan zijn daarenboven kleinschalig van opzet. Hoewel het aandeel in het vloeroppervlak van de harde discounters (Aldi, Lidl) beperkt is, is het prijsvriendelijke marktsegment overall wel sterk in de stad vertegenwoordigd.

Uit de benadering van de marktruimte is gebleken dat onvoldoende marktmogelijkheden aanwezig zijn om alle planinitiatieven doorgang te laten vinden. Indien alle plannen worden gerealiseerd, zal de vloerproductiviteit (verder) onder druk komen te staan, waardoor de kans wel erg groot wordt dat bestaande aanbieders het niet langer kunnen bolwerken. De consequenties voor de bestaande aanbieders kunnen worden beperkt door maximaal in te steken op verplaatsters. Immers, het verplaatsen van reeds aanwezige supermarkten maakt doorgaans minder aanspraak op de marktruimte.

Vertaling in uitgangspunten

Op basis van de analyses komen wij tot de volgende, meer concrete uitgangspunten voor de inpassing van supermarkten in de structuur van boodschappencentra in Oosterhout.

Evenwichtige spreiding

Omdat bij het boodschappen doen nabijheid en gemak voorop staan, dient dat ook in de supermarktstructuur tot uitdrukking te komen. In dat kader is een evenwichtige spreiding van het supermarktaanbod over Oosterhout cruciaal zodat zoveel mogelijk inwoners over minimaal één supermarkt op loop- c.q. fietsafstand kunnen beschikken.

Toevoegen harde (!) discounter

Gestreefd dient te worden naar zo veel mogelijk keuzemogelijkheden voor de consument. Dit betekent ook zo veel mogelijk variatie in het supermarktaanbod. Gelet op de huidige omvang en samenstelling van het supermarktaanbod én op het prijsbewustzijn van de consument is het toevoegen van een harde (!) discounter wenselijk.

Discounters bij voorkeur in winkelgebieden met een groter verzorgingsbereik

Specifiek voor discounters geldt dat zij door hun specialisatie een groter verzorgingsbereik hebben dan de meeste service supermarkten. Daarom dient het streven in eerste instantie te zijn gericht op vestiging van dergelijke winkels in c.q. bij winkelgebieden met een groter verzorgingsbereik, in concreto centrumgebieden en wijkwinkelcentra. Zo profiteren ook andere winkels van hun grotere aantrekkingskracht.

Opschaling bestaand supermarktaanbod

In principe wordt de bestaande supermarkten in Oosterhout de mogelijkheid geboden om daar waar wenselijk te komen tot schaalvergroting op de huidige c.q. een andere locatie, tenzij die locatie niet past in de beoogde structuur van boodschappencentra.

4.3 Vertaling naar Oosterhout

In de vorige paragraaf is een aantal uitgangspunten benoemd waarbinnen de visie op de boodschappenstructuur vorm gegeven dient te worden. Rechtstreekse doorvertaling van de uitgangspunten zou betekenen dat de versterking van de boodschappenstructuur vooral plaats vindt in het centrumgebied én in de bestaande wijk- en buurtwinkelcentra.

Rechtstreekse doorvertaling onmogelijk

Echter, in Oosterhout zijn er enkele omstandigheden die een rechtstreekse doorvertaling van de kwalitatieve uitgangspunten onmogelijk maken. Zo zijn de mogelijkheden voor de ruimtelijke inpassing van een derde supermarkt (tegen acceptabele kosten) door fysieke beperkingen onvoldoende aanwezig in het centrumgebied én in wijkwinkelcentrum Arkendonk.

4.4 Effecten

Hierna worden de voorliggende initiatieven aan de wenselijke, kwalitatieve uitgangspunten getoetst en op hun effecten beoordeeld. Bij de beoordeling zal niet alleen het kwantitatieve aspect (de marktruimte) een rol spelen, maar zal eerder het aspect structuurversterking leidend zijn.

Lidl in winkelcentrum Zuiderhout

Het plan om in winkelcentrum Zuiderhout het supermarktaanbod uit te breiden met discounter Lidl is reeds in een vergevorderd stadium. Vanuit de structuur beredeneerd, is de vestiging een uitstekende ontwikkeling. Een nu ondervertegenwoordigd marktsegment in Oosterhout wordt toegevoegd aan een bestaand wijkwinkelcentrum. In winkelcentrum Zuiderhout ontstaat een sterke supermarktcombinatie. Door de diversiteit aan winkelformules (fullservice, prijsvriendelijk, hard discount) wordt het winkelcentrum in staat gesteld om meer koopkracht uit de rest van de stad aan te trekken.

Overigens wordt het winkelcentrum met de komst van discounter Lidl ook in staat gesteld om meer koopkracht van buiten de stad aan te trekken. In nabijgelegen plaatsen als Dongen en Geertruidenberg is Lidl (nog) niet aanwezig. De dichtstbijzijnde vestigingen liggen op meer dan 10 kilometer, namelijk in Drimmelen en in Rijen.

Verplaatsing Nettorama aan de Dr. Janssenslaan

Het verplaatsen van de nu kleinschalige en verouderde Nettorama naar een locatie aan de Sint Antoniusstraat is vanuit de structuur bekeken een goede ontwikkeling. De supermarkt duikt opnieuw op in de wijk Slotjes, en dus in het eigen marktgebied, maar in een (waarschijnlijk) meer hedendaagse opzet qua omvang en uitstraling. Mede door de nieuwe, goed bereikbare locatie is de verwachting dat de supermarkt extra koopkracht kan aantrekken, bijvoorbeeld uit de wijken Leijssenakkers en Centrum. Omdat het gaat om het opschalen van een reeds bestaande supermarkt in het eigen marktgebied, zijn de effecten op de bestaande aanbieders naar verwachting beperkt.

Overwegingen

Vanuit de structuur bekeken, resten in Oosterhout nog 2 ongunstig (solitair, kleinschalig, overlast) gelegen supermarkten, namelijk Nettorama aan de Patrijslaan en Aldi aan de Loevensteinlaan. Deze supermarkten komen voor verplaatsing in aanmerking. In principe gaat de voorkeur daarbij uit naar aansluiting bij een bestaand winkelgebied, meer bepaald het centrumgebied en de wijkwinkelcentra. Echter, de mogelijkheden hiertoe zijn beperkt.

- Met de komst van discounter Lidl is in wijkwinkelcentrum Zuiderhout binnenkort al een sterke supermarktcombinatie (fullservice, prijsvriendelijk, hard discount) aanwezig. Een vierde supermarkt voegt niks extra's meer toe aan dit wijkwinkelcentrum.
- Zoals in punt 4.3 is aangehaald, is de fysieke ruimte in het centrum van Oosterhout én in winkelcentrum Arkendonk te beperkt om een derde supermarkt in te passen, zeker rekening houdend met de parkeervereisten die een extra supermarkt met zich meebrengt. Het toevoegen van een derde supermarkt aan beide winkelgebieden is wellicht alleen mogelijk tegen erg hoge kosten en grote ruimtelijke ingrepen.
- Voor het centrum geldt bovendien dat het accent vooral op het recreatieve winkelen ligt. Met de combinatie Albert Heijn, Jumbo en een uitgebreid aanbod aan (vers)speciaalzaken beschikt het centrum al over een stevige positie in de dagelijkse boodschappensector. In dat kader is in het onderzoek van BRO uit 2009 'Ontwikkelingsmogelijkheden Centrum Oosterhout' ook maar beperkt marktruimte voor uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod gereserveerd, namelijk ca. 500 à 1.000 m² wvo.

Naast de bestaande winkelgebieden zijn nog 2 andere locaties voor verplaatsing van de genoemde supermarkten in beeld, namelijk het Leisure Centrum aan de Statendamweg-Vaartweg en het Hamo Terrein aan de Statendamweg-Patrijslaan. Beide locaties zijn goed bereikbaar en beschikken over een redelijke zichtbaarheid (zichtlocatie) vanaf de doorgaande weg. Dit impliceert dat de supermarkt(en) op deze locaties een stadsverzorgende c.q. regioverzorgende rol zal (zullen) vervullen.

Ondanks dat de locaties redelijk vergelijkbaar zijn, is de locatie aan de Statendamweg-Vaartweg nog iets beter geschikt voor een supermarktvestiging, vanwege de relatie met andere voorzieningen (Leisure Centrum). Zoals gezegd, zal de supermarkt aan de Statendamweg-Vaartweg een bovenlokale rol vervullen. In het geval Nettorama naar deze plek wordt verplaatst, zal dat vooral komen door de omvang van de supermarkt. In het geval Aldi naar deze plek wordt verplaatst, zal dat vooral komen door het specifieke karakter van de hard discounter. De voorkeur gaat daarbij uit naar Nettorama omdat het dan gaat om een verplaatsing binnen het eigen marktgebied én omdat de toegevoegde waarde (uniciteit) vanwege de schaal veel groter is.

Wij willen hierbij opmerken dat het toevoegen van een dergelijke solitaire supermarkt geen versterking (verbetering) van de structuur inhoudt. Echter, negatieve effecten van de ontwikkeling op de bestaande aanbieders zijn evenmin te verwachten. Dit omdat het gaat om het verplaatsen en opschalen van een bestaande supermarkt en omdat de eventuele effecten zich spreiden over meerdere (bestaande) aanbieders.

Zelfs indien beide supermarkten op een solitaire locatie (één in het Leisure Centrum en één op het Hamo Terrein) worden gevestigd, zijn geen negatieve effecten op de bestaande aanbieders te verwachten. Hoewel de voorkeur niet uitgaat naar dit scenario met 2 solitaire supermarkten, zijn negatieve effecten op de structuur (ontwrichting) niet te verwachten. Immers, discounter Aldi trekt vanwege het specifieke karakter nu ook al koopkracht uit de hele stad én Nettorama neemt nu ook al een sterke positie in binnen de boodschappenstructuur in Oosterhout (verplaatsing binnen eigen marktgebied). Door de ontwikkelingen zullen de bestaande koopstromen dus verschuiven, eerder dan dat meer koopkracht uit de bestaande winkelcentra wordt weggetrokken.

4.5 Résumé

Omdat de combinatie van alle plannen leidt tot een overschrijding van de benaderde marktmogelijkheden, bestaat de kans dat effecten optreden bij bestaande aanbieders. Het advies is daarom maximaal in te steken op het verplaatsen van bestaande supermarkten. Alles in beschouwing genomen, wordt ca. 3.175 m² wvo aan 'nieuwe' supermarktmeters toegevoegd. Dit valt binnen de benaderde marktmogelijkheden van ca. 3.020 à 3.245 m² wvo. Hoewel het toevoegen van een solitaire supermarkt geen versterking van de ruimtelijke boodschappenstructuur inhoudt, zijn ook geen negatieve effecten (ontwrichting) te verwachten. Zelfs indien 2 solitaire supermarkten aan de structuur worden toegevoegd, zijn de (kwantitatieve) effecten naar verwachting beperkt.

5. VISIE OP DE BOODSCHAPPENSTRUCTUUR

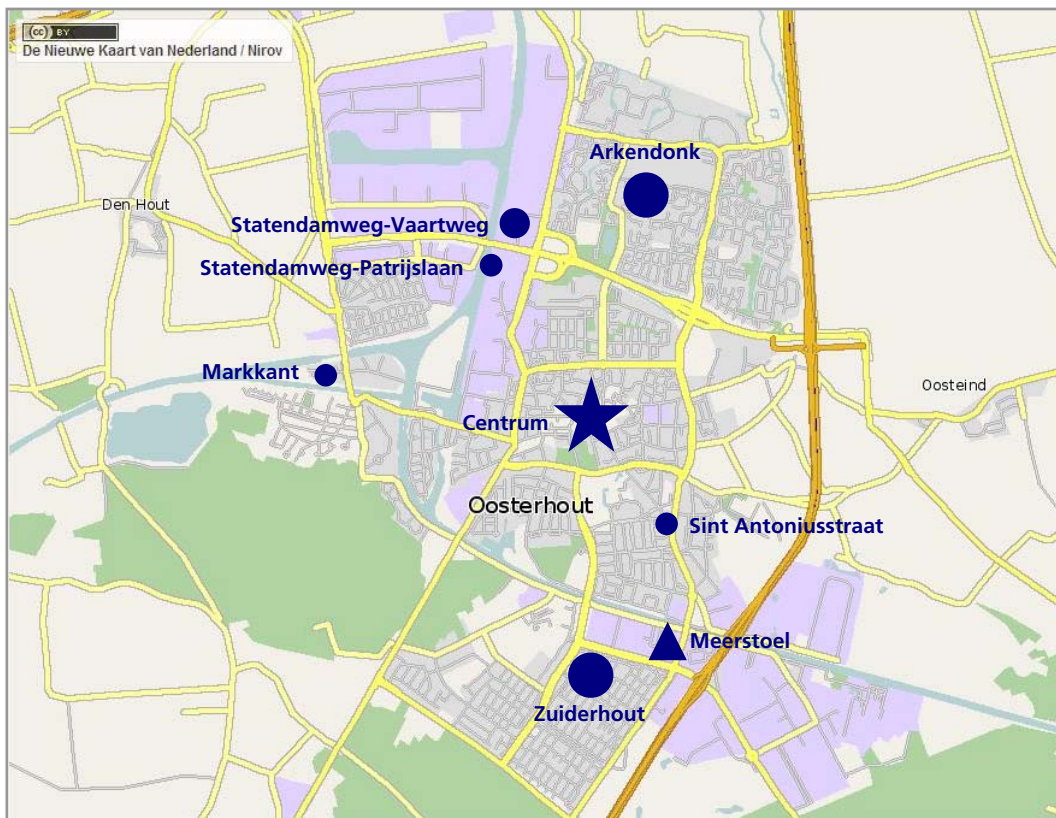
5.1 Introductie

Voor de verschillende winkelgebieden worden hierna de winkelgebiedsprofielen nader uitgewerkt, passend binnen de voorgestelde boodschappenstructuur, rekening houdend met een aantal uitgangspunten in de vorm van reeds vergevorderde plannen.

5.2 Winkelgebieden

Op onderstaand kaartbeeld zijn de verschillende winkelgebieden weergegeven. Winkelconcentratie Meerstoel en de verspreide bewinkeling in Oosterhout maken geen deel uit van de boodschappenstructuur in Oosterhout en worden hierna buiten beschouwing gelaten.

Kaartbeeld 5.1 Stad Oosterhout: Winkelstructuur (2020)



Bron: De Nieuwe Kaart van Nederland, Nirov, Bewerkt door BRO.

Hoofdwinkelgebied: Centrum Oosterhout

De positie van het centrum van Oosterhout als hoofdwinkelgebied vraagt in de eerste plaats om omvangrijke en diverse recreatieve winkelbranches. Met name de modische branches en het warenhuisachtige aanbod zijn hierin van belang. Ook in de toekomst zal het accent in het centrum van Oosterhout op deze 'recreatieve' winkels blijven liggen. Dat betekent niet dat minder recreatieve winkelbranches niet meer aan bod komen. Op dit niveau is het juist van belang om de aantrekkingskracht van het centrum en de oriëntatie van de consument erop ook te versterken via de rol als boodschappencentrum. In verhouding tot het inwonertal van de stad Oosterhout is het dagelijkse artikelenaanbod in het centrum van Oosterhout beperkt van omvang. Gelet mede op de ontwikkelingen op wijk- en buurniveau, dient het centrum mee te gaan in de versterking van het dagelijkse artikelenaanbod om zo haar deelrol als boodschappencentrum te vrijwaren.

Versterkingsmogelijkheden centrum Oosterhout

Centraal in de versterking van het centrum van Oosterhout als boodschappencentrum staat het opschalen van de nu (voor een centrumsupermarkt) vrij kleinschalige Albert Heijn. Ook de aanwezige (vers)speciaalzaken dient de mogelijkheid te worden geboden uit te breiden naar een meer moderne omvang. Voorts kan aanvulling worden gezocht in (super)speciaalzaken als Leonidas, Rituals, Natuurwinkel, Simon Lévelt, etc..

Wijkwinkelcentrum: Arkendonk & Zuiderhout

Evenals in de huidige situatie worden Arkendonk en Zuiderhout in de toekomst gepositioneerd als (klein) wijkwinkelcentrum. In een wijkwinkelcentrum ligt het accent op het dagelijkse artikelenaanbod. Minimaal 2 complementaire supermarkten vormen de steunpilaren van het winkelcentrum. Het supermarktaanbod wordt aangevuld met een zo compleet mogelijk pakket aan speciaalzaken en drogisterijen. Het dagelijkse artikelenaanbod wordt aangevuld met enkele niet-dagelijkse artikelenwinkels, met ook vooral een wijkverzorgende rol. Het gaat dan met name om winkels met frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen, bijvoorbeeld bloemen, dagbladen, huishoudelijke artikelen, dierbenodigdheden en diervoeding. Het eventuele modische aanbod is vooral sterk gericht op algemeen textiel, bijvoorbeeld textielsuipers. Het winkelaanbod in een wijkwinkelcentrum wordt aangevuld met enkele consumentgerichte diensten, ambachten (kapper) en horeca, bijvoorbeeld snackbar en lunchroom.

Versterkingsmogelijkheden Arkendonk

De huidige situatie in winkelcentrum Arkendonk voldoet globaal aan de weergegeven profielschets. Substantiële uitbreiding van het winkelcentrum wordt niet voorgestaan, enige opschaling van bestaande winkels daargelaten. De huidige omvang volstaat om de rol van (klein) wijkwinkelcentrum in het noorden van Oosterhout blijvend in te vullen. Eventuele ruimtelijke versterkingsmogelijkheden moeten worden beschouwd vanuit de bestaande situatie en de fysieke (on)mogelijkheden die deze biedt. Mogelijk zijn verbeteringen te maken in de uitstraling (meer open) en presentatie.

Versterkingsmogelijkheden Zuiderhout

Centraal in het bereiken van de profielschets staat het toevoegen van een derde supermarkt, aanvullend aan de 2 bestaande supermarkten. Voor de balans binnen het supermarktaanbod gaat de voorkeur uit naar het toevoegen van een harde discounter. Een deel van de marktruimte dient dan ook te worden ingezet voor de versterking van het dagelijkse aanbod in Zuiderhout. Op die manier komt het accent in het wijkwinkelcentrum ook echt op de dagelijkse artikelen te liggen. Enige opschaling van bestaande winkels daargelaten, wordt verdere substantiële uitbreiding van het winkelcentrum niet voorgestaan.

Solitaire supermarkt: Statendamweg-Vaartweg & Statendamweg-Patrijslaan

Afhankelijk van de winkelstructuur en de onderlinge verhoudingen is exploitatie van een solitaire supermarkt soms mogelijk en in sommige gevallen vanuit de verzorging zelfs aan te bevelen. Een moderne, grootschalige supermarkt kan een wijkoverstijgende c.q. stadsoverstijgende rol vervullen. Vanwege de rol voor een ruim(er) verzorgingsgebied is een goede ontsluiting binnen de hoofdwegenstructuur een uiterst belangrijke randvoorwaarde.

Versterkingsmogelijkheden Statendamweg-Vaartweg

Het advies is de huidige Nettorama aan de Patrijslaan te verplaatsen naar de Statendamweg-Vaartweg omdat zo minder aanspraak wordt gemaakt op de (na het doorvoeren van alle plannen beperkte) marktruimte. Aandachtspunten bij de ontwikkeling van de locatie liggen in het blijvend voorzien in de randvoorwaarden op het vlak van bereikbaarheid, parkeren, uitstraling, etc.. Het is van cruciaal belang dat de achterblijvende locatie aan de Patrijslaan ook daadwerkelijk uit de markt (opheffen winkelbestemming) wordt genomen. Als op de locatie aan de Patrijslaan een supermarkt terugkomt, zijn negatieve effecten voor wijkwinkelcentrum Arkendonk niet langer uit te sluiten.

Versterkingsmogelijkheden Statendamweg-Patrijslaan

Het advies is de huidige Aldi aan de Loevensteinlaan te verplaatsen naar de Statendamweg-Patrijslaan omdat zo minder aanspraak wordt gemaakt op de (na het doorvoeren van alle plannen beperkte) marktruimte. Aandachtspunten bij de ontwikkeling van de locatie liggen in het blijvend voorzien in de randvoorwaarden op het vlak van bereikbaarheid, parkeren, uitstraling, etc.. Het is van cruciaal belang dat de achterblijvende locatie aan de Loevensteinlaan ook daadwerkelijk uit de markt (opheffen winkelbestemming) wordt genomen. Als op de locatie aan de Loevensteinlaan een supermarkt terugkomt, zijn negatieve effecten voor de bestaande aanbieders niet langer uit te sluiten.

Buurtsteunpunt: Markkant & Sint Antoniusstraat

Afhankelijk van de winkelstructuur en de onderlinge verhoudingen is exploitatie van een buurtsteunpunt soms mogelijk en in sommige gevallen vanuit de verzorging zelfs aan te bevelen. Buurtsteunpunten doen dienst als aanvullende voorziening in de dagelijkse artikelen in buurten die door de winkelcentra van hogere orde (wijk-winkelcentra) niet c.q. beperkt worden verzorgd.

Versterkingsmogelijkheden Markkant

De huidige situatie aan de Markkant voldoet globaal aan de weergegeven profielschets. Substantiële uitbreiding van het buurtsteunpunt wordt niet voorgestaan. De huidige omvang volstaat om de rol van buurtsteunpunt in het westen van Oosterhout blijvend in te vullen.

Versterkingsmogelijkheden Sint Antoniusstraat

De huidige Nettorama aan de Dr. Janssenslaan voldoet niet aan de profielschets van een modern buurtsteunpunt. De supermarkt is te kleinschalig om die rol goed op te kunnen pakken. Centraal in het bereiken van de profielschets staat het opschalen naar een moderne maat en het verplaatsen van de supermarkt naar de Sint Antoniusstraat.

5.3 Résumé

Wanneer de voorgestelde boodschappenstructuur tot stand is gekomen, zal de benaderde marktruimte binnen de dagelijkse artikelensector verdeeld zijn over de hele stad.

BIJLAGE

BIJLAGE 1: WONINGBOUWPLANNEN 2009-2019

Gemeente Oosterhout: Woningbouwlocaties & programma's

	Totaal
Vrachelen 3 (diverse losse kavels)	18
Buitengebied (diverse losse woningen)	22
Bredaseweg - Bouwlingstraat	7
Dija Terrein	75
Leijsenakkers	19
Molenstraat	11
Nijenrode	31
Oosterheem Fase 2	127
Paterserf	109
Sint Antoniusstraat Oost	33
Tilburgseweg	6
Torenschouw	33
Van Liedekerkestraat	17
Veekestraat	4
Veerseweg	13
Verdistraat	21
Verspreid (diverse plannen)	24
Vrachelen 3	30
De Contreie	820
Slotjes-Midden	290
Zwaaikom	825
Santrijn	145
Vrachelsedijk (Bayens)	84
Sint Josephstraat en omgeving	130
Keiweg & Kloosterstraat	22
Keiweg & Ridderstraat	51
Intergaslocatie	96
Oosterhout	3.063
Dorst West	100
De Vliert	113
Verspreid (diverse losse woningen)	18
Uitbreiding Dorst Oost	172
Dorst	403
Melkfabriek Oosteind & Losse woningen lint	43
Oosteind	43
Losse woningen & Vrachelstraat & Molenakker	20
Den Hout	20
Totaal	3.529
Bron:	Gemeente Oosterhout.

