

Berlicum

ladderonderbouwing locatie Hoogstraat/Runweg

ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

401093.20160373

projectleider:

██████████, MUAD

auteur(s):

██████████
██████████, MSc
██████████, MSc

planstatus

datum:

10-07-2017

opdrachtgever:

BL Huisvesting

Inhoud

1. Inleiding	3
1.1. Aanleiding	3
1.2. Vraagstelling	4
1.3. Leeswijzer	5
2. Beleidskader	6
2.1. Structuurvisie Ruimtelijke Ordening provincie Noord-Brabant (2014)	6
2.2. Verordening Ruimte provincie Noord-Brabant (2014; geconsolideerd 2017)	6
2.3. Regionale detailhandelsvisie (Agrifood Capital Noordoost-Brabant, 2015)	6
2.4. Structuurvisie Sint-Michielsgestel (2011)	8
2.5. Economische Visie 2025 & Actieplan 2013-2018 Sint-Michielsgestel	9
2.6. Nota detailhandel en horeca centrum Berlicum (2015)	10
2.7. Conclusie	10
3. Behoeft	12
3.1. Verzorgingsgebied	12
3.2. Analyse dagelijkse goederensector Berlicum	13
3.3. Supermarktsegmenten	14
3.4. Positionering Aldi	15
3.5. Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector	17
3.6. Distributieplanologische marktanalyse niet-dagelijkse goederensector	20
3.7. Woningmarktanalyse Berlicum	21
3.8. Conclusie	24
4. Locatieafweging	26
4.1. Ruimtebeslag moderne harddiscounter	26
4.2. Leegstandsanalyse	27
4.3. Beoordeling beoogde locatie	29
4.4. Conclusie	31
5. Conclusie	32
5.1. Behoeft	32
5.2. Locatieafweging	32
5.3. Conclusie	33

1.1. Aanleiding

Aldi heeft al enige tijd een uitbreidingswens in de kern Berlicum. Tot voor kort was Aldi gevestigd in het centrum van Berlicum, aan het Mercuriusplein 30. Dit winkelpand was voor Aldi geen duurzame-vestigingslocatie. Sinds 2016 is supermarktketen Emté gevestigd in het voormalige Aldi-pand. Het winkelaanbod van Berlicum zit geconcentreerd rond het Mercuriusplein. Aan dit plein liggen winkels, vooral gericht op de dagelijkse boodschappen (figuur 1.1).

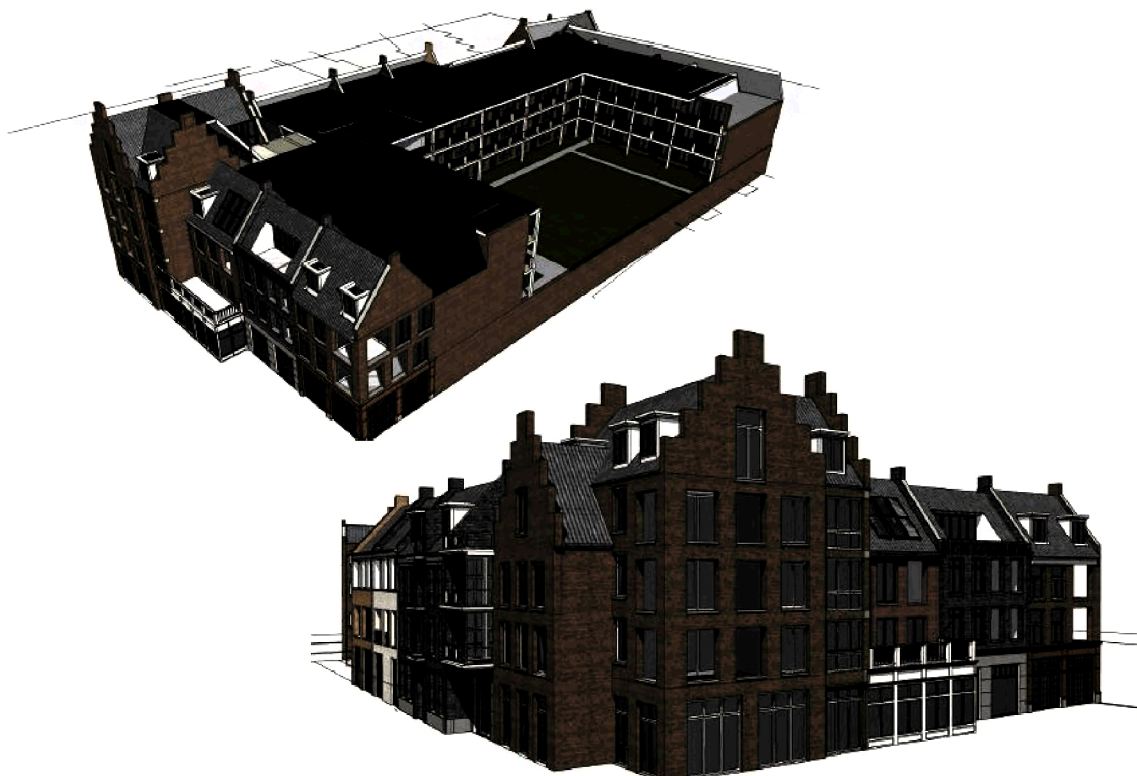


Figuur 1.1 Impressie Mercuriusplein Berlicum (Google Streetview, 2017)

In samenwerking met BL Huisvesting heeft Aldi een ontwikkelingslocatie gevonden in het centrum van Berlicum op de hoek van de Hoogstraat/Runweg. De locatie ligt aan de zuidwestzijde van het Mercuriusplein. Met de ontwikkeling wordt een kwalitatieve impuls gegeven aan het centrum met verschillende centrumfuncties. Het beoogde programma bestaat uit de volgende onderdelen:

- een supermarkt van 1.040 m² wvo (circa 1.400 m² bruto vloeroppervlak);
- aanvullende detailhandel circa 900 m² wvo;
- 43 appartementen met een vloeroppervlak van 90 m² tot circa 150 m².

In de figuur hieronder is te zien hoe dit ingepast zal worden binnen het centrum van Berlicum (figuur 1.2).



Figuur 1.2 Impressie beoogde ontwikkeling Hoogstraat Berlicum (Steenbergen van [redacted], 2016)

In dit ruimtelijk-economisch onderzoek wordt de behoefte aan de beoogde ontwikkeling onderbouwd conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking.

1.2. Vraagstelling

Het beoordelen van de ruimtelijk-economische effecten van de beoogde ontwikkeling van een supermarkt met aanvullende detailhandel en 43 appartementen aan de Hoogstraat/Runweg in Berlicum vindt plaats volgens de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening).

Ladder voor duurzame verstedelijking

Op grond van het bepaalde in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) is voor een nieuwe stedelijke ontwikkeling vereist dat wordt onderbouwd of en in hoeverre er sprake is van 'duurzaam ruimtegebruik'. Om dit duurzaam ruimtegebruik te garanderen moet de 'ladder voor duurzame verstedelijking' (zoals omschreven in artikel 3.1.6 lid 2 Bro) worden doorlopen.

Lid 2 luidt als volgt: "De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

De hoofdvragen van dit onderzoek zijn:

- Past de beoogde ontwikkeling van een supermarkt, aanvullende detailhandel en appartementen aan de Hoogstraat in Berlicum binnen de kaders van de ladder voor duurzame verstedelijking?
- Is de beoogde locatie op de hoek van de Hoogstraat/Runweg een geschikte locatie?

Om deze vragen te beantwoorden worden de volgende aspecten onderzocht:

- Relevante beleidskaders.
- Het verzorgingsgebied van Berlicum.
- Een analyse van de winkelstructuur in Berlicum.
- Een nadere analyse van de supermarktsegmenten in Berlicum.
- De positionering van de Aldi binnen de Nederlandse supermarktstructuur.
- Een distributieplanologische marktanalyse.
- Een beoordeling van de beoogde locatie.

1.3. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt het relevante beleidskader geschetst. In hoofdstuk 3 wordt de behoefte aan de beoogde ontwikkeling op de locatie Hoogstraat/Runweg in Berlicum onderbouwd. In dit hoofdstuk is onder meer aandacht voor de positie van Aldi binnen de supermarktstructuur van Berlicum. Vervolgens komt in hoofdstuk 4 de ruimtelijk relevante aspecten aan bod in de locatieafweging, waarbij de beoogde locatie aan de Hoogstraat/Runweg wordt beoordeeld. Tot slot wordt in hoofdstuk 5 de beoogde ontwikkeling getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

2. Beleidskader

2.1. Structuurvisie Ruimtelijke Ordening provincie Noord-Brabant (2014)

De structuurvisie Ruimtelijke Ordening van de provincie Noord-Brabant is in 2010 ingesteld, met een gedeeltelijke herziening in 2014. Voor Noord-Brabant is de grote uitdaging het (hoog)stedelijk gebied verder te ontwikkelen, en tegelijkertijd het versterken van groene en blauwe waarden. De aanwezigheid van zowel stad als land dragen bij aan een aantrekkelijk leef- en vestigingsklimaat. Een belangrijk aandachtspunt hierbij is het op peil houden van het voorzieningenniveau. Dit wordt gedaan door het concentreren van verstedelijking. Het is daarom belangrijk om zorgvuldig om te gaan met bestaande winkelcentra, dit is een primaire verantwoordelijkheid van de gemeente. De provincie richt zich op grootschalige, bezoekersintensieve ontwikkelingen met een regionaal en bovenregionaal karakter. Ontwikkelingen kunnen worden ingepast als ze het bestaande voorzieningenniveau versterken en de ruimtelijke effecten inpasbaar zijn in de omgeving. Centraal staat dus zorgvuldig ruimtegebruik en aandacht voor de gebiedskwaliteiten.

2.2. Verordening Ruimte provincie Noord-Brabant (2014; geconsolideerd 2017)

Het ruimtelijk beleid is vertaald in de Verordening ruimte. In artikel 3.1 is de zorgplicht voor ruimtelijke kwaliteit opgenomen. De toelichting bij een bestemmingsplan, dat voorziet in een ruimtelijke ontwikkeling bevat een verantwoording dat het plan bijdraagt aan de zorg voor het behoud en bevordering van ruimtelijke kwaliteit. Het principe van zorgvuldig ruimtegebruik houdt in dat als er sprake is van een stedelijke ontwikkeling de Ladder voor duurzame verstedelijking het uitgangspunt is. Een bestemmingsplan gelegen in bestaand stedelijk gebied kan voorzien in een ontwikkeling of een uitbreiding van een detailhandelslocatie, tenzij deze ontwikkeling of uitbreiding leidt tot een bovenregionale verzorgingsfunctie. De kern Berlicum ligt binnen het bestaand stedelijk gebied van de provincie. Ontwikkeling of uitbreiding van detailhandelslocaties is mogelijk in dit gebied. De beoogde ontwikkeling van Aldi betreft geen bovenregionale detailhandelslocatie.

2.3. Regionale detailhandelsvisie (Agrifood Capital Noordoost-Brabant, 2015)

De detailhandelsvisie geeft de afspraken weer hoe de gemeenten in de regio Noordoost-Brabant om willen gaan met ontwikkelingen van detailhandel. Kaders zijn opgesteld om tot meer afstemming te komen van bovenlokale initiatieven in de detailhandel. Een gedeelde visie en ambitie is opgesteld over de gewenste ontwikkelingsstructuur van de detailhandel. Deze visie vormt dan ook het uitgangspunt voor gemeentelijk beleid.

De problematiek in de detailhandel vraagt om regionale afstemming. Om tot afstemming te komen zijn een aantal ambities op regionaal niveau geformuleerd:

- Goede consumentenverzorging in perspectiefrijke winkelstructuur.
- Ruimte bieden voor vernieuwing.
- Complementair aanbod: spanningsvelden tussen perspectiefrijke structuur en vernieuwing.
- Wisselwerking ruimtelijk beleid en economisch beleid: uitnodigingsplanologie.

Vanuit deze ambities zijn ook een aantal doelstellingen opgesteld:

- Detailhandel clusteren in compacte perspectiefrijke bestaande winkelgebieden.
- Tegengaan van versnippering.
- Complementariteit en afgebakende branchering van perifere winkels.
- Bijzondere detailhandel dient zoveel mogelijk plaats te vinden binnen de perspectiefrijke winkelcentra, is dat niet het geval dan moet het bijdragen aan detailhandelsstructuur en consumentenverzorging.
- Overbodig aanbod en bestemmingsplancapaciteit uit de markt halen.
- Kennisuitwisseling gemeenten en andere betrokken partijen.
- Internethandel niet blokkeren, en inpassen in ambities bij sprake van directe detailhandel.

Op basis van de ambities en de doelstellingen zijn er een aantal afspraken gemaakt:

- In de toekomst zijn minder detailhandelsmeters nodig, er wordt terughoudend omgegaan met nieuwe ontwikkelingen.
- Kwaliteitsimpulsen staan voorop in plaats van kwantitatieve uitbreiding van winkelaanbod.
- Nieuwe ontwikkelingen dienen zo veel mogelijk een plek te krijgen in structuurbepalende winkelgebieden zoals die beschreven zijn bij de positionering van de winkelgebieden. Ook de lokaal verzorgende centrumgebieden hebben in die structuur een belangrijke verzorgingspositie.
- Concentratie vindt plaats in het kernwinkelgebied, aan de randen is ruimte voor functietransformatie.
- Verspreide bewinkeling, voor zover die het functioneren van centrumgebieden kan aantasten, dient zo veel mogelijk te worden teruggedrongen.
- Overbodig aanbod en ongebruikte bestemmingsplancapaciteit samen met marktpartijen uit de markt halen.
- Perifere concentraties zijn nadrukkelijk complementair aan de reguliere centrumgebieden.
- Brancheverruiming op perifere detailhandelsconcentraties dient zo veel mogelijk voorkomen te worden.
- Internethandel in de vorm van afhaalpunten vindt bij voorkeur plaats in de winkelgebieden of op goed bereikbare locaties waar al een concentratie van publieksgerichte voorzieningen aanwezig is. Alle andere vormen van internethandel met fysieke bezoekmogelijkheden voor de klanten geldt als reguliere detailhandel.

Omdat er niet kwalitatief getoetst kan worden of nieuwe ontwikkelingen regionaal afgestemd moeten worden, zijn er een aantal kwantitatieve drempelwaardes opgesteld. Als een ontwikkeling in een winkelgebied met een bepaald verzorgingsniveau groter is dan de genoemde drempelwaarde dan is er regionale afstemming vereist. Wanneer een ontwikkeling onder de drempelwaarde ligt is deze passend bij het verzorgingsgebied. De drempelwaardes zijn als volgt:

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

De beoogde ontwikkeling van Aldi (met aanvullende detailhandel) omvat 1.940 m² wvo. Berlicum kan aangemerkt worden met een lokale verzorgingsfunctie. Hieruit wordt geconcludeerd dat de beoogde ontwikkeling aan de Hoogstraat regionaal afgestemd moet worden.

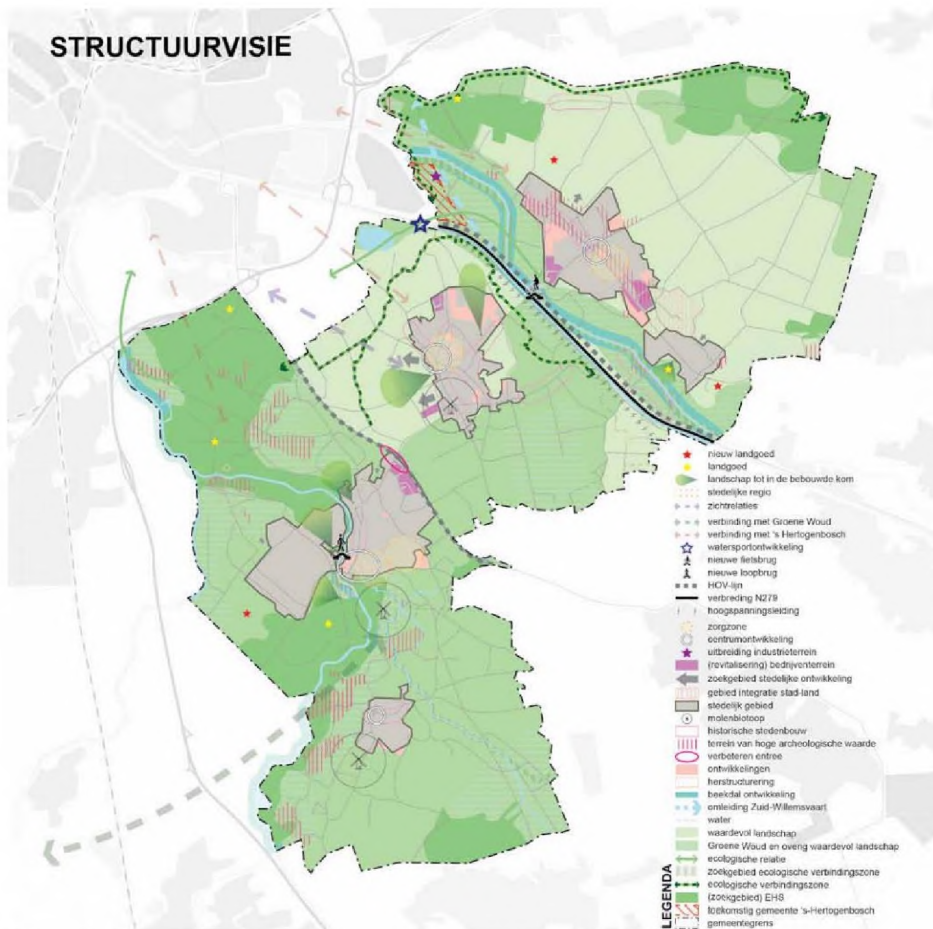
2.4. Structuurvisie Sint-Michielsgestel (2011)

Ambities en idealen

De toekomstvisie 'Zieners van 2025' is opgesteld om de gewenste toekomst van de gemeente en gemeenschap te beschrijven. Uit deze visie zijn een aantal speerpunten geformuleerd die overgenomen zijn in de structuurvisie van de gemeente. Een aantal hiervan zijn hieronder beschreven:

- **Bouwopgave:** er is een bouwopgave neergelegd van 1.800 wooneenheden tot 2025 gebaseerd op de toename van het inwonertal, de met vergrijzing samenhangende verandering in woonwensen en de verdunning van huishoudens.
- **Lokaal gebonden bedrijvigheid:** productie en herstructurering van bedrijventerreinen op basis van lokale behoeften. Uitgangspunten hierbij zijn kleinschaligheid, conformiteit met de woonomgeving en stimulering van de sociale cohesie/arbeidsparticipatie.
- **Partnerschappen:** vanuit een regierol strategische partnerschappen aangaan met bedrijven, onderwijsorganisaties, maatschappelijke instellingen, waterschappen en gelijkgestemde regiogemeenten om in gezamenlijkheid uitdagingen aan te gaan. Daarbij ook de inwoners van Sint-Michielsgestel actief betrekken bij en laten participeren in het maken van plannen en beleid (co-creatie).
- **Bereikbaarheid versus verkeersdruk:** de bereikbaarheid van dorpen verbeteren en tegelijkertijd de verkeersdruk op de dorpskernen verminderen.

De uitwerking van het ruimtelijk beleid is visueel weergegeven in een structuurvisiekaart (figuur 2.1). Zoals te zien in de kaart wordt Berlicum aangemerkt als stedelijk gebied waar centrumontwikkeling kan plaatsvinden.



Figuur 2.1 Structuurvisiekaart (gemeente Sint-Michielsgestel, 2011)

Lokaal gebonden bedrijvigheid

De economie van de gemeente Sint-Michielsgestel heeft vooral een lokaal verzorgende functie waarbinnen de sectoren bouw, onderwijs, handel en specialistische zakelijke diensten domineren. Andere belangrijke sectoren zijn de agrarische sector, de horeca, verhuur, informatie en communicatie en financiële dienstverlening. De omvang van de agrarische sector (in aantallen bedrijven en arbeidsplaatsen) neemt verder af. De aanwezige bedrijvigheid is relatief kleinschalig.

De initiatieven en de betrokkenheid van lokale ondernemers zijn zeer belangrijk voor de ontwikkeling en leefbaarheid van het buitengebied en de dorpen. Dit betekent dat er samen met lokale ondernemers gezocht moet worden naar ruimtelijke kansen en mogelijkheden om de bedrijvigheid in de gemeente Sint-Michielsgestel te stimuleren. Door het stimuleren van bijvoorbeeld horeca, ambachtelijke bedrijfjes en winkeltjes kan een goed verblijfsgebied in de dorpen ontstaan voor bewoners en recreanten. Daarbij kan gedacht worden aan het vernieuwen en opwaarderen van horeca. In alle gevallen zijn de begrippen zorgvuldigheid, maatwerk en een verantwoorde landschappelijke inpassing van het grootste belang. Verder is het stimuleren van kwalitatief aantrekkelijke banen voor jongeren van belang om deze groep te behouden binnen de gemeenschap.

Visie Berlicum/Middelrode

In Berlicum/Middelrode is de Warmbergsebeek de grens voor verstedelijking. Geschikte uitbreidingslocaties voor woningbouw liggen ten noorden van Berlicum ten westen van Schuurkerpad en ten noordoosten van Middelrode. Bij verdere verstedelijking is versterking en behoud van groene ribben haaks op de lintstructuur van belang. Het verder vervagen van het ruimtelijk onderscheid tussen Berlicum en Middelrode moet worden voorkomen.

Voor alle kernen binnen de gemeente Sint-Michielsgestel wordt aangegeven dat er ruimte voor nieuwe ontwikkelingen zijn. Binnen het aangewezen stedelijk gebied is de gemeente in het algemeen vrij – binnen de grenzen van andere wetgeving – om te voorzien in stedelijke ontwikkeling. Als toch nieuw ruimtebeslag nodig is, kan dit alleen daar waar er gelet op de ruimtelijke kwaliteiten verantwoorde uitbreidingsmogelijkheden liggen binnen de aangewezen zoekgebieden voor verstedelijking.

2.5. Economische Visie 2025 & Actieplan 2013-2018 Sint-Michielsgestel

De gemeente Sint-Michielsgestel heeft begin 2013 een start gemaakt met de ontwikkeling van een economische visie 2025 en concreet economisch actieplan voor de periode 2013-2018. De gemeente wil met deze nieuwe visie nog beter kunnen inspelen op de huidige economische tijd en positie van de gemeente in de regio.

De volgende doelstellingen zijn opgesteld:

- Creëren van een dynamische economie door behoud en versterking van de economische structuur en werkgelegenheid.
- Stimuleren van een aantrekkelijke en duurzame bedrijfsomgeving.
- Betere aansluiting tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.
- Bevordering van duurzaamheid.
- Doorontwikkeling van regionale samenwerking en dienstverlening richting regionale stakeholders (publiek/privaat).

In de uitwerking van de uitvoering van deze visie zijn een aantal plannen opgesteld om van ambitie naar actie te komen. Eén van de actielijnen is die van de versterking van de detailhandel en horeca. Het doel van deze actie is het versterken van de detailhandel en horeca om de bezoekersaantallen en bestedingen te verhogen. Dit wordt op de volgende manier aangepakt:

- Naast het bestaande horecaoverleg, een separaat brancheoverleg formeren bestaande uit sleutelbedrijven.
- Ontwikkeling van een detailhandel/horecaplan per kern om meer bewoners en toeristen aan te trekken. Dit bestaat uit een concreet actieprogramma dat meer inspeelt op de beleving van de klant, met o.a.:

- Ontwikkeling van speciale arrangementen;
- Kleinschalige evenementen.
- Versterking en professionalisering van het overleg via het Ondernemersplatform.
- Regionale samenwerking en toekomstbestendige detailhandelsstructuur.

2.6. Nota detailhandel en horeca centrum Berlicum (2015)

Deze Nota geeft kaders waarbinnen ondernemers initiatieven kunnen ontwikkelen. De gemeentelijke visie op de detailhandel en horeca biedt ruimte voor ondernemerschap en innovatie. Ook kan deze Nota gebruikt worden als ruimtelijk kader om ondernemerschap ruimtelijk te sturen naar die locaties met de grootste meerwaarde en beste randvoorwaarden.

De doelstelling van het beleid is dat de inwoners van Berlicum/Middelrode hun dagelijkse boodschappen voor het grootste gedeelte in Berlicum kunnen doen. Bovendien moeten optimale randvoorwaarden worden geboden voor winkels in niet-dagelijkse goederen.

In de Nota is gekomen tot een profilering van winkelgebieden binnen Berlicum waarbij een winkelgebiedenstructuur is opgesteld die bestaat uit drie typen winkelgebieden:

- Een boodschappen-plus centrum: Het Mercuriusplein is het winkelhart van het centrum van Berlicum en Middelrode. Het grootste bezoeks-motief is hier 'boodschappen doen'. Supermarkten vormen hier de belangrijkste publiekstrekkingen en bepalen dan ook de winkelstructuur. Ook worden naast de supermarkten winkels bezocht die op zichtafstand liggen, door het combinatiebezoek van consumenten. Naast het boodschappen-aanbod is er in beperkte mate ruimte voor winkels in de branches: warenhuis, mode, schoenen, optiek, luxe artikelen en woninginrichting. Dit zijn winkels die de 'plus' vormen in het boodschappen-plus centrum. Ten zuidwesten van het Mercuriusplein is nog ruimte voor ontwikkeling, vooral als de verkeersdruk en daarmee de barrièrewerking van de Hoogstraat wordt verlaagd. Uitbreiding van de detailhandel zal vooral moeten plaatsvinden in het centrumgebied vanwege het belang van een geconcentreerd winkelaanbod.
- Een gemengd gebied met ruimte voor initiatieven: de Hoogstraat, de Kerkwijk en de Milrooijseweg/Julianastraat.
- Ruimte voor Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV): het bedrijventerrein aan de Runweg en de locatie aan de Groenstraat.

2.7. Conclusie

Uit de beleidskaders opgesteld in de structuurvisie van de provincie Noord-Brabant kan geconcludeerd worden dat de beoogde ontwikkeling aan de Hoogstraat/Runweg in Berlicum niet aan te merken is als provinciaal belang. Vanwege het lokale karakter van de ontwikkeling is deze zorgvuldige omgang met het winkelcentrum primair een verantwoordelijkheid voor de gemeente. In dit geval zal er met betrekking tot het zorgvuldig ruimtegebruik getoetst worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

Met de beoogde ontwikkeling in Berlicum zal worden voldaan aan de regionale visie waarbij er ook ruimte is voor vernieuwing. Ook wordt de nieuw beoogde detailhandel ontwikkelt in de bestaande structuur in een perspectiefrijke winkelgebied: aansluitend op het Mercuriusplein. Wel moet de ontwikkeling regionaal afgestemd worden. De beoogde ontwikkeling van 43 appartementen draagt bij aan de regionale woonbehoefte.

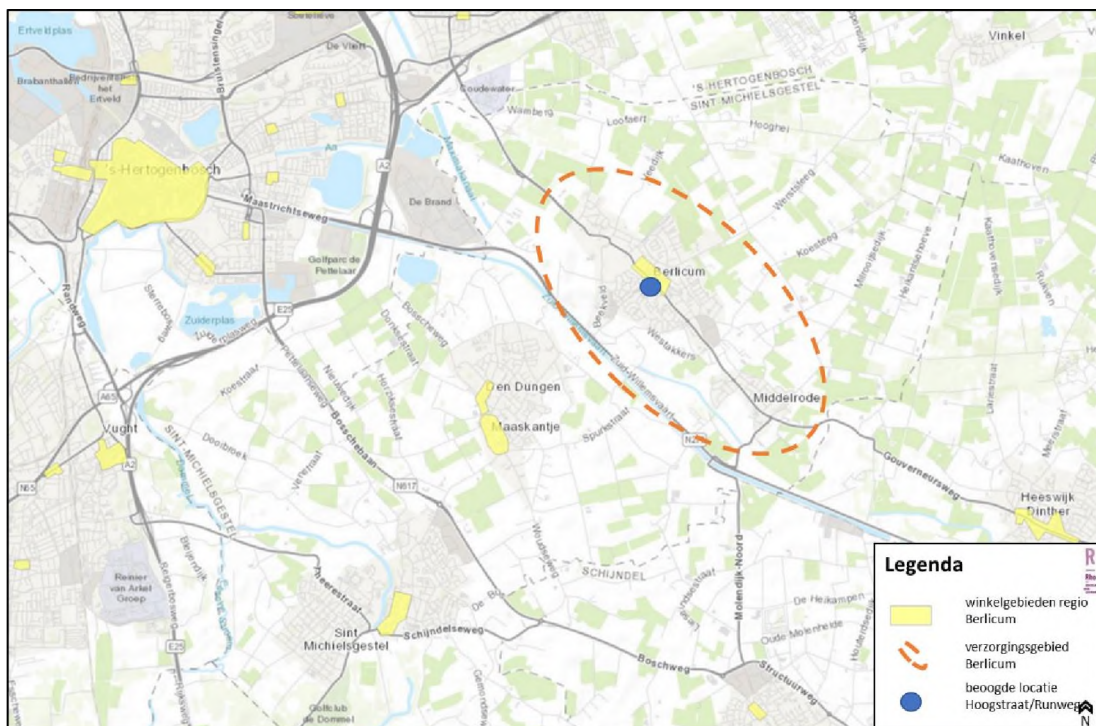
De ontwikkeling van een Aldi met aanvullende detailhandel in Berlicum past binnen de vigerende beleidskaders, zoals geformuleerd in de Nota Detailhandel en Horeca. Er is onder andere behoefte aan een derde supermarkt, deze zal bijdragen aan het boodschappen-plus karakter van het centrum. De

beoogde locatie aan de Hoogstraat/Runweg wordt ook hier als mogelijke ontwikkellocatie aangeduid. Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling in lijn is met de vigerende beleidskaders.

3. Behoeft

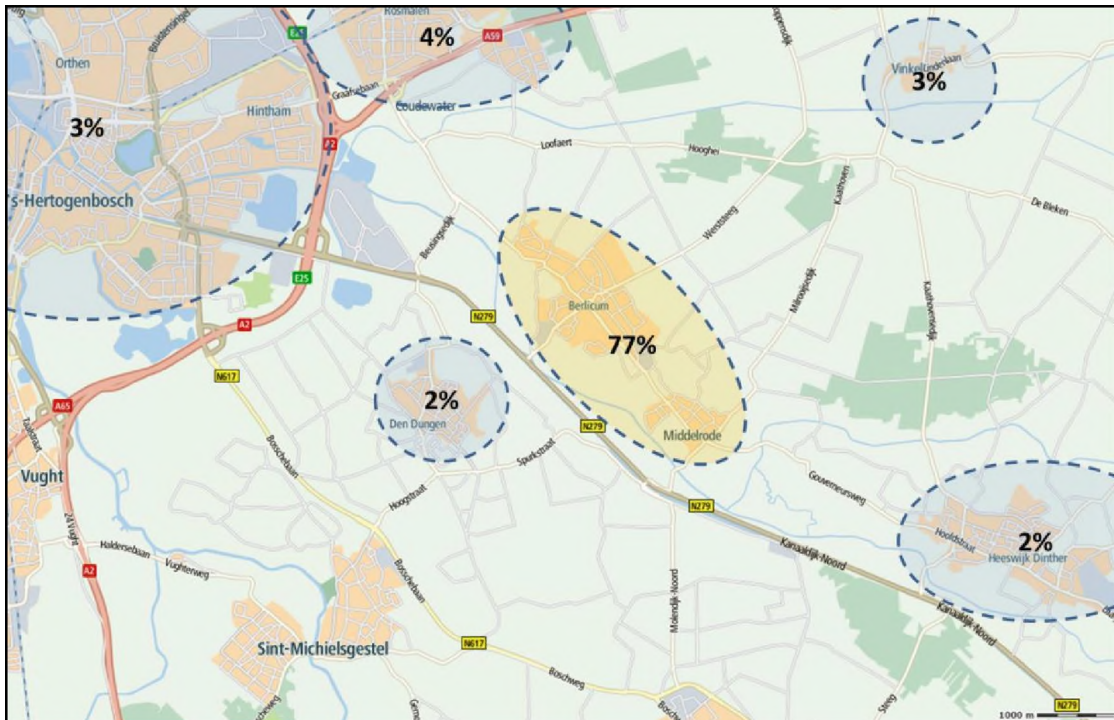
3.1. Verzorgingsgebied

Berlicum is een dorp in Noord-Brabant nabij de stad 's-Hertogenbosch. Het is een van de kernen binnen de gemeente Sint-Michielsgestel. De gemeente telt 28.400 inwoners. Rekening houdend met de spreiding van supermarkten over de andere omliggende kernen is hier gekozen voor een verzorgingsgebied van ongeveer 10.000 inwoners (Nota Detailhandel en Horeca, 2015). Deze bestaat uit Berlicum (7.635 inwoners) en Middelrode (2.020 inwoners; CBS, 2016; gegevens over 2017).



Figuur 3.1 Winkelgebied Berlicum (Locatus, 2017)

In het verzorgingsgebied van Berlicum is Middelrode ook meegenomen. In Middelrode zijn geen supermarkten aanwezig en door de korte afstand naar Berlicum via de Milrooijeseweg zullen de inwoners veelal naar Berlicum gaan voor hun dagelijkse inkopen. Van omliggende dorpen als Den Dungen, Vinkel en Heeswijk-Dinther wordt weinig koopkrachttoevloeiing verwacht (figuur 3.2).



Figuur 3.2 Herkomst bestedingen in supermarkten (uitsluitend aandeel > 1% weergegeven) (Nota Detailhandel en Horeca, 2015)

De koopkrachtafvloeiing van de inwoners van Berlicum naar omliggende dorpen voor boodschappen zal gering zijn. Berlicum heeft een relatief groot eigen dagelijks winkelaanbod. Ook vanwege de barrièrewerking van de Zuid-Willemsvaart zullen veel inwoners gebruik maken van de eigen voorzieningen. De Nota Detailhandel en Horeca geeft dit ook aan, de koopkrachtbinding is berekend op 78%. Dit is het potentieel van dagelijkse bestedingen wat ook daadwerkelijk in de eigen kern wordt uitgegeven, in dit geval het Berlicum/Middelrode.

3.2. Analyse dagelijkse goederensector Berlicum

Binnen het verzorgingsgebied van Berlicum is er één winkelgebied: Mercuriusplein. De meeste winkels zijn geconcentreerd aan het Mercuriusplein met een uitloop naar de Kerkwijk. In dit winkelgebied zijn twee supermarkten gevestigd: een Jumbo en een Emté (figuur 3.3). Andere detailhandel die hier gevestigd is, is vooral gericht op dagelijkse boodschappen en frequent benodigde niet-dagelijkse aankopen zoals een HEMA, Blokker, Kruidvat en een Keurslager. Buiten het Mercuriusplein ligt de nadruk op (grotere) winkels in artikelen voor in-en-om-het huis. Ook bevinden zich hier relatief veel horeca- en overige niet-detailhandelsvoorzieningen. De aanwezigheid hiervan is historisch gegroeid langs de oude doorgaande route van 's-Hertogenbosch richting het zuiden. In de plaats Middelrode is geen winkelaanbod gevestigd.

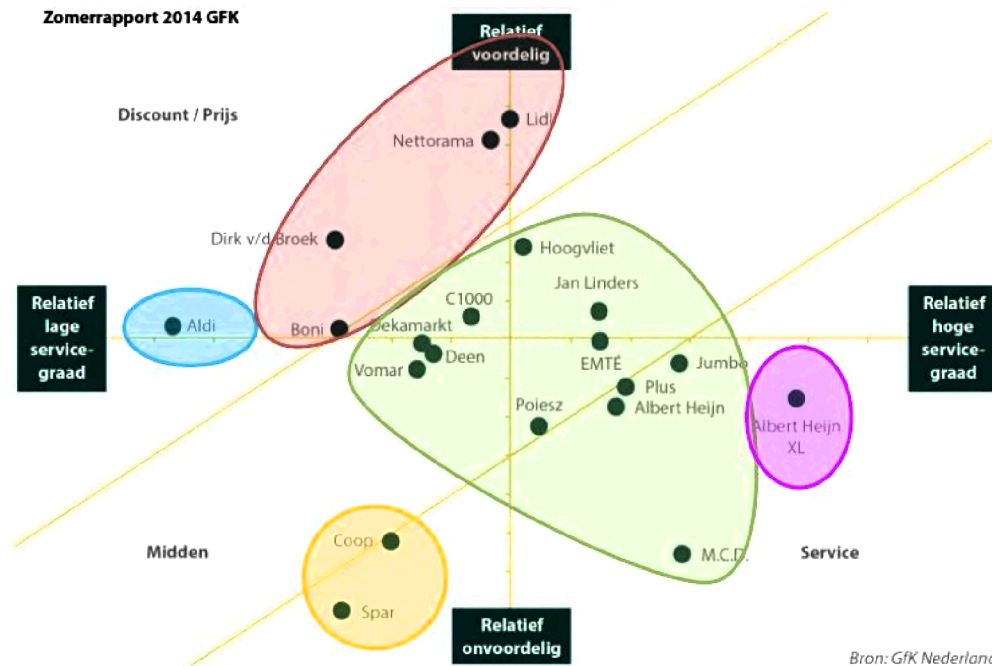


Figuur 3.3 Supermarktaanbod Berlicum (Locatus, juni 2017; ondergrond: Luchtfoto Kadaster, 2017)

3.3. Supermarktsegmenten

Voor een sterke detailhandelsstructuur is het van belang dat het supermarktaanbod compleet is en blijft. In Nederland kennen we diverse supermarkten die op basis van functie en kenmerken kunnen worden ingedeeld in 5 categorieën (figuur 3.4):

- **Mega-supermarkten:** grootschalige supermarkten, zeer uitgebreid productaanbod vooral voor de weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH XL en Jumbo Foodmarkt.
- **Full-service supermarkten:** supermarkten met ruim productaanbod, meer versproducten t.o.v. andere supermarkten voor de dagelijkse- en weekendaankopen. Voorbeelden zijn AH, Emté, , Jumbo en Plus.
- **Goedkope service-supermarkten (ook wel service-discounters):** supermarkten voor de dagelijkse- en weekendaankopen, met als kenmerk lage prijzen en beperkte service en een kleiner assortiment dan de full-service supermarkten. Voorbeelden zijn , 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 harddiscounter 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.



Figuur 3.4 Positionering supermarktketens (bron: GfK, zomer 2014, arcering Rho)

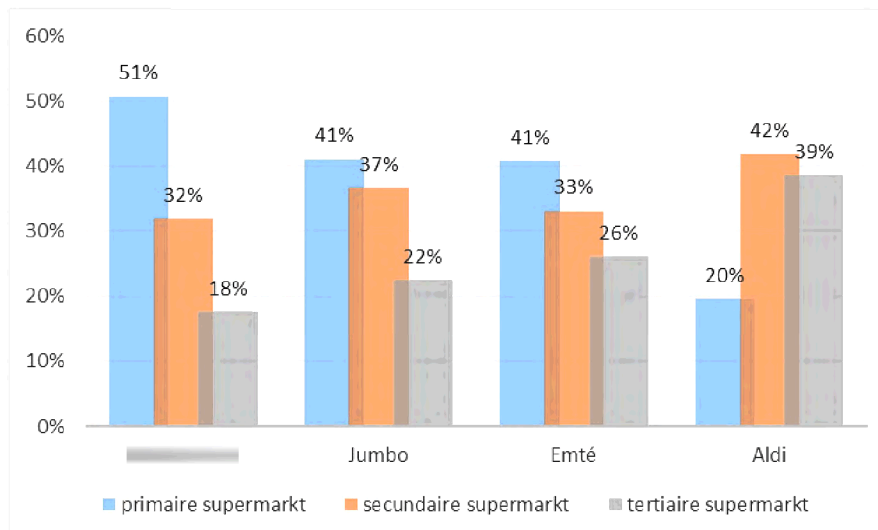
Voor Berlicum kan geconcludeerd worden dat het beschikt over twee full-service supermarkten, namelijk Jumbo en Emté. Uit de andere segmenten, zoals discount, zijn momenteel geen supermarkten gevestigd in Berlicum of Middelrode, hiervoor zal uitgeweken moeten worden naar Sint-Michielsgestel of Rosmalen. Met de ontwikkeling van Aldi aan de Hoogstraat wordt een complementair supermarktsegment toegevoegd aan het supermarktaanbod van Berlicum.

3.4. Positionering Aldi

Naast een indeling op basis van service, prijs en assortiment (zie figuur 3.4), kunnen supermarkten worden ingedeeld op basis van de overwegende functie die een supermarktformule heeft in het winkelgedrag van consumenten:

- Vooral primair bezochte supermarkt (waar men het grootste deel van de dagelijkse boodschappen doet): betreft vooral de full-service supermarkten en de goedkope service-supermarkten
- Vooral secundair bezochte supermarkt (waar men vrijwel elke week aanvullend koopt, bijvoorbeeld versartikelen en/of discountaankopen): betreft vooral de harddiscounter Aldi en de buurtsupermarkten.
- Vooral tertiair bezochte supermarkten (waar men minimaal één keer per maand komt, bijvoorbeeld voor specifieke aanbiedingen en/of bulkaankopen): harddiscounter Aldi heeft een relatief groot aandeel consumenten die Aldi aanvullend bezoeken voor specifieke aankopen (in bulk).

Uit onderzoek van Deloitte (Consumententrends, 2016) blijkt dat circa 80% van de bezoekers van Aldi deze supermarkt secundair of tertiair bezoekt. Aldi heeft door dit bezoekgedrag een heel andere functie dan full-service supermarkten in de gemeente Sint-Michielsgestel, zoals , Emté en Jumbo, waar 40%/50% van de bezoekers primaire klant is (figuur 3.5).



Figuur 3.5 Functie van supermarktformules primair marktgebied voor de consument (Deloitte, 2016; bewerking Rho)

Aldi heeft een relatief klein assortiment in vergelijking tot andere supermarkten. Dit assortiment bestaat uit circa 1.200 artikelen, dat in iedere Aldi-winkel hetzelfde is (Maatschappelijk jaarverslag 2015, [redacted]). Het Aldi-assortiment bestaat voor bijna 98% uit eigen merk. Ter vergelijking: full-service supermarkten hebben een assortiment van tussen de 15.000 en 30.000 afzonderlijke producten dat niet per vestiging gelijk hoeft te zijn. Naast de huismerken worden ook vooral A-merken verkocht in full-service supermarkten. Verder is de beperkte omvang van het versassortiment van een harddiscounter opvallend. Voor (full)service-supermarkten zijn versartikelen namelijk een belangrijke manier om zich te onderscheiden van de concurrent, terwijl een harddiscounter slechts een 'basis'-assortiment in vers heeft. De keuze heeft te maken met beheersbaarheid (laag houden) van de kosten. In algemene zin ligt de focus van een harddiscounter meer op de verpakte, langer houdbare producten. Harddiscounter Aldi heeft een relatief lager serviceniveau. Dit vertaalt zich bijvoorbeeld in verkoop uit displayverpakkingen (soort dozen) waardoor minder vakkenvullers nodig zijn.

Op basis van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat harddiscounter Aldi een supermarkt is waar men 'ook' heen gaat, naast een bezoek aan één of meerdere andere supermarkten. Hiermee samenhangend is de bezoekfrequentie van de consument aan een harddiscounter lager dan aan de primair bezochte supermarkt. Gemiddeld bezoekt de consument de primair bezochte supermarkt twee keer per week en de secundair bezochte één keer. Primair bezochte supermarkten zijn vaak (de meest) dichtbijgelegen supermarkt. Doorgaans bevinden de secundair en tertiair bezochte supermarkten zich op grotere afstand, omdat deze minder frequent worden bezocht. Het bezoekmotief voor een harddiscounter begeeft zich op het snijvlak van boodschappen doen en doelgericht aankopen doen. Om deze reden heeft Aldi een relatief groot verzorgingsgebied nodig.

Voor Berlicum kan geconcludeerd worden dat een harddiscounter als een Aldi een aanvulling kan zijn op het bestaande supermarktaanbod. In prijs en kwaliteit, maar ook wanneer gekeken wordt naar bezoekfrequentie en -motief verschilt de Aldi met het huidige supermarktaanbod. Aangezien men voor een Aldi een langere afstand aflegt voor een bezoek, zou een groter aantal bezoekers uit omliggende dorpen aangetrokken kunnen worden. Ook zou een groter gedeelte van de eigen inwoners in Berlicum blijven. Nu blijft de koopkrachtbinding in de supermarkten in Berlicum achter op het beeld in vergelijkbare kernen (Nota Detailhandel en Horeca, 2015).

3.5. Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector

Ter onderbouwing van de beoogde nieuwe winkel van Aldi is in deze paragraaf een distributieplanologisch onderzoek uitgevoerd. Uit de berekening kan een inschatting worden gemaakt op de economische effecten van de nieuwe winkel van Aldi in het verzorgingsgebied: Berlicum/Middelrode. Met het distributieplanologisch onderzoek wordt de omvang van het de totale gebonden besteden bij de winkels in de dagelijkse goederensector in Berlicum/Middelrode vergeleken met de gemiddelde omzet die het aanwezige dagelijkse winkelaanbod in het verzorgingsgebied nodig heeft om economisch-duurzaam te functioneren.

Uitgangspunten Berlicum/Middelrode

Aantal inwoners

Zoals in paragraaf 3.1 geschetst, en nader onderbouwd in de Nota Detailhandel & Horeca Berlicum (2015), bestaat het primaire marktgebied uit Berlicum/Middelrode. Berlicum/Middelrode heeft momenteel in totaal 9.655 inwoners (CBS, 2017; gegevens over 2016). Conform de Primos Prognose neemt de bevolking met circa 2,9% toe in de gemeente Sint-Michielsgestel tot 2025 (ABF Research/Primos Prognose, 2016). Als deze gemeentelijke trend wordt doorvertaald naar Berlicum/Middelrode, neemt het inwonertal toe tot circa 9.930 inwoners in 2025.

Gemiddelde besteding dagelijkse goederen

De gemiddelde winkelomzet aan dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2015 € 2.413,- per persoon (Notitie omzetkengetallen 2015, juni 2016). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,25 (HBD, 2013). Het gemiddelde inkomen in Berlicum/Middelrode ligt bijna 6% hoger dan het landelijke gemiddelde. De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in Berlicum/Middelrode is daardoor circa 1,4% hoger dan het Nederlandse gemiddelde en bedraagt € 2.448,-.

Koopkrachtbinding

In de Nota Detailhandel & Horeca Berlicum (2015) wordt uitgegaan van een koopkrachtbinding 78%. In de Nota is geconcludeerd dat de koopkrachtbinding relatief laag is in vergelijking tot kernen met een vergelijkbare omvang qua inwonertal. Met de toevoeging van harddiscounter Aldi wordt een complementair segment toegevoegd aan het supermarktaanbod, waardoor een koopkrachtbinding van 85% mogelijk moet zijn de komende planperiode. In recent consumentenonderzoek is aangetoond dat afstand van huis tot de winkel het belangrijkste aspect is voor de keuze van een consument voor een winkel (Deloitte Consumentenonderzoek, 2016).

Koopkrachttoevloeiing

In de Nota Detailhandel & Horeca Berlicum (2015) wordt uitgegaan van een koopkrachttoevloeiing van 23% voor de dagelijkse goederensector van Berlicum/Middelrode. Als gevolg van de beoogde ontwikkeling wordt verwacht dat de koopkrachttoevloeiing beperkt toeneemt tot 25%.

Omvang winkelaanbod

Momenteel heeft het dagelijks winkelaanbod in het verzorgingsgebied Berlicum/Middelrode een omvang van 2.943 m² vvo. Met de analyse naar de toekomst toe wordt rekening gehouden met de ontwikkeling van Aldi (1.040 m² vvo) op de locatie Runweg/Hoogstraat.

Gemiddelde omzet per m² vvo dagelijkse goederen

De gemiddelde winkelomzet per m² vvo in de sector dagelijkse goederen in Berlicum/Middelrode is berekend aan de hand van de kengetallen voor supermarkten, speciaalzaken en persoonlijke verzorging, en bedraagt € 7.404,- (Notitie omzetkengetallen 2015, juni 2016).

Gemiddelde omzet per m² wvo Aldi

Op basis van de totaalomzet van Aldi Nederland, het aantal winkels en het aantal winkelmeters van Aldi kan berekend worden wat de gemiddelde omzet per winkel van Aldi is en wat de gemiddelde omzet per m² wvo is van Aldi. Dit is weergegeven in tabel 3.1.

Tabel 3.1 Berekening gemiddelde omzet per winkel en gemiddelde omzet per m² wvo van Aldi (Rho adviseurs, Locatus, Aldi, augustus 2016)

€ 2.100.000.000	omzet Aldi Nederland totaal excl. BTW (Maatschappelijk jaarverslag Aldi-Nord, 2015)
497	aantal winkels Aldi in Nederland (2015)
€ 4.200.000	gemiddelde jaaromzet per Aldi supermarkt in Nederland
€ 80.000	gemiddelde weekomzet per Aldi supermarkt in Nederland
360.946	totaal aantal m ² wvo Aldi in Nederland (2015)
€ 5.820	omzet per m ² wvo Aldi (2015)
€ 8.112	gemiddelde omzet per m ² supermarkten in Nederland (2016; gegevens over 2015)
71,72	index gemiddelde omzet Aldi per m² t.o.v. Nederlands gemiddelde

Aldi blijkt rendabel te zijn met een veel lagere omzet per m² wvo dan de gemiddelde Nederlandse supermarkt. De omzetclaim per m² wvo van een Aldi supermarkt is in de praktijk ook maar ruim 71% van de gemiddelde omzetclaim van supermarkten in Nederland.

Distributieplanologische marktanalyse

Op basis van bovenstaande uitgangspunten is in tabel 3.2 de distributieplanologische marktanalyse gepresenteerd. De analyse is uitgewerkt voor de huidige situatie, maar ook voor de toekomstige situatie (de komende planperiode). Voor de toekomstige situatie is onder andere rekening gehouden met de bevolkingsprognose en de ontwikkeling van Aldi.

Tabel 3.2 Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector Berlicum/Middelrode

	2017	2025: scenario 1	2025: scenario 2	bron
inwonertal marktgebied	9.655	9.930	9.930	CBS, 2017; Bevolkingsprognose provincie Noord-Brabant, 2017
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. Btw)	€ 2.448	€ 2.448	€ 2.448	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
bestedingspotentieel	€ 23.630.000	€ 24.310.000	€ 24.310.000	
koopkrachtbinding (%)	78%	85%	85%	Nota Detailhandel en Horeca Berlicum, 2015
gebonden bestedingen €	€ 18.430.000	€ 20.660.000	€ 20.660.000	
koopkrachttoevoeiing (%)	23%	25%	25%	Nota Detailhandel en Horeca Berlicum, 2015
koopkrachttoevoeiing €	€ 5.510.000	€ 6.890.000	€ 6.890.000	
totale omzet in marktgebied	€ 23.940.000	€ 27.550.000	€ 27.550.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m ² wvo (excl. btw)	€ 7.404	€ 7.404	€ 7.404	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	3.230	3.720	3.720	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	2.943	2.943	2.943	Locatus, 2017
berekende vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 8.130	€ 9.360	€ 9.360	
omzetclaim marktgebied	€ 21.790.000	€ 21.790.000	€ 21.790.000	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	10%	26%	26%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 2.150.000	€ 5.760.000	€ 5.760.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	290	780	780	
ontwikkeling Aldi	-	1.040	1.040	
extra omzetclaim ontwikkeling Aldi	-		€ 6.052.800	
omzetclaim marktgebied	-	-	€ 27.842.800	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	-	-7%	-1%	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	290	-260	-40	

Bij de huidige koopstromen heeft het dagelijks winkelaanbod in Berlicum/Middelrode een verzorgingsfunctie voor circa 9.800 consumenten (totale omzet € 23,9 miljoen gedeeld door gemiddelde besteding € 2.448,-). De detailhandel functioneert momenteel boven het landelijke gemiddelde met 10%. Voor de huidige situatie is de uitbreidingsruimte berekend op circa 300 m² wvo. Rekening houdend met de gemeentelijke bevolkingsprognose en de versterking van het winkelaanbod neemt de ontwikkelruimte de komende planperiode toe tot circa 800 m² wvo. De ontwikkelruimte is kleiner dan de beoogde vestiging van Aldi. Onaanvaardbare effecten worden echter niet verwacht worden op het ondernemersklimaat in Berlicum.

Ten opzichte van Nederlandse gemiddelde ligt de omzet iets onder het Nederlandse gemiddelde (scenario 1 in 2025). In het tweede scenario is de gemiddelde omzet per m² wvo verwerkt in de berekening. Op basis van dit scenario wordt geconcludeerd dat de detailhandel in de dagelijkse goederensector gemiddelde functioneert, na de beoogde ontwikkeling van Aldi.

Op basis van de distributieplanologische marktanalyse voor Berlicum/Middelrode worden geen negatieve effecten verwacht op het ondernemersklimaat. Ook na de beoogde ontwikkeling van Aldi blijft een duurzame exploitatie voor de overige (dagelijkse) aanbieders mogelijk. Verwacht wordt dat de marktomstandigheden niet substantieel wijzigen als gevolg van de beoogde ontwikkeling van Aldi. Hier wordt aan toegevoegd dat ondernemers altijd rekening moeten houden met ontwikkelingen en innovaties van concurrenten in welke vorm dan ook, want deze kunnen altijd effect hebben op de omzetmogelijkheden van een winkel

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor berekende distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die zijn gebaseerd op meerdere aannames. De berekening is gemaakt voor de komende planperiode. Toekomstige ontwikkelingen kunnen op voorhand niet exact voorspeld worden. Een aantal uitgangspunten, zoals de demografische ontwikkeling, de koopstroomgegevens of de omvang van het winkelaanbod kunnen veranderen. Een sterke bevolkingsontwikkeling, bijvoorbeeld als gevolg immigratie, groei van de gemiddelde besteding en – winkelomzet per m² vwo of nieuwe koopstroomgegevens hebben invloed op distributieplanologische marktanalyse.

Omdat de uitgevoerde distributieplanologische berekening indicatief is, is het belang om ook de kwalitatieve aspecten van ontwikkelingen mee te wegen in een beoordeling. In de Nederlandse ruimtelijke ordening mag een plan/project dan ook alleen beoordeeld worden op de ruimtelijk relevante argumenten, zoals duurzame ontwrichting en relevante leegstand die leidt tot een verslechtering van het woon- en leefklimaat.

Een verslechterde concurrentiepositie c.q. minder omzet bij andere aanbieders gevestigde is ruimtelijk geen relevant argument. Als bijvoorbeeld nieuwe ontwikkelingen vanuit de winkelstructuur op een goede plek gefaciliteerd worden en verouderd aanbod op een slechte plek met de tijd verdwijnt dan is per saldo sprake van een positief effect op de detailhandelsstructuur. De consument heeft baat bij een aantrekkelijk verblijfsklimaat. Kortom, kwalitatieve argumenten wegen minstens zo zwaar mee als de kwantitatieve argumenten voor het al dan niet toestaan van een detailhandelsontwikkeling.

3.6. Distributieplanologische marktanalyse niet-dagelijkse goederensector

In de voorgaande paragraaf zijn de marktomstandigheden in de dagelijkse goederensector van Berlicum/Middelrode verkend. Naast de komst van Aldi bestaat de ontwikkeling uit circa 900 m² vwo aan detailhandel. Verwacht wordt dat deze ingevuld gaat worden met aanvullende niet-dagelijkse detailhandel. Hiertoe zijn voor de niet-dagelijkse branches de ontwikkelingsmogelijkheden verkend voor het verzorgingsgebied Berlicum/Middelrode (tabel 3.3).

Tabel 3.3 Distributieplanologische marktanalyse dagelijkse goederensector Berlicum/Middelrode

	mode & luxe	vrijetijd	in/om huis	overig	bron
inwonertal marktgebied	9.655	9.655	9.655	9.655	CBS, 2017
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. Btw)	€ 890	€ 244	€ 965	€ 131	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
bestedingspotentieel	€ 8.590.000	€ 2.350.000	€ 9.320.000	€ 1.260.000	
koopkrachtbinding (%)	47%	47%	47%	47%	Nota Detailhandel en Horeca Berlicum, 2015
gebonden bestedingen €	€ 4.040.000	€ 1.100.000	€ 4.380.000	€ 590.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	51%	51%	51%	51%	Nota Detailhandel en Horeca Berlicum, 2015
koopkrachttoevloeiing €	€ 4.200.000	€ 1.140.000	€ 4.560.000	€ 610.000	
totale omzet in marktgebied	€ 8.240.000	€ 2.240.000	€ 8.940.000	€ 1.200.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m ² wvo (excl. btw)	€ 2.339	€ 1.935	€ 1.279	€ 1.604	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	3.520	1.160	6.990	750	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	1.678	193	5.845	1.651	Locatus, 2017
berekende vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 4.910	€ 11.610	€ 1.530	€ 730	
omzetclaim marktgebied	€ 3.920.000	€ 370.000	€ 7.480.000	€ 2.650.000	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 4.320.000	€ 1.870.000	€ 1.460.000	€ -1.450.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	1.840	960	1.100	-900	

Uit de analyse van paragraaf 3.3 wordt geconcludeerd dat er sprake is van enige ontwikkelruimte in Berlicum/Middelrode voor de branchegroepen mode & luxe, vrijetijd en in/om huis. Aan het Mercuriusplein ligt de nadruk op dagelijkse boodschappen met de aanwezigheid van Emté, Jumbo, Kruidvat en speciaalzaken zoals 't Kaashoekje. De 900 m² wvo zou ingevuld kunnen worden met frequent benodigde niet-dagelijkse detailhandel, zoals een kledingwinkel, een textielsuper (zoals Zeeman), maar ook huishoudelijke artikelen of een antiekzaak. De relatief grote ontwikkelruimte in de mode & luxe branche kan verklaard worden door de nabijheid van 's Hertogenbosch als 'winkelstad'. Geconcludeerd wordt dat er voldoende ontwikkelruimte is voor het beoogde planinitiatief. De aanvullende detailhandel zou een 'plus' kunnen vormen in het boodschappencentrum, zoals beschreven in de Nota Detailhandel.

3.7. Woningmarktanalyse Berlicum

Naast de ontwikkeling van detailhandel zijn op de locatie aan de Hoogstraat/Runweg in Berlicum ook 43 appartementen van 90 m² tot 150 m² voorzien. De realisatie van deze woningen wordt gezien als een nieuwe stedelijke ontwikkeling (artikel 1.1.1 Bro) die getoetst moet worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

Kwantitatieve behoefte

Provinciaal beleid

De provincie Noord Brabant heeft een behoorlijke woningbouwopgave. Tot 2030 zal de woningvoorraad nog met 100.000 tot 120.000 woningen moeten toenemen, oftewel een groei van gemiddeld zo'n 10.000 woningen (netto) per jaar. Dit is nodig om de verwachte groei van het aantal huishoudens op te

kunnen vangen en bestaande woningtekorten zo veel mogelijk terug te dringen (Bevolkingsprognose Noord Brabant, 2017).

Het beleid van de provincie is gericht op het concentreren van verstedelijking. Op provinciale schaal betekent dit dat het grootste gedeelte van de woningbouw wordt gerealiseerd in stedelijke concentratiegebieden. De woningvoorraad groeit dan ook verhoudingsgewijs sterker in stedelijke gebieden dan in landelijke gebieden. De kernen in het landelijk gebied, met de bijbehorende zoekgebieden voor verstedelijking, voorzien in de opvang van de lokale verstedelijkingsbehoefte (wonen, werken, voorzieningen).

Regionaal beleid

In de Regionale Agenda Wonen van 2016 zijn de regionale woningbouwafspraken voor de regio Noordoost-Brabant vastgelegd (figuur 3.6). De prognose van de woningvoorraad laat zien dat er tot 2026 een woningbouwopgave is van 965 woningen in de gemeente Sint-Michielsgestel.

WONINGBOUWCAPACITEIT EN -OPGAVEN							
AANTAL WONINGEN IN PLANNEN TEN OPZICHTE VAN DE BENODIGDE PLANCAPACITEIT							
2016 t/m 2025 <small>de in de tabel opgenomen gegevens zijn afgerond op 5-tallen, hierdoor kunnen er in de tabel geringe afwijkingen voorkomen</small>							
SUBREGIO 'S-HERTOGENBOSCH E.O.							
CAPACITEITSINDICATIE MIDDELLANGE TERMIJN 2016 t/m 2025	opgave	plus	=	totale capaciteit in plannen ³⁾	waarvan harde capaciteit ³⁾	indicator totale plancapaciteit ⁴⁾	indicator harde plancapaciteit ⁴⁾
	prognose 2014 ¹⁾	verwachte sloop ²⁾	benodigde capaciteit			<100%	<<100%
'S-HERTOGENBOSCH E.O.	19.125	1.830	20.955	19.160	10.065	91%	48%
- waarvan gemeenten in sted. conc. gebied	16.330	1.470	17.800	16.470	8.720	93%	49%
- waarvan gemeenten in landelijk gebied	2.795	360	3.155	2.690	1.345	85%	43%
GEMEENTEN							
BERNHEZE	1.785	140	1.925	985	680	51%	35%
BOXTEL	1.320	130	1.450	995	185	69%	13%
HAAREN	510	80	590	900	395	153%	67%
'S-HERTOGENBOSCH	7.365	780	8.145	8.650	4.155	106%	51%
HEUSDEN	2.350	70	2.420	2.445	1.160	101%	48%
OSS	4.015	280	4.295	3.335	2.210	78%	51%
SINT-MICHIELSGESTEL	965	150	1.115	795	765	71%	69%
VUGHT	815	200	1.015	1.055	515	104%	51%

Figuur 3.6 Regionale woningafspraken Noordoost-Brabant (Regionale Agenda Wonen, 2016)

De actuele prognose van de woningbehoefte (figuur 3.7) laat zien dat de woningvoorraad in de periode 2017-2029 met 1.000 woningen toe zal nemen.

	feitelijke woning- voorraad *	prognose van de woningvoorraad				indicatie toename woningvoorraad 2017-2029	groei- index 2017-2029 (2017=100)
		2017	2025	2030	2035		
Loon op Zand	10.170	10.930	11.190	11.225	11.015	1.020	110,0
Meierijstad	33.150	36.485	37.960	38.550	38.895	4.810	114,5
Mill en Sint Hubert	4.495	4.770	4.985	4.950	4.920	490	110,9
Moerdijk	16.315	17.350	17.735	17.735	17.565	1.420	108,7
Nuenen c.a.	10.030	10.745	10.940	10.905	10.645	910	109,1
Oirschot	7.650	8.280	8.555	8.620	8.560	905	111,8
Oisterwijk	11.265	11.940	12.190	12.145	12.125	925	108,2
Oosterhout	24.440	25.880	26.400	26.475	26.470	1.960	108,0
Oss	39.130	42.680	44.535	45.550	46.395	5.405	113,8
Roosendaal	5.345	5.815	6.075	6.195	6.235	730	113,7
Rucphen	34.960	36.580	37.485	37.700	37.725	2.525	107,2
Sint-Anthonis	9.805	10.090	10.110	9.910	9.645	505	105,3
Sint-Michielsgestel	4.765	5.065	5.245	5.175	5.080	480	110,1
Somereren	11.775	12.540	12.775	12.740	12.520	1.000	108,5
Son en Breugel	7.865	8.500	8.755	8.845	8.890	890	111,3
Steenbergen	6.980	7.630	7.885	7.940	7.860	905	113,0
Tilburg	10.180	10.695	10.865	10.875	10.665	685	106,7
Tilburg	96.235	104.630	108.370	110.930	113.485	12.135	112,6

Figuur 3.7 Toename woningvoorraad per gemeente, scenario 'hoog' (Bevolkingsprognose Brabant, 2017)

Gemeentelijk beleid

De gemeente Sint-Michielsgestel stelt elk jaar een *Uitvoeringsnota voor de woningbouw* op. In deze nota wordt beschreven wat de woningbouwplannen voor dat jaar zijn en wat de woningbouwopgave is van dat jaar. De meest recente nota is in 2015 opgesteld. In figuur 3.6 is te zien wat de woningbouwopgave is vanuit de provincie en wat de geplande woningbouw is per kern. Voor de gemeente wordt uitgegaan van een woningopgave van 985 woningen (cijfers Regionale Agenda Wonen 2015. De Regionale Agenda Wonen zoals opgenomen in figuur 3.6 is na opstellen van de Uitvoeringsnota bekend geworden). Met een harde plancapaciteit van 883 woningen is er netto ruimte voor 102 woningen in de gemeente. Dit betekent dat de bruto ruimte voor woningbouw die nog niet is vastgelegd in harde afspraken zo'n 242 woningen betreft (140 sloop/nieuwbouw en 102 toevoeging). Dat betekent dat het aantal woningen dat nog aan het huidige woningbouwprogramma kan worden toegevoegd beperkt is.

In de woonvisie is gesteld dat de behoefte aan woningen in de sociale huur flink zal toenemen. Omdat er al veel vastligt in harde plancapaciteit, wordt bij de komende nieuwbouwplannen voor 70% ingezet op sociale woningbouw: voornamelijk huurwoningen, maar er is ook ruimte voor sociale koop in het starterssegment. De overige 30% mag vrije sector (huur of koop) zijn. Door ook woningen te bouwen in het middeldure segment komen er meer mogelijkheden voor de doelgroep, die net teveel verdienen om in de sociale huursector terecht te kunnen. Dit kan doorstroming vanuit de sociale huursector op gang brengen. In onderstaande tabel is de verdeling van de woningen per prijssegment weergegeven.

Oppervlakte	Aantal	Prijssegment
< 90 m ²	12	Goedkope koop (sociale koopwoning)
90 – 150 m ²	25	Middeldure koop
> 150 m ²	6	Duurdere koop

Figuur 3.8 Indicatieve verdeling woningen

Kwalitatieve behoefte

In de gemeente Sint-Michielsgestel vragen verschillende doelgroepen aandacht. Het belangrijkste onderdeel van de kwalitatieve opbouw van de ruimte in het woningbouwprogramma ligt in het realiseren van een ruimer aanbod aan woningen in de sociale huursector. Ook is het voor senioren lastig om een goede doorstromwoning te vinden (Woonvisie Sint-Michielsgestel 2016-2021).

Sociale huur

In Sint-Michielsgestel zijn onvoldoende sociale huurwoningen beschikbaar. De beperkte sociale huurvoorraad (16%) en de beperkte doorstroming op de woningmarkt zijn hiervan de oorzaak. Starters met een laag inkomen zijn hierdoor vaak aangewezen op particuliere woningen, met een hogere huur.

Starters met middeninkomens

Ook voor starters met middeninkomens is in de gemeente Sint-Michielsgestel niet voldoende aanbod. Door de inkomensgrens die gesteld wordt aan sociale huur zijn deze starters aangewezen op woningen in de vrije huursector. Deze sector is in Sint-Michielsgestel ook relatief laag met 8% van de woningvoorraad. In de gemeente is er voor deze groep nog onvoldoende passend aanbod beschikbaar.

Ouderen

Ook Berlicum heeft te maken met de algemene trend van vergrijzing en de veranderende woonbehoeften van ouderen. De overheid stimuleert mensen om langer thuis te wonen. Het aantal ouderen dat een beroep doet op specifieke woonvormen neemt toe. De behoefte aan 'reguliere' woningen die geschikt zijn voor ouderen neemt door de vergrijzing fors toe.

Conclusie

De woningen worden voor verschillende doelgroepen in verschillende prijsklassen gerealiseerd. Circa 86% van de nieuwe woningen bestaat uit woningen in het goedkope en middensegment. De doelgroep voor de woningen is divers, mede door de variatie in oppervlakte en daarmee prijsklasse. De woningen zijn voornamelijk geschikt voor jongeren, jonge gezinnen, alleenstaanden en ouderen. Hiermee wordt voorzien in de kwalitatieve behoefte. De 43 woningen passen ook binnen de kwantitatieve woningbouwopgave van de gemeente.

3.8. Conclusie

BL Huisvesting is voornemens om de locatie Hoogstraat/Runweg te herontwikkelen. Met de ontwikkeling wordt een kwalitatieve impuls gegeven aan het centrum van Berlicum als 'boodschappen-plus' centrum. De ontwikkeling bestaat uit supermarktketen Aldi (1.040 m² wvo), aanvullende detailhandel (circa 900 m² wvo) en 43 appartementen. De ontwikkeling van harddiscounter Aldi betreft een aanvulling op het bestaande supermarktaanbod. Voorheen was Aldi al gevestigd in Berlicum en is al enige jaren bezig met een relocatie. De consumenten in het verzorgingsgebied hebben behoefte aan een zo compleet mogelijk supermarktaanbod. Supermarktketens Emté en Jumbo vertegenwoordigen het full-service segment, waardoor Aldi als harddiscounter een aanvulling is op het huidige aanbod. Aldi heeft als harddiscounter een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheidt zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscounter ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument. Uit distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat zowel in de huidige – als toekomstige situatie ontwikkelruimte bestaat in de dagelijkse goederensector van Berlicum-Middelrode. De ontwikkelruimte neemt de komende planperiode toe als gevolg van een positieve bevolkingsprognose. Hoewel de ontwikkelruimte kleiner is dan de beoogde vestiging van Aldi wordt geconcludeerd dat er geen onaantvaardbare effecten verwacht worden op het ondernemersklimaat in Berlicum. Verwacht wordt dat de marktomstandigheden niet substantieel wijzigen als gevolg van de beoogde ontwikkeling van Aldi.

Voor de aanvullende winkels (circa 900 m² wvo) wordt verwacht dat deze ingevuld gaan worden met frequent benodigde niet-dagelijkse detailhandel. Voor de niet-dagelijkse detailhandelsbranches is een verkennend distributieplanologisch onderzoek uitgevoerd. Hieruit wordt geconcludeerd dat voor vrijwel iedere branchegroep ontwikkelruimte bestaat in Berlicum/Middelrode. De winkels zouden dan ook kunnen fungeren als de gewenste 'plus' op het boodschappencentrum, naast het Mercuriusplein.

Door toevoeging van de woningen wordt een bijdrage geleverd aan de regionale woningbehoefte. De woningen worden voor verschillende doelgroepen in verschillende prijsklassen gerealiseerd. Circa 86% van de nieuwe woningen bestaat uit woningen in het goedkope en middensegment. De doelgroep voor

de woningen is divers, mede door de variatie in oppervlakte en daarmee prijsklasse. De woningen zijn voornamelijk geschikt voor jongeren, jonge gezinnen, alleenstaanden en ouderen. Hiermee wordt voorzien in de kwalitatieve behoefte. De 43 woningen passen ook binnen de kwantitatieve woningbouwopgave van de gemeente.

In het volgende hoofdstuk komen de ruimtelijk relevante aspecten aan bod, waarbij wordt onderzocht of de beoogde locatie Hoogstraat/Runweg een geschikte locatie is in relatie tot zorgvuldig ruimtegebruik.

4. Locatieafweging

In hoofdstuk 2 is geconcludeerd dat er in het beleid van Berlicum ruimte is voor nieuwe ontwikkelingen. Deze ontwikkelingen moeten wel plaatsvinden binnen het aangewezen stedelijk gebied en op een perspectiefrijke locatie. Ook is er binnen de ladder voor duurzame verstedelijking een voorkeur voor ontwikkeling binnen een bestaand stedelijk gebied. In de Nota Detailhandel en Horeca wordt de locatie Hoogstraat/Runweg in Berlicum gezien als perspectiefrijke locatie gezien waar ruimte is voor nieuwe ontwikkeling. Zorgvuldigheidshalve wordt in dit hoofdstuk de mogelijkheid verkend of de beoogde ontwikkeling gefaciliteerd kan worden binnen de bestaande leegstand. Hiertoe worden allereerst de ruimtelijke kenmerken van Aldi uiteengezet.

4.1. Ruimtebeslag moderne harddiscounter

Gelet op de veranderende consumentenwensen, maar ook op basis van de inzichten ten aanzien van de rol die een harddiscounter vervult in de beleving van de consument, is Aldi in de loop van 2012 gekomen tot een geactualiseerd vestigingsbeleid.

Winkelruimte

Net als bij de overige supermarktketens, 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 productenpresentatie) losgelaten, maar worden wel de gangpaden breder, de schappen ruimer en het assortiment met verse en gekoelde producten uitgebreid (figuur 4.1).



Figuur 4.1 Impressie moderne Aldi-winkel (Aldi, 2016)

Ten behoeve van kostenbeheersing wordt door Aldi wel vastgehouden aan het kleine assortiment van circa 1.200 artikelen dat vooral wordt verkocht vanuit dozen. Dit leidt tot een standaardmaat voor Aldi-winkels van circa 1.000 m² tot 1.200 m² wvo. Inclusief de ondersteunende ruimten (magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten) is de standaardmaat circa 1.400 m² tot 1.550 m² bruto vloeroppervlak (bvo), welke mede afhankelijk is van de ruimtelijke/stedenbouwkundige context.

Bereikbaarheid en autogebruik

Om de volgende redenen moet een harddiscountsupermarkt – meer nog dan overige supermarkten – goed bereikbaar zijn met de auto en voldoende parkeergelegenheid bieden:

- Nabijheid is in vergelijking tot overige supermarkten een minder belangrijk criterium bij de keuze voor een harddiscountsupermarkt, omdat consumenten deze doorgaans laagfrequent bezoeken om er specifieke producten ‘in bulk’ aan te schaffen. Dit blijkt uit de afstand die consumenten afleggen tot de supermarkt. Gemiddeld legt een Nederlandse consument 2,0 km af naar zijn primair bezochte supermarkt (Deloitte, 2016). De gemiddelde afstand die consumenten afleggen tot Aldi bedraagt 4,9 km (klantherkomstonderzoek Aldi, Rho, 2015₂).
- Door de specifieke verzorgingsfunctie van een harddiscounter voor de consument is bereikbaarheid met de auto juist van groot belang. 79% van de bezoekers van Aldi komt met de auto de boodschappen doen (klantherkomstonderzoek Aldi, Rho, 2015). Bij een gemiddelde supermarkt komt 47% van de klanten met de auto (Deloitte, 2016).
- Omdat doorgaans een grotere afstand wordt overbrugd, zal het bezoek aan een harddiscounter doelgericht plaatsvinden: omdat het meer moeite kost om bij de supermarkt te komen, wordt beter overdacht wat aangeschaft moet worden, een vergeten boodschap haal je minder makkelijk alsnog in huis.

4.2. Leegstandsanalyse

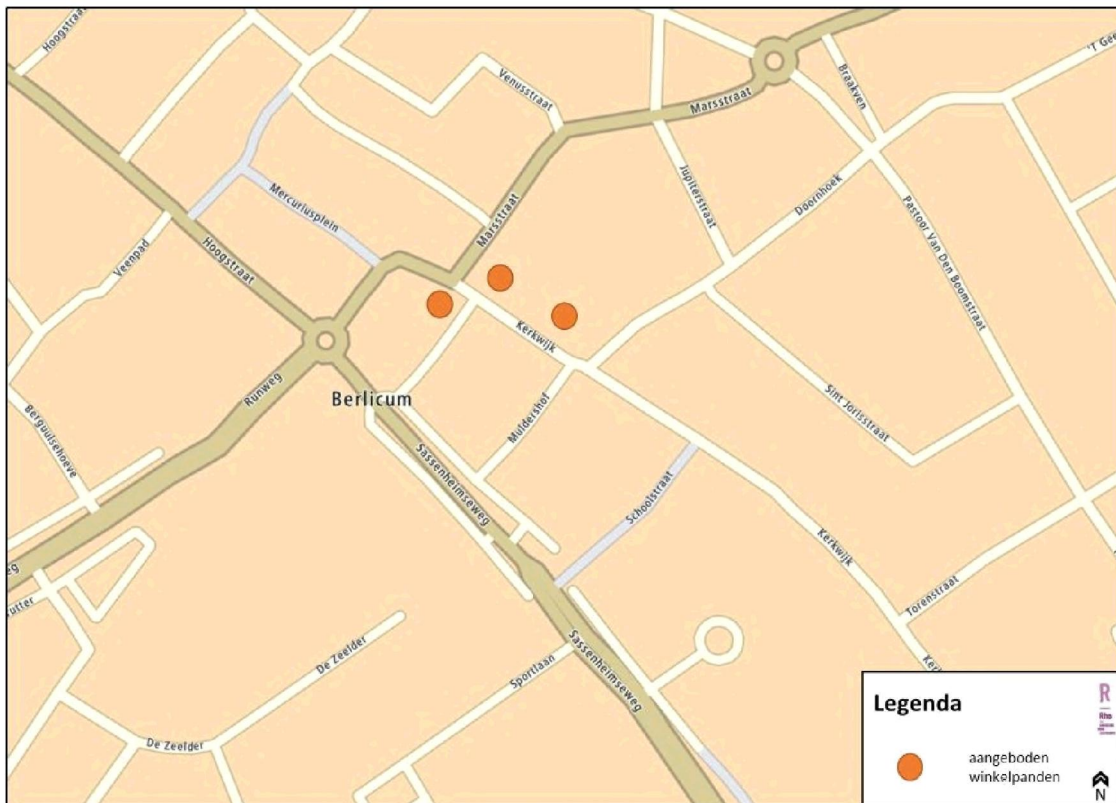
Bij een ontwikkeling van een nieuwe detailhandelslocatie is het belangrijk om te bekijken of er ruimte is in bestaande leegstand of in het bestaande winkelgebied. In tabel 4.1 hieronder is te zien dat in Berlicum de leegstand relatief laag uitvalt ten opzichte van het gemiddelde van vergelijkbare kernen binnen dezelfde inwonersklasse, zowel kijkend naar de winkelmeters als de verkooppunten. Zo heeft Berlicum een leegstand in winkelmeters van 4,8%, terwijl de verwachting op basis van het gemiddelde 6,3% is. Ook is er te zien dat het aantal winkelmeters dat zich in Berlicum bevindt lager is dan te verwachten binnen een kern van dezelfde inwonersklasse. Ook ten opzichte van de provincie Noord-Brabant scoort Berlicum goed met een lager leegstandspercentage. Wanneer de cijfers uit tabel 4.1 echter worden vergeleken met de cijfers van de gemeente Sint-Michielsgestel is de leegstand in Berlicum hoger.

Tabel 4.1 Leegstandsanalyse Berlicum (Locatus, 2017)

	Winkelmeters (m ² wvo)			Verkooppunten		
	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)	Totaal (N)	Leegstand (N)	Leegstand (%)
Provincie Noord-Brabant	5.380.321	510.332	6,5%	32.486	2.615	8,1%
Gemeente Sint-Michielsgestel	42.349	1.593	2,5%	294	14	4,8%
Berlicum	14.607	1.018	4,8%	104	6	5,8%
Te verwachten omvang op basis van het gemiddelde binnen de inwonersklasse 7.500 - 10.000	18.090	1.670	6,4%	120	10	8,3%

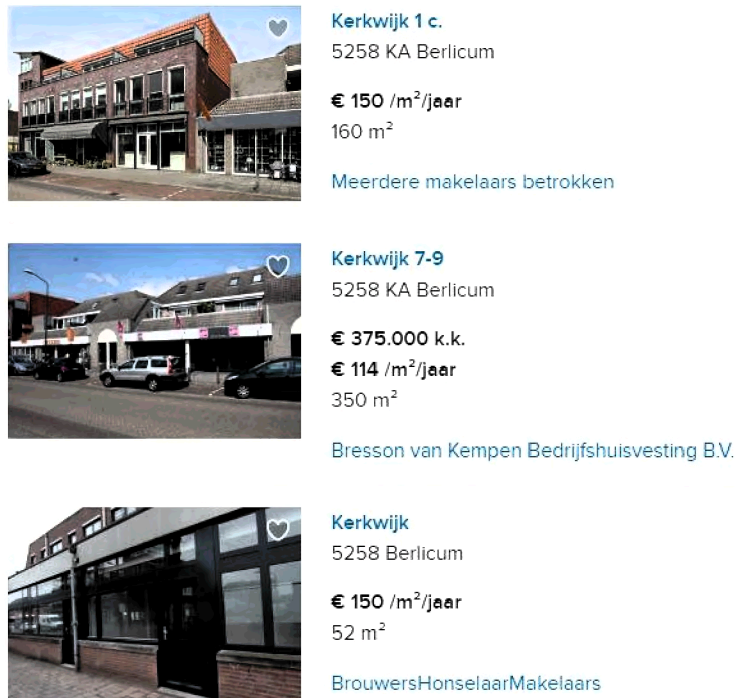
Inpassing binnen bestaande leegstand

Naast het beoordelen van de totale leegstand in Berlicum, kan er ook gekeken worden naar de aangeboden leegstand in het centrum van Berlicum. Er worden hier drie panden aangeboden op de markt (figuur 4.3). Deze liggen alle drie aan de Kerkwijk, nabij het winkelgebied rond het Mercuriusplein.



Figuur 4.3 Aangeboden winkelpanden in Berlicum (in Business, per 15 juni 2017)

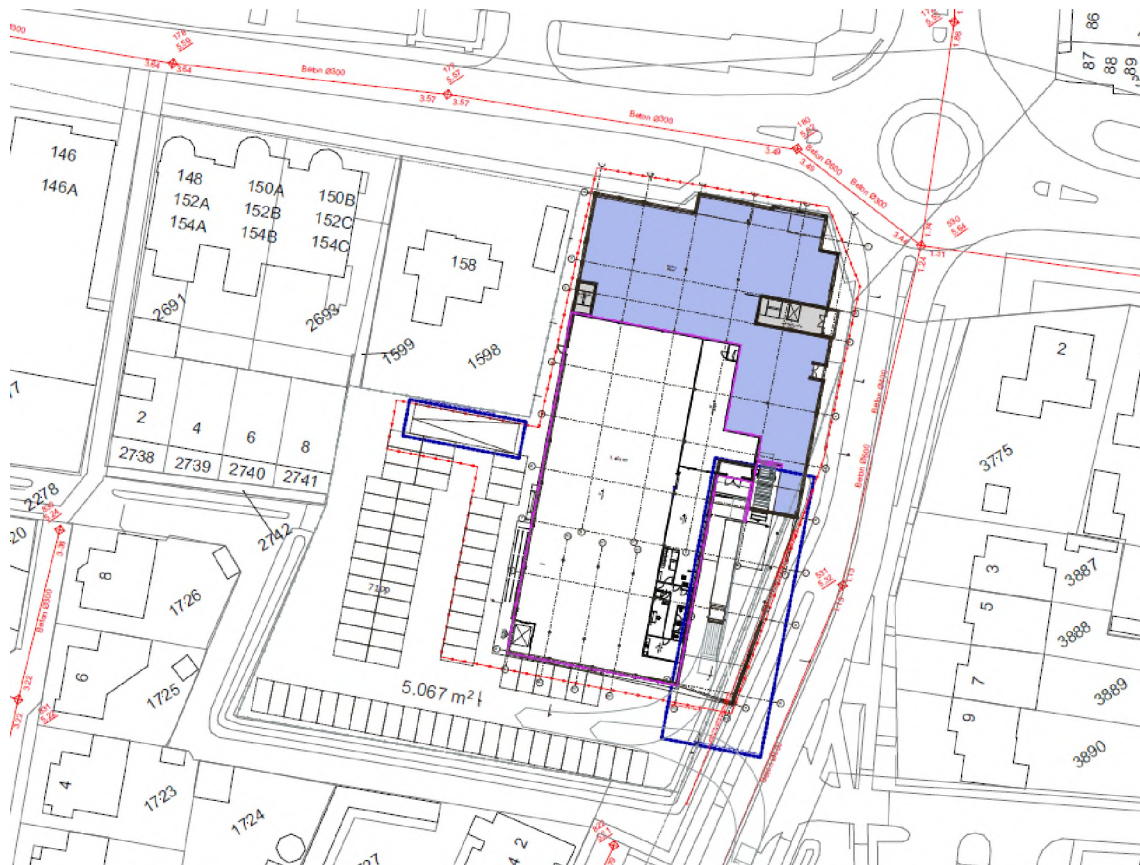
De aangeboden panden beslaan 150 tot 350 m² bvo (figuur 4.4). Deze panden zijn niet groot genoeg om een Aldi te huisvesten met aanvullende detailhandel.



Figuur 4.4 Inventarisatie aangeboden winkelpanden in Berlicum (in Business, per 15 juni 2017)

4.3. Beoordeling beoogde locatie

De huidige leegstand in het verzorgingsgebied van Berlicum heeft niet voldoende capaciteit om te voorzien in de beoogde ontwikkeling. In de Nota Detailhandel en Horeca is de locatie aan de Hoogstraat/Runweg aangewezen als perspectiefrijke locatie. Op deze locatie is ervoor gekozen om lokale initiatieven de ruimte te bieden. Dit kan zijn uitbreiding van bestaande voorzieningen, of in dit geval het omzetten van een bedrijf of woonhuis in detailhandel. Zoals in figuur 4.5 is te zien past de beoogde ontwikkeling ook in de bestaande stedelijke structuur. Er zal kunnen worden voorzien in een discountsupermarkt met aanvullend detailhandel en appartementen, in combinatie met de parkeerbehoefte en bevoorradingsmogelijkheden. Ten behoeve van de ontwikkeling wordt een parkeergarage aangelegd en voorzien in voldoende parkeerplaatsen op maaiveldniveau.



Figuur 4.5 Impressie beoogde ontwikkeling Hoogstraat/Runweg Berlicum (Steenbergen van Cauter Architectuur, 2016)

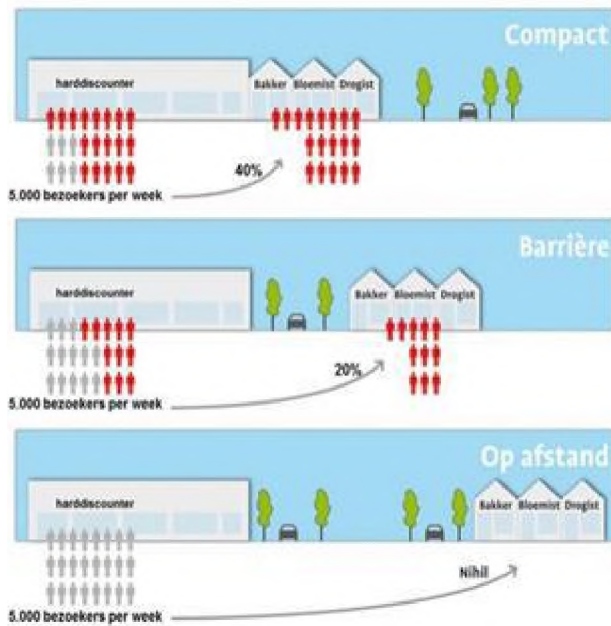
Bereikbaarheid en parkeren

De beoogde locatie ligt aan de doorgaande weg door Berlicum, de Hoogstraat. Deze weg ligt in verbinding met nabijgelegen Middelrode. Via de Runweg kan de provinciale weg N279 worden bereikt. Deze weg is de verbinding naar de provinciehoofdstad 's-Hertogenbosch. De beoogde ontwikkeling is dus goed bereikbaar vanuit verschillende aanrijroutes.

Ten behoeve van voorgenomen ontwikkeling worden 151 parkeerplaatsen gerealiseerd, waarvan 80 in de parkeerkelder voor het opvangen van het bewonersparkeren en 71 op maaiveld voor bezoekers van de supermarkt en detailhandel. Hiermee wordt voldaan aan de parkeerbehoefte op eigen terrein.

Combinatiebezoek

In algemene zin gelden supermarkten als consumententrekkers, waarbij overige winkels profiteren van het combinatiebezoek door consumenten tussen supermarkt en de speciaalzaken. Circa 40% van de bezoekers van discountsupermarkten doet aanvullend boodschappen bij de speciaalzaken. Van belang is de ruimtelijke situering van de speciaalzaken en de supermarkt. Indien er een barrière is tussen de supermarkt en de speciaalzaken neemt het aandeel combinatiebezoeken procentueel af (zie figuur 4.6). Dit is van toepassing op de ontwikkeling aan de Hoogstraat/Runweg in Berlicum. De Hoogstraat vormt een barrière tussen de supermarkt en de overige detailhandel aan het Mercuriusplein. De combinatie een Aldi aan de Hoogstraat/Runweg kunnen zo van elkaar profiteren. Aan het Mercuriusplein zitten namelijk nog twee supermarkten, en detailhandel gericht op niet-dagelijkse aankopen. Combinatiebezoek vindt op dit moment al plaats door de aanwezigheid van twee supermarkten. Dit zou versterkt kunnen worden door de komst van een derde supermarkt.



Figuur 4.6 Schematische weergave van het gemiddelde combinatiebezoek naar ruimtelijke situering tussen harddiscountsupermarkt – specialzaak (DTNP, 2011)

4.4. Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat de Hoogstraat/Runweg in Berlicum een geschikt locatie is voor de nieuw beoogde ontwikkeling van onder andere een Aldi. Inpassing in al bestaande winkelpanden is niet mogelijk, het aantal winkelmeters voldoet niet aan de eisen van een supermarkt, en Aldi specifiek. De locatie aan de Hoogstraat/Runweg valt binnen het centrumgebied van Berlicum, zoals aangegeven in Locatus. Het is een perspectiefrijke locatie, op basis van ander aanwezige detailhandel in de sector dagelijks, en de relatief lage leegstand. Ten opzichte van de te verwachten leegstand op basis van het gemiddelde van een even grote kern heeft Berlicum een lager leegstandspercentage. Dit geeft een indicatie dat de detailhandel momenteel goed functioneert. De beoogde ontwikkeling kan momenteel niet worden gefaciliteerd binnen de bestaande leegstand. De beoogde locatie aan de Hoogstraat/Runweg biedt wel voldoende ruimte om een moderne harddiscounter te vestigen, met aanvullende detailhandel en appartementen. Ook is er genoeg parkeerruimte aanwezig. Met de locatie Hoogstraat/Runweg is combinatiebezoek mogelijk met het hoofdwinkelgebied: Mercuriusplein. Met de ontwikkeling wordt invulling gegeven aan het gewenste 'boodschappen-plus' centrum in het perspectiefrijke winkelgebied. Geconcludeerd wordt dat sprake is van zorgvuldig ruimtegebruik conform de ladder voor duurzame verstedelijking.

5. Conclusie

In dit ruimtelijk-economisch onderzoek is onderzocht of de beoogde ontwikkeling van Aldi, met aanvullende detailhandel en 43 appartementen aan de Hoogstraat/Runweg in het centrum van Berlicum voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. De ontwikkeling is aan te merken als stedelijke ontwikkeling en moet getoetst worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Hieronder zijn de belangrijkste conclusies opgenomen.

5.1. Behoeft

In de relevante beleidskaders (hoofdstuk 2) wordt beschreven dat nieuwe detailhandelsontwikkelingen gefaciliteerd moeten worden in of rond het perspectiefrijke winkelgebied: aansluitend op het Mercuriusplein in Berlicum. De beoogde ontwikkeling van Aldi met aanvullende detailhandel voorziet in deze beleidsmatige behoefte aan concentratie en versterking. In de Nota Detailhandel en Horeca is beschreven dat Berlicum behoefte heeft aan een derde supermarkt. In combinatie met aanvullende detailhandel ontstaat een boodschappen-plus karakter. Aldi is een complementaire supermarktformule, aanvullende op het huidige aanbod. Voorheen was Aldi al gevestigd in Berlicum en is al enige jaren bezig met een relocatie. De consumenten in het verzorgingsgebied hebben behoefte aan een zo compleet mogelijk supermarktaanbod. Aldi is als harddiscounter een aanvulling op het huidige aanbod. Aldi heeft als harddiscounter een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheidt zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscounter ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument. Uit distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat de ontwikkeling van Aldi geen onaanvaardbare effecten heeft op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Berlicum-Middelrode. De marktomstandigheden bieden ruimte voor ontwikkeling, mede als gevolg van een positieve bevolkingsontwikkeling. Dit geldt zeker voor de niet-dagelijkse goederenbranches: mode & luxe, vrijetijd en in/om huis.

Door toevoeging van de woningen wordt een bijdrage geleverd aan de regionale woningbehoefte. De woningen worden voor verschillende doelgroepen in verschillende prijsklassen gerealiseerd. Circa 86% van de nieuwe woningen bestaat uit woningen in het goedkope en middensegment. De doelgroep voor de woningen is divers, mede door de variatie in oppervlakte en daarmee prijsklasse. De woningen zijn voornamelijk geschikt voor jongeren, jonge gezinnen, alleenstaanden en ouderen. Hiermee wordt voorzien in de kwalitatieve behoefte. De 43 woningen passen ook binnen de kwantitatieve woningbouwopgave van de gemeente.

5.2. Locatieafweging

In hoofdstuk 4 is beoordeeld of de beoogde locatie aan de Hoogstraat/Runweg een geschikte locatie is in relatie tot zorgvuldig ruimtegebruik. Hierbij is onder andere gekeken naar de huidige leegstand en de mogelijkheden tot herontwikkeling. In dit kader wordt geconcludeerd dat de locatie Hoogstraat/Runweg aansluit op de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking door bestaande stedelijke gronden te transformeren binnen het beleidsmatig gewenste perspectiefrijke winkelgebied, aansluitend op het Mercuriusplein, waardoor combinatiebezoek mogelijk wordt. De beoogde ontwikkeling kan momenteel niet ingepaste worden binnen de winkelleegstand. De locatie Hoogstraat/Runweg biedt wel

voldoende ruimte voor zowel de winkels, maar ook appartementen en het bijbehorende parkeren. Met de ontwikkeling op de locatie Hoogstraat/Runweg kan worden bijgedragen aan het boodschappen-plus centrum.

5.3. Conclusie

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling aan de Hoogstraat/Runweg voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Met de ontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik.