



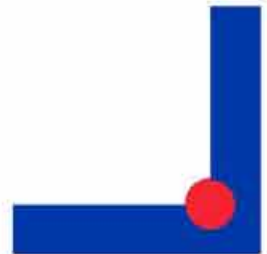
Tilburg-Stappegoor  
Ruimtelijk-economische  
analyse  
XL supermarkt



12 juli 2013



definitief



**BUREAU  
STEDELIJKE  
PLANNING**

**Status:**  
definitief

**Datum:**  
12 juli 2013

**Een product van:**  
Bureau Stedelijke Planning bv  
Silodam 1E  
1013 AL Amsterdam  
020 - 625 42 67  
www.stedplan.nl  
amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:  
Dr. Aart Jan van Duren  
Drs. Gijs Foeken

Voor meer informatie: Aart Jan van Duren, [ajvd@stedplan.nl](mailto:ajvd@stedplan.nl)

**In opdracht van:**  
Gemeente Tilburg en Consortium Stappegoor

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2013.A.535

Referentie: Consortium Stappegoor - ruimtelijk-economische analyse XL supermarkt

# Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding	4
1 Behoeftte aan een XL supermarkt	6
1.1 Trends consumentengedrag in de foodsector	
1.2 Grootschalig supermarktaanbod in Tilburg en Goirle	
1.3 DPO: confrontatie vraag en aanbod	
1.4 Benchmark XL supermarkten elders	
1.5 Conclusie	
2 Mogelijkheden in de bestaande structuur	12
3 Effecten	17
3.1 Effecten op het perspectief van de bestaande buurt- en wijkstructuur	
3.2 Effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat	
4 Samenvattende conclusies	20
Bijlage: Overzicht alternatieve centra	23
Bijlage: Rapport "Tilburg Nieuw Stappegoor – effecten grootschalige supermarkt" d.d. 25 januari 2012	25

## Inleiding

In maart 2012 heeft de gemeenteraad van Tilburg besloten tot de realisering van een XL supermarkt in Nieuw Stappegoor, in het zuiden van Tilburg. Deze supermarkt, met een maat van 4.500 m<sup>2</sup> bvo, is samen met 1.500 m<sup>2</sup> bvo commerciële functies (niet zijnde detailhandel) geprojecteerd aan de noordzijde van het Olympiaplein. De nieuwe XL supermarkt zal een functie gaan vervullen voor Tilburg-Zuid en Goirle, een gebied met in totaal meer dan 90.000 inwoners dat de supermarkt overwegend binnen de 10 minuten per auto kan bereiken.<sup>1</sup>

Ten behoeve van de bestemmingsplanprocedure voor het gebied heeft het Consortium Stappegoor Bureau Stedelijke Planning verzocht een ruimtelijk-economische analyse van specifiek de nieuwe XL supermarkt te vervaardigen. De voorliggende rapportage voorziet in die vraag. De analyse bouwt voort op de economische effectenstudie die we in januari 2012 voor de XL supermarkt in Nieuw Stappegoor opstelden ("Tilburg Nieuw Stappegoor - effecten grootschalige supermarkt" d.d. 25 januari 2012, hierna te noemen: de "Effectenstudie").

In de voorliggende ruimtelijk-economische analyse is specifiek aandacht geschonken aan de volgende (mede op grond van jurisprudentie) voor dit soort initiatieven belangrijke kwesties:

- De ladder voor duurzame verstedelijking (gebaseerd op de zogenaamde SER-ladder);
- Duurzame ontwricting c.q. effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat (jurisprudentie Raad van State).

### *Ladder voor duurzame verstedelijking*

De 'ladder voor duurzame verstedelijking' (gebaseerd op de SER-ladder voor bedrijventerreinen) deed zijn intrede in de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) en is vastgelegd als procesvereiste in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Het Bro bepaalt dat voor alle ruimtelijke plannen, waaronder bestemmingsplannen, de treden van de ladder moeten worden doorlopen. Het doel van de ladder is een zorgvuldige ruimtelijke ordening, in termen van optimale benutting van de ruimte in het stedelijk gebied. Met de ladder wordt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten nagestreefd. Via de motie De Rouwe is ook detailhandel als stedelijke functie aan deze ladder toegevoegd.

De ladder kent het volgende afwegingskader:

1. Is er een **actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte** aan deze nieuwe ontwikkeling (bedrijven, kantoren, woningen en andere stedelijke ontwikkelingen)? Indien dat niet het geval is stopt de planprocedure. Is er wel sprake van een regionale behoefte, dan volgt trede 2 van het afwegingskader.<sup>2</sup>
2. Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen **binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio**, door de transformatie of herstructurering hiervan? Zo ja, dan wordt

<sup>1</sup> Uit dit gebied zal het grootste deel (ca. 80%) van de omzet van de nieuwe supermarkt moeten komen. Beperkt aanvullend kernen ten zuiden van Tilburg (Hilvarenbeek en omgeving). Dit is in termen van aandeel in de omzet echter beperkt tot maximaal 20%.

<sup>2</sup> Met de regionale behoefte wordt hier bedoeld het zuidelijk deel van het stedelijk gebied Tilburg (inclusief Tilburg-Centrum en Goirle).

het initiatief daar in beginsel gerealiseerd. Indien herstructurering of transformatie van bestaand stedelijk gebied onvoldoende mogelijkheden biedt om aan de regionale, intergemeentelijke vraag te voldoen, volgt trede 3.

3. Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een **locatie buiten bestaand stedelijk gebied** gezocht te worden die **multimodaal ontsloten** is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.

In het kader van een goede ruimtelijke ordening is in aanvulling op de ladder voor duurzame ontwikkeling in deze analyse tevens de vraag beantwoord of de XL supermarkt kan worden ingepast binnen de bestaande winkelstructuur en wat de effecten zullen zijn op de bestaande winkelstructuur.

#### ***Duurzame ontwrichting en effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat***

In de jurisprudentie van de Raad van State geldt als doorslaggevend criterium voor duurzame ontwrichting de vraag of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen. Het gaat bij duurzame ontwrichting dus niet om de vraag of sprake is van overaanbod in het verzorgingsgebied of om mogelijke sluiting van specifieke bestaande detailhandelsvestigingen.

Door de (tussen)uitspraak van de Raad van State inzake het centrumplan Emmeloord van 5 december 2012 (nr. 201200385/1/R2) wordt voorts ook nog eens benadrukt dat bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening ook hoort dat een plan niet leidt tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Om deze reden wordt in deze ruimtelijk-economische analyse ook aandacht besteed aan de vraag of dat in de onderhavige situatie mogelijk het geval is.

Waar nodig verwijzen we in deze rapportage naar de Effectenstudie en naar de op 24 juni 2013 door de raad vastgestelde Detailhandelvisie Tilburg. In de Effectenstudie is onder meer de vraag beantwoord in hoeverre er behoefte is aan de XL supermarkt en welke effecten de nieuwe XL supermarkt heeft voor de bestaande winkelstructuur (onder verwijzing naar de jurisprudentie op het gebied van duurzame ontwrichting). In de Detailhandelvisie Tilburg is de beoogde XL supermarkt verankerd in beleid.

# 1 Behoeftte aan een XL supermarkt

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de eerste trede van de ladder voor duurzame verstedelijking. Daartoe wordt de behoefte aan een XL supermarkt in het zuidelijk deel van het stedelijk gebied Tilburg (inclusief Tilburg-Centrum en Goirle) uiteengezet. Of er aan een XL supermarkt behoefte is, is op een drietal manieren bepaald.

- Aan de hand van een overzicht van de belangrijke trends in consumentengedrag in het doen van de dagelijkse boodschappen (paragraaf 1.1);
- Aan de hand van een beantwoording van de vraag of, en zo ja welke, supermarkten in het verzorgingsgebied (of in de omgeving daarvan) nu een functie vervullen die vergelijkbaar is met de functie van een grootschalige supermarkt (paragraaf 1.2);
- Aan de hand van een confrontatie tussen vraag en aanbod, deels via een distributieplanologisch onderzoek (DPO) in paragraaf 1.3 en deels via een benchmark waarin het XL-aanbod in de gemeente wordt vergeleken met dat in andere grote steden (paragraaf 1.4).

Deze inschatting van de behoefte moet gelezen worden in nadere toelichting c.q. aanvulling op de conclusies in de Effectenstudie. Dit geldt vooral voor het DPO en de benchmark, dat samen met de effectenstudie een belangrijke ingrediënt vormde van de Effectenstudie.

## 1.1 Trends consumentengedrag in de foodsector

De ontwikkeling van de XL supermarkt is een antwoord op veranderingen in het consumentengedrag. Veranderingen die overigens meer kanten opwijzen dan alleen richting een behoefte aan grotere, goed per auto bereikbare supermarkten. Feitelijk vinden schaalvergroting en schaalverkleining in de foodsector simultaan plaats. In het kort zijn de belangrijkste ontwikkelingen als volgt te kenschetsen.

- Supermarkt versus versspeciaalzaak. Supermarkten worden steeds belangrijker in de distributie van levensmiddelen onder de bevolking. Ruim 85% van de bestedingen in levensmiddelen in de detailhandel wordt gedaan in supermarkten. Steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de versspeciaalzaken al jarenlang onder druk staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten. Alleen met een onderscheidend assortiment en onderscheidend serviceniveau, en op locaties dicht op succesvolle supermarkten hebben (vers)speciaalzaken nog toekomst;
- Schaalvergroting: minder, maar grotere supermarkten. Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.200 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd aanbod om voor de consument aantrekkelijk te blijven. Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine reguliere, buurt- en dorpsverzorgende supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Deze ontwikkeling is niet te stuiten en heeft ook een bedrijfseconomische achtergrond. Door de druk op de prijzen en daarmee op de

marges moeten traditionele buurt- en wijksupermarkten een hogere omzet realiseren om rendabel te blijven. Anderzijds hebben consumenten steeds meer de neiging om te kleine supermarkten voorbij te rijden om uit complete assortimenten te kunnen kiezen. Buurt-, dorps- en kleine wijksupermarkten die een te beperkt verzorgingsgebied bedienen zitten daarmee in een spagaat waar ze nauwelijks uit kunnen komen;

- Grootschalige supermarkten: dit type supermarkten is in Nederland in opkomst en voorziet in de behoefte van de consument om eens per week of twee weken met de auto grootschalig boodschappen te doen. Met de opkomst van grootschalige supermarkten ontstaat een nieuwe hiërarchie in boodschappen doen. In dit type supermarkt komt men over het algemeen veel minder frequent, maar wel van over grotere afstand, en besteedt men per bezoek meer dan in de reguliere supermarkten. Dit type supermarkt wordt veelal niet in de plaats van de reguliere supermarkten gebruikt, maar samen met deze supermarkten: waar de een voorziet in de behoefte aan dichtbij en hoogfrequent boodschappen doen, voorziet de ander in de (laagfrequente) behoefte met de auto de bulkboodschappen te doen. Deze bulkboodschappen doet men in grootschalige supermarkten met medeneming van versassortiment, dat in deze supermarkten in breedte en diepte uitbundiger is dan in de reguliere supermarkten. Voor dit type supermarkten is men bereid van grotere afstand te komen, het verzorgingsgebied is grofweg binnen 10 autominuten van de supermarkt gelegen;
- Opkomst van discountformules: naast grootschalige supermarkten zijn ook harddiscountsupermarkten zoals Aldi en (vooral) Lidl in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zijn de lage prijzen, de kleinere metrages, een beperkt assortiment en de mindere focus op service. Overigens manoeuvreert Lidl zich steeds meer in de richting van een zogenaamde softdiscount supermarkt, met meer assortiment, meer vers, grotere oppervlaktes, maar met behoud van de lage prijzen;
- Traffic voorzieningen: deze kleinschalige voorzieningen ontstaan op locaties waar veel passanten zijn vanwege de specifieke functie van de locatie, zoals stations, benzinstations, ziekenhuizen, hogescholen en universiteiten, etc. Supermarkten hebben hierop ingespeeld, en bieden op dit soort locaties een specifiek, op gemak gericht assortiment. Door een gunstigere margemix kunnen de hogere huren op dit soort locaties worden gedragen;
- Internet als aankoopkanaal: anders dan in de non-food speelt e-commerce nog een betrekkelijk geringe rol in de distributie van levensmiddelen. Naast bezorgservice ah.nl experimenteren een aantal supermarktketens (waaronder Albert Heijn en Dekamarkt) ook met zogenaamde pick-up points, stand-alone of als onderdeel van een reguliere supermarkt. Het omzetdeel in de foodsector dat voor rekening komt van e-commerce is momenteel ca. 1%. De algemene verwachting is dat dit percentage wel zal groeien, maar de komende jaren geen hoge vlucht zal nemen.

Al met al hebben consumenten als het gaat om boodschappen doen een steeds grotere behoefte aan gemak. Voor de dagelijkse aankopen komt dat deels tot uitdrukking in de behoefte aan dagelijkse voorzieningen op korte afstand, goed bereikbaar per fiets en te voet. Voor de laagfrequente bulkboodschappen per auto komt dat juist tot uitdrukking in een behoefte aan voldoende keuzemogelijkheden (in termen van assortiment en service), een goede (auto)bereikbaarheid en optimale parkeerfaciliteiten. Het is om die reden dat grootschalige supermarkten in Nederland onmiskenbaar in opkomst zijn.

Het aantal grootschalige supermarkten (> 2.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) in Nederland bedraagt inmiddels meer dan 130. Hiervan zijn er 36 groter dan 3.000 m<sup>2</sup> wvo. Een deel van die grootschalige supermarkten is onderdeel van de hoofdwinkelstructuur (veelal in de hoofd- en grote nevencentra), een deel is ook solitair gevestigd, of op grootschalige, perifere locaties. Ongeacht het type locatie geldt dat grootschalige supermarkten (om daadwerkelijk aan de behoeften van de consument te voldoen) gevestigd dienen te zijn op goed bereikbare locaties, dicht op de hoofdinfrastructuur, en dat het parkeren optimaal georganiseerd dient te zijn (in aantal plaatsen, gemak en tarief: liefst gratis voor de klant).

Als vuistregel geldt dat een grootschalige supermarkt in de Nederlandse verhoudingen een grootstedelijke functie is en een min of meer aaneengesloten verzorgingsgebied nodig heeft van ca. 80.000 mensen. Dat betekent ook dat een XL supermarkt bij voorkeur in een stedelijke agglomeratie gevestigd dient te zijn, en niet daarbuiten.

## 1.2 Grootschalig supermarktaanbod in Tilburg en Goirle

De gehele gemeente Tilburg en ook Goirle telt momenteel in totaal één supermarkt die groter is dan 2.000 m<sup>2</sup> wvo, te weten de AH XL aan de Jan Heijnsstraat. Deze supermarkt (3.736 m<sup>2</sup> wvo) ligt op ruim 4 kilometer (ruim 10 autominuten) van de planlocatie in Nieuw Stappegoor, en bedient met name het noorden en westen van Tilburg. Omdat dit thans de enige grootschalige supermarkt is in de stad, zal deze ook een beperkte aanvullende functie voor het zuidelijk deel van Tilburg vervullen, primair voor de binnenstad, waarvan het slechts door de spoorlijn wordt gescheiden. Deze supermarkt is in zijn functie als een echte XL supermarkt te betitelen, met een groot verzorgingsbereik, een groot aandeel autoklanten en een gemiddeld genomen hoog bonbedrag.

Alle andere supermarkten in de gemeente Tilburg en Goirle zijn in termen van winkelvloeroppervlak niet als grootschalige supermarkt te betitelen. Twee andere supermarkten zijn groter dan 1.500 m<sup>2</sup> wvo. Dit zijn de Albert Heijn aan het Wagnerplein van 1.806 m<sup>2</sup> wvo (Tilburg-Noord) en de Jumbo aan de Broekhovenseweg (in het verzorgingsgebied van de beoogde XL supermarkt), met 1.780 m<sup>2</sup> wvo. De eerste is te betitelen als een puur wijkverzorgende supermarkt, zonder eigenschappen die als kenmerkend voor een grootschalige supermarkt zijn te betitelen. Voor de Jumbo geldt dat anders. Deze supermarkt ligt op relatief korte afstand (2 kilometer) van de planlocatie. Ondanks het feit dat deze supermarkt gelegen is in een klein boodschappencentrum, is de supermarkt niet als buurtverzorgende supermarkt te kenschetsen. Met 16 kassa's is de supermarkt buitengewoon succesvol. Door zijn (relatief) grote oppervlak en een verleden als Lekker&Laag-supermarkt is de supermarkt nog steeds een begrip in Tilburg en wijde omgeving. Dit komt tot uitdrukking in een groot verzorgingsbereik en een uitstekend functioneren. De ligging (in een kleinschalige omgeving, aan een smalle aanvoerroute naar het centrum) is echter verre van ideaal voor het uitoefenen van deze sterk bovenwijkse functie.



### 1.3 DPO: confrontatie vraag en aanbod

Bij de beantwoording van de vraag in hoeverre aan een bepaalde ontwikkeling een concrete behoefte bestaat, moet tevens worden ingegaan op het bestaande aanbod en worden onderzocht in hoeverre marktruimte bestaat voor de desbetreffende ontwikkeling. Daarnaast is van belang om na te gaan of de gewenste ontwikkeling reeds elders in de regio is gepland of kan worden gerealiseerd in een leegstaand winkelpand.

In dat kader zijn de bevindingen uit de Effectenstudie relevant. In die rapportage werd vastgesteld dat de dagelijkse sector in het verzorgingsgebied van de beoogde XL supermarkt bovengemiddeld functioneert. In het rapport werd echter ook aangegeven dat dit niet wil zeggen dat elk onderdeel van die sector ook in een economisch gezonde situatie verkeert. Vooral de kleinere supermarkten in de kleinere centra in het verzorgingsgebied (Burg. van de Mortelplein, Pater van den Elsenplein, Prof. De Moorplein) functioneren hooguit redelijk. Anderzijds werd geconcludeerd dat de volwaardige supermarkten in de kleinere centra (b.v. Amer en Broekhovenseweg) bovengemiddeld goed functioneren.

In de Effectenstudie is de indicatieve marktruimte voor de dagelijkse sector in Tilburg berekend. Hieruit blijkt dat er op het niveau van de stad Tilburg als geheel voldoende marktruimte is om een nieuwe XL-ontwikkeling op de locatie Nieuw Stappegoor mogelijk te maken, zelfs met medeneming van de harde planvoorraad in de gemeente. Ook op het niveau van het verzorgingsgebied van de XL (Tilburg-Zuid en Goirle), is er – zij het minder dan in Tilburg-Noord en Tilburg-West – sprake van substantiële ontwikkelingsmogelijkheden.

Deze mogelijkheden worden echter deels ingenomen door de plannen om op de AaBe-locatie twee (wijkverzorgende) supermarkten te realiseren. De desbetreffende locatie zal worden ontwikkeld tot wijkwinkelcentrum met meerdere (deels kleine) winkels. Vanuit dat oogpunt en andere redenen acht de gemeente het stedenbouwkundig ongewenst om op de AaBe-locatie een XL-supermarkt met “one-stop-shopping” functie te realiseren. Bovendien zijn voor de AaBe-locatie reeds contracten gesloten met supermarktexploitanten die de twee geplande supermarkten zullen gaan exploiteren. Om die reden is het ook feitelijk onmogelijk om ter plaatse een XL supermarkt te ontwikkelen. (Zie over de eventuele mogelijkheden om de XL supermarkt op een andere locatie te realiseren verder onze opmerkingen in het kader van de tweede trede van de ladder voor duurzame verstedelijking).

Ook na de realisatie van de twee supermarkten op de AaBe-locatie bestaat nog marktruimte voor de realisering van een nieuwe supermarkt. Deze marktruimte is echter, strikt genomen, niet voldoende om een XL supermarkt te realiseren.

Dit betekent dat de realisatie van de XL supermarkt deels buiten de beschikbare marktruimte zal treden en dat andere in Tilburg gevestigde supermarkten omzetverliezen zullen lijden. Deze omzeteffecten zijn naar verwachting het grootst voor de supermarkt op de Broekhovenseweg, omdat deze supermarkt nu een fors wijkoverstijgende functie vervult en op relatief korte afstand van de nieuwe XL supermarkt zal zijn gelegen. Het effect voor deze supermarkt wordt ingeschat op 5 tot

10% (zie de Effectenstudie). Omdat deze supermarkt echter sterk bovengemiddeld functioneert, zal een dergelijk omzetverlies geen effect hebben op het perspectief van de supermarkt. Zelfs met het te verwachten omzetverlies zal de Jumbo op de Broekhovenseweg nog sterk bovengemiddeld functioneren.

Ook voor de overige in Tilburg gevestigde supermarkten geldt dat deze hun bestaansrecht niet zullen verliezen als gevolg van de komst van een XL supermarkt op Nieuw Stappegoor. Wel zal ook bij die supermarkten sprake zijn van - beperkte - omzeteffecten.

Verder geldt dat bij de beoordeling van de marktruimte in ogenschouw moet worden genomen dat hierbij geen rekening is gehouden met het feit dat het als gevolg van de aanzienlijke kwantitatieve en kwalitatieve versterking van het aanbod in het marktgebied (AaBe-locatie en Nieuw Stappegoor) reëel is te veronderstellen dat de koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeling in het gebied substantieel kunnen groeien. Ook is geen rekening gehouden met het feit dat er ook autonome ontwikkelingen bestaan als gevolg waarvan een deel van het huidige aanbod in de dagelijkse sector zal verdwijnen (denk aan autonome ontwikkelingen zoals de vermindering van het aantal versspecialzaken).

Ten slotte is van belang dat in de gemeente geen leegstaande winkelpanden aanwezig zijn waar een XL supermarkt in kan worden gevestigd. De reden is uiteraard gelegen in de noodzakelijke omvang van een dergelijke supermarkt (en de daarbij behorende parkeervoorzieningen). Een dergelijk omvangrijke locatie is niet voorhanden binnen de gemeente.

Het inwonertal van het verzorgingsgebied en de verwachtingen daarover voor de situatie in 2020 ontwikkelen zich blijkens informatie van het Informatie- en Kenniscentrum van de gemeente in lijn met de situatie en verwachtingen ten tijde van de Effectenstudie (2011-2012). Dit betekent dat uitkomsten van het DPO vergelijkbaar zijn met die in de Effectenstudie, zowel in de huidige situatie als in de te verwachten situatie in 2020.

#### 1.4 Benchmark XL supermarkten elders

In de Effectenstudie is tevens een benchmark gemaakt van het aanbod aan (grootschalige) supermarkten in Tilburg met dat in andere, qua omvang en functie goed vergelijkbare gemeenten. Daaruit bleek dat Tilburg in vergelijking met andere grote steden in Nederland een lage supermarktdichtheid kent, dat het aantal grootschalige supermarkten beperkt is en dat hetzelfde ook geldt voor het aantal vierkante meters aan grootschalige supermarkten. Het feit dat in de gemeente Tilburg slechts één supermarkt is gevestigd die groter is dan 2.000 m<sup>2</sup> wvo is illustratief voor deze situatie.

Dit voedt de conclusie dat het supermarktaanbod in Tilburg in kwalitatief opzicht ontoereikend is om te voorzien in de behoefte van de lokale consument aan laagfrequente bulkboodschappen per auto in supermarkten met voldoende keuzemogelijkheden (in termen van assortiment en service).

## 1.5 Conclusie

Op grond van het voorgaande luidt de conclusie voor wat betreft de vraag of kan worden voldaan aan de eerste trede van de ladder van duurzame verstedelijking als volgt.

Op basis van een meerledige analyse van de actuele, regionale behoefte (daarbij deels verwijzend naar de uitkomsten in de Effectenstudie) kan worden gemotiveerd dat behoefte bestaat aan een grootschalige supermarkt in het zuidelijk deel van Tilburg. Deze supermarkt zal primair een functie voor Tilburg-Zuid en de aangrenzende regio (primair Goirle) gaan vervullen. De supermarkt is daarmee een aanvulling op de bestaande AH XL die een functie heeft voor het noordelijk en westelijk deel van Tilburg.

Er bestaat marktruimte voor de XL supermarkt, die wel enigszins wordt beperkt door de plannen om twee supermarkten op de AaBe-locatie te realiseren. Die locatie zal echter worden ontwikkeld als wijkwinkelcentrum met twee kleinere supermarkten (waarvoor reeds contracten zijn gesloten), zodat de vestiging van een XL supermarkt ter plaatse zowel feitelijk onmogelijk als (stedenbouwkundig) niet gewenst is.

Op dit moment is dus geen andere ontwikkeling gepland die kan voorzien in de behoefte aan de realisatie van een XL supermarkt in Tilburg-Zuid. Daarnaast is ook geen sprake van een of meer geschikte leegstaande winkelpanden, waarin de XL supermarkt zou kunnen worden gerealiseerd.

Ten slotte wordt in het kader van de eerste trede opgemerkt dat de XL supermarkt weliswaar bepaalde omzetverliezen voor andere in het verzorgingsgebied gevestigde supermarkten zal veroorzaken, maar dat deze omzetverliezen niet zodanig zullen zijn dat de desbetreffende supermarkten geen toekomstperspectief meer hebben. De XL supermarkt zal daarom naar verwachting geen leegstand van supermarkten veroorzaken. Vanwege de eerder geschetste synergie met supermarkten zal er dan ook geen sprake zijn van substantiële uitval van (vers)speciaalzaken.

Geconcludeerd moet daarom worden dat aan de eerste trede uit de ladder voor duurzame verstedelijking is voldaan.

## 2 Mogelijkheden in de bestaande structuur

Als aan de eerste trede van de ladder voor duurzame verstedelijking wordt voldaan, dient te worden beschreven in hoeverre in die behoefte kan worden voorzien in bestaand stedelijk gebied door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.

De XL supermarkt zal worden gerealiseerd in het gebied Nieuw Stappegoor. Dit gebied is reeds voor een groot deel ontwikkeld ten behoeve van maatschappelijke (onderwijs)functies, grootschalige sportfaciliteiten, een megabioscoop etc. Daarmee kwalificeert het gebied als “bestaand stedelijk gebied” en wordt aan de tweede trede van de ladder voor duurzame verstedelijking voldaan.

Vanuit het oogpunt van een zorgvuldige ruimtelijke ordening kan het echter in sommige gevallen de voorkeur verdienen om een (XL) supermarkt niet alleen in bestaand stedelijk gebied, maar ook in bestaand winkelgebied te accommoderen. In dat kader is onderzocht of het mogelijk is de XL supermarkt te realiseren op een locatie die onderdeel uitmaakt van de bestaande winkelstructuur en binnen het verzorgingsbereik van het reeds gevestigde aanbod.

### ***Een XL supermarkt vergt veel ruimte...***

De XL supermarkt zoals geprojecteerd in Tilburg Stappegoor zal een omvang hebben van 4.500 m<sup>2</sup> bvo. Daarnaast heeft een dergelijke supermarkt een behoefte aan minimaal 200 parkeerplaatsen om het grote aandeel autoconsumenten te kunnen faciliteren. De totale ruimtebehoefte komt in een dergelijke situatie al gauw op 10.000 m<sup>2</sup>. Hiervan dient voor de supermarkt zelf (inclusief bevoorrading) minstens 5.000 m<sup>2</sup> oppervlak op de begane grond gereserveerd te worden. Binnen bestaand stedelijk gebied zijn ontwikkelingen met een dergelijke omvang vrijwel alleen te verwezenlijken in het geval van herontwikkeling (sloop/nieuwbouw) en transformatie naar een nieuwe functie.

### ***...en kent moeilijk inpasbare vestigingseisen vanuit de supermarktorganisaties***

Naast het grote ruimtebeslag geldt dat de supermarktorganisaties voor hun grootschalige supermarkten een aantal belangrijke, specifieke vestigingseisen stellen aan hun potentiële locaties. Bij het zoeken naar een passende locatie voor een XL supermarkt binnen de bestaande winkelstructuur is het van belang deze vestigingseisen in ogenschouw te nemen. Indien niet voldoende aan de eisen wordt voldaan zal de XL supermarkt namelijk commercieel niet levensvatbaar zijn, met de problematiek van herinvulling als gevolg. De eisen die supermarktorganisatie aan de locaties stellen zijn:

- In de nabijheid van het minimaal benodigde aantal van 50.000 consumenten, dus in de (middel)grote steden of in grootstedelijk gebied;
- Een goede bereikbaarheid (buiten de drukke, op recreatief winkelen gerichte hoofdcentra en dicht op de hoofdwegstructuur);
- Minimaal 200 (bij voorkeur ongedeelde) parkeerplaatsen, liever meer;
- Een zeer sterke voorkeur voor gratis (of in ieder geval voor de klanten te vergoeden) parkeren;

- De aanwezigheid van functies die grote bezoekersstromen genereren heeft de voorkeur, bijvoorbeeld stadsdeelcentra, andere clusters van grootschalige detailhandel en stadions en leisure-concentraties.

### *Overzicht planologische mogelijkheden in Tilburg-Zuid en Goirle*

Een aantal bestaande (of geplande) winkelconcentraties in Tilburg-Zuid komt in theorie in aanmerking voor het accommoderen van een grootschalige supermarkt.<sup>3</sup> Dit zijn:

- De **binnenstad**, (te betitelen als regionaal verzorgend centrum) telt 88.000 m<sup>2</sup> wvo aan winkelruimte. Daarmee is het de in omvang vierde binnenstad van de provincie Noord-Brabant, na Eindhoven, Breda en Den Bosch. De binnenstad van Tilburg kent een sterke focus op recreatief winkelen; 57% van de winkelmeters behoren tot de sector Mode & Luxe.
- De **Korvelseweg** is met 13.140 m<sup>2</sup> wvo het tweede winkelgebied in Tilburg-Zuid en fungeert als groot wijkcentrum. De focus ligt sterk op de dagelijkse sector (5.800 m<sup>2</sup> wvo) en de sector In/om het Huis (4.700 m<sup>2</sup> wvo, met onder andere de bouwmarkt CVT van Tilburg (1.435 m<sup>2</sup> wvo) en diverse meubelwinkels). De Korvelseweg vormt een belangrijke, drukke verkeersroute van en naar het centrum van Tilburg.
- Het nog te ontwikkelen **AaBe-complex**. Deze winkelontwikkeling sluit aan op de bestaande Lelyparcboulevard (PDV-cluster). Uiteindelijk zal in het gebied ca. 17.000 m<sup>2</sup> wvo aan winkelruimte worden ontwikkeld. De dagelijkse functie van dit centrum is gericht op de verzorging van de (deels nog te ontwikkelen) wijk rondom de locatie en omvat maximaal 5.000 m<sup>2</sup> wvo aan winkels, waarvan twee supermarkten met een gezamenlijke omvang van maximaal 4.000 m<sup>2</sup> wvo (2.000 m<sup>2</sup> elk).
- De **Broekhovenseweg**, een klein winkelgebied met 2.900 m<sup>2</sup> wvo (6 winkels), op 2 kilometer afstand van de locatie Stappegoor. Hier is een zeer goed functionerende Jumbo (1.780 m<sup>2</sup> wvo) gevestigd, die in de huidige situatie een groot verzorgingsbereik heeft, met een functie voor Tilburg-Zuid en de omliggende dorpen. De Broekhovenseweg vormt een belangrijke, drukke, maar ook smalle verkeersroute van en naar het centrum van Tilburg.
- Het **Volt-terrein** bevindt zich tussen het Transvaalplein en de Broekhovenseweg, nabij de daar gevestigde Jumbo. In het Bestemmingplan Transvaalplein e.o. 2008 is het perceel waarop Aldi is gevestigd (het meest westelijke perceel van het Volt-terrein) bestemd voor detailhandel. Dit perceel meet in totaal 5.290 m<sup>2</sup>, maar is niet geschikt voor een supermarkt XL vanwege de fysieke beperkingen (ingeklemd tussen woningen, perceel is te krap en de lay-out ongeschikt voor een supermarkt XL). Het huidige bestemmingsplan staat niet toe dat een groter gedeelte van het Volt-terrein voor detailhandel beschikbaar komt.

In Goirle komen gelet op de ruimtebehoefte van een grootschalige supermarkt geen winkelconcentraties in aanmerking voor het accommoderen van een grootschalige supermarkt.

<sup>3</sup> Winkelcentra buiten dit gebied die wel eens genoemd zijn als locatie voor een XL (zoals winkelcentrum Heijhoef) zijn in deze analyse buiten beschouwing gelaten. In deze centra kan om geografische redenen (afstand, verzorgingsbereik) niet aan de hier geanalyseerde regionale behoefte tegemoet gekomen worden.

Figuur 1 Ligging planologische mogelijkheden ten opzichte van Stappegoor



Bron: kaart Detailhandelsstructuurvisie Tilburg, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Deze (winkel)gebieden zijn qua huidige functie en/of omvang alle plekken waar in theorie de vestiging van een grootschalige supermarkt passend zou kunnen zijn. In de volgende tabel zijn de vijf gebieden tegen elkaar afgewogen op de volgende criteria:

- Wat is het **verzorgingsbereik, c.q. de functie van het gebied** in de huidige situatie? Bij voorkeur vestigt de grootschalige supermarkt zich in een gebied dat momenteel al een bovenlokale of zelfs regionale functie vervult. Dit om te voorkomen dat geheel nieuwe vervoersstromen tot stand komen.
- Wat is het **bezoekdoel** van het gebied in de huidige situatie? Gaat het om een winkelgebied dat doelgericht bezocht wordt of juist primair een recreatieve functie heeft? Een XL supermarkt wordt bij voorkeur gevestigd op een locatie waar het doelgerichte bezoekmotief overheerst.
- Wat zijn de **planologische mogelijkheden** in termen van beschikbare planologische ruimte en bestemmingsplanregels?
- In hoeverre sluiten de karakteristieken van het gebied aan bij de **vestigingseisen c.q. randvoorwaarden** van een XL supermarkt (zie het overzicht hiervan op pagina 12)?
- Is er sprake van een **centrale ligging** binnen het beoogde verzorgingsgebied (Tilburg-Zuid en Goirle) en een redelijke afstand tot de al gevestigde grootschalige supermarkt (Jan Heijnsstraat)?

Tabel 1 Afwegingskader XL supermarkt Tilburg-Zuid

	Binnenst.	Korvelsew.	Aabee	Broekh. w.	Volt
Verzorgingsbereik/functie	+	0	0/+*	-/+**	-
Bezoekdoel	Recr.	Doel	Doel	Doel	Doel
Planologische mogelijkheden XL	-	0	0	-	0
Randvoorwaarden XL	-	-	+	-	-
Centrale ligging	-	+	0	0	+

\* verzorgingsbereik PDV groot, beoogde verzorgingsbereik regulier aanbod wijkverzorgend

\*\* verzorgingsbereik bestaande supermarkt zeer groot, klein verzorgingsbereik rest winkelgebied

De beoordeling geeft aan dat de binnenstad, ofschoon hier planologisch en fysiek mogelijkheden (te creëren) zijn, niet geschikt is voor het lenigen van de behoefte aan een tweede grootschalige supermarkt in Tilburg. Niet alleen ligt het centrum te dicht op de reeds bestaande grootschalige supermarkt, maar ook zijn de vestigingscriteria die de supermarktorganisaties stellen hier niet te honoreren. Dit mede omdat het primaire bezoektief van de binnenstad (recreatief winkelen) in conflict is met dat van een XL supermarkt.

Voor de locaties Korvelseweg, Broekhovenseweg en in mindere mate het Volt-terrein geldt dat deze op de binnenstad voor hebben dat ze reeds primair een boodschappencentrum zijn, en dat ze centraler liggen in het beoogde verzorgingsgebied. Nadeel van deze locaties is echter dat ze door hun overwegend kleinschalige omgeving moeilijk geschikt zijn te maken voor (de vestigingseisen van) een grootschalige supermarkt. Vooral vanuit verkeerstechnisch oogpunt kleven er belangrijke nadelen aan deze locaties.

De AaBe-locatie zou van de bestaande c.q. reeds in het bestemmingsplan vastgelegde winkelcentra nog het meest geschikt zijn voor de vestiging van een XL supermarkt. Dicht op de Ringbaan-Zuid is de locatie geschikt (te maken) voor een grootschalige supermarkt. Belangrijk bezwaar van deze locatie is echter het feit dat de vestiging van een XL supermarkt ter plaatse stedenbouwkundig ongewenst is in het kader van de beoogde wijkfunctie van die locatie. Om die reden is ter plaatse alleen de vestiging van twee kleinere supermarkten mogelijk gemaakt en is de realisatie van één grote supermarkt planologisch niet mogelijk. Bovendien zijn voor de twee te realiseren supermarkten contracten ondertekend met supermarktexploitanten die de winkels zullen exploiteren. Om die reden is het ook feitelijk onmogelijk om ter plaatse een XL supermarkt te ontwikkelen.

Indien de gemeente Tilburg aan de geconstateerde consumentenbehoefte aan een tweede XL supermarkt in de stad wil voldoen zal moeten worden uitgeweken naar een locatie buiten de bestaande winkelstructuur. Als een locatie binnen de bestaande winkelstructuur niet mogelijk is verdient een locatie binnen Tilburg waar reeds voorzieningen zijn gevestigd met een (boven)regionaal bereik de voorkeur. Met deze keuze wordt namelijk aangesloten bij de bestaande functie van het gebied, en worden vervoersstromen gebundeld. De locatie Stappegoor voldoet aan die kwalificatie.

Het gebied Stappegoor kenmerkt zich als een gebied met een grote concentratie aan grootschalige, bovenlokaal en (boven)regionaal functionerende publiekstrekkers. Zo zijn er enkele grootschalige recreatieve voorzieningen gevestigd, zoals de Ireen Wust ijsbaan, het IJssportcentrum Tilburg, Sportcentrum T-Kwadraat, zwembad Stappegoor en de Eurocoop. Met onder andere de Fontys Hogescholen en de ROC scholen van de Onderwijsgroep Tilburg kent het gebied daarnaast ook enkele opleidingsinstituten van formaat. Het Eurocoop complex huisvest daarnaast enkele grootschalige, sportgerelateerde winkels met een regionaal bereik.

Met deze grootschalige recreatieve voorzieningen is het gebied Stappegoor in de huidige situatie reeds een gebied dat is ingericht op grote bezoekersstromen. Een XL supermarkt sluit daar goed bij aan.

Van belang is tevens dat de bestaande buurt- en wijkstructuur wordt gerespecteerd met een XL supermarkt die zich ruimtelijk-functioneel voegt in de structuur, zonder dat een geheel nieuw en compleet dagelijks verzorgend winkelgebied wordt gerealiseerd. De bestaande buurt- en wijkstructuur wordt gerespecteerd indien de ontwikkeling beperkt blijft tot alleen een grootschalige supermarkt met bovenlokaal bereik, op een locatie waar reeds andere functies zijn gevestigd met een vergelijkbaar bereik. Een aanvulling met andere op boodschappen gerichte winkelfuncties zal namelijk een grotere impact hebben op de bestaande winkelgebieden dan alleen een XL supermarkt. Waar de XL supermarkt voor primair de inwoners van Tilburg-Zuid en Goirle voorziet in de behoefte van incidenteel efficiënt en grootschalig supermarktbezoek, ligt de nadruk bij de buurt- en wijkcentra op de frequente aankoop van dagelijkse boodschappen, bij de supermarkt en de aanvullende (vers)speciaalzaken.

Tabel 2 Beoordeling locatie Stappegoor

	Stappegoor
Verzorgingsbereik/functie	+
Bezoekdoel	Doelgericht/Recreatief*
Planologische mogelijkheden XL	0**
Randvoorwaarden XL	+
Centrale ligging	+

\* bezoekdoel sportwinkels doelgericht, meeste andere functies doelgericht bezocht, maar met recreatief motief

\*\* volgens vigerende bestemmingsplan niet mogelijk, in lopende bestemmingsplanprocedure wel

De locatie Stappegoor zal de interesse wekken van supermarktorganisaties die XL supermarkten exploiteren. Het gaat immers om een goed bereikbare en goed ontsloten locatie dicht op de Ringbaan-Zuid en centraal gelegen in het verzorgingsgebied.



### 3 Effecten

Op grond van de bestaande jurisprudentie<sup>4</sup> bij detailhandelsinitiatieven is het vervolgens relevant wat de effecten zijn van het initiatief, zowel op het perspectief van de bestaande buurt- en wijkstructuur (paragraaf 3.1) als op het woon-, leef- en ondernemersklimaat (paragraaf 3.2).

#### 3.1 Effecten op het perspectief van de bestaande buurt- en wijkstructuur

In de Effectenstudie werd geanalyseerd dat de komst van een nieuwe grootschalige supermarkt op de locatie Stappegoor tot negatieve omzeteffecten leidt voor (een deel van) de zittende winkeliers in het verzorgingsgebied. Omdat de omzetclaim van een nieuwe grootschalige supermarkt overwegend een claim is in de dagelijkse bestedingen, treft het effect vooral het bestaande supermarktaanbod. Daar waar de supermarkt in een winkelgebied gesitueerd is, is er tevens effect op de omliggende speciaalzaken.

In de Effectenstudie werd aangegeven dat op grond van ervaringsgegevens bekend is dat slechts een deel van de omzetclaim van de nieuwe XL supermarkt te herleiden is tot het omzetverlies van de gevestigde supermarkten in het verzorgingsgebied. In de praktijk zal dit ongeveer de helft van de omzet van de XL supermarkt zijn. Vooral supermarkten die binnen het gebied een vergelijkbare verzorgingsfunctie vervullen zullen omzet inleveren. Afstand is op zichzelf geen criterium. De ervaring leert dat een buurtverzorgende supermarkt op korte afstand van een grootschalige supermarkt bestaansrecht kan houden.

In de Effectenstudie is geconcludeerd dat er geen supermarkten zijn die hun bestaansrecht verliezen als gevolg van de komst van een XL supermarkt op Nieuw Stappegoor. Wel zal er sprake zijn van omzeteffecten. Deze omzeteffecten zijn naar verwachting het grootst voor de supermarkt op de Broekhovenseweg, omdat deze supermarkt nu een fors wijkoverstijgende functie vervult, en op relatief korte afstand van het initiatief is gelegen. Het effect voor deze supermarkt werd ingeschat op 5 tot 10%. Omdat deze supermarkt sterk bovengemiddeld functioneert, heeft dit geen effect op het perspectief van de supermarkt. Zelfs met een dergelijk omzetverlies functioneert Jumbo op de Broekhovenseweg nog sterk bovengemiddeld.

Daarnaast gaf de Effectenstudie aan dat er in veel beperktere mate (omzetverlies 2 tot 5%) ook een omzeteffect voor de supermarkten op het zuidelijk deel van de Korvelseweg (Albert Heijn en Nettorama), en voor de supermarkt aan het Pater van den Elsenplein (Jumbo) te verwachten is. Deze supermarkten zijn weliswaar op relatief korte afstand van Nieuw Stappegoor gevestigd (1,5 tot 2 kilometer), maar vervullen een wezenlijk andere functie (meer wijk- respectievelijk buurtverzorgend, met een groter aandeel voet- en fietsklanten). In alle andere gevallen is sprake van een te verwaarlozen effect (omzetverlies kleiner dan 2%), ook voor de centra in Goirle

<sup>4</sup> Zie onder meer AbRvS 5 september 2012, 201201756/1/R2, LJN: BX6496, AbRvS 5 december 2012, 201200385/1/R2, LJN: BY5093 en AbRvS 7 november 2012, 201203450/1/R1, LJN: BY2519.

(op ruim 3 kilometer) en de nieuwe dagelijkse concentratie op de AaBe-locatie (eveneens op ca. 3 kilometer). Voor de andere supermarkten is het omzetverlies zodanig dat het niet van invloed is op het toekomstperspectief van deze centra.

In de Effectenstudie werd geconcludeerd dat er van duurzame ontwrichting als gevolg van de komst van een grootschalige supermarkt op de locatie Stappegoor geen sprake is. Geen van de supermarkten verliest als gevolg van de komst van een XL supermarkt op Nieuw Stappegoor toekomstperspectief. De consument blijft ook in een toekomstige situatie verzekerd van ruim voldoende keuzemogelijkheden op korte afstand. In het rapport werd het niet uitgesloten geacht dat er dagelijkse winkelmeters verdwijnen (in de vorm van speciaalzaken), maar werd gesteld dat dit in de regel meters zijn met onvoldoende toekomstperspectief, ook in autonome zin, zonder de realisering van een XL supermarkt. Hooguit kan de XL supermarkt dat autonome proces versnellen.

### 3.2 Effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat

Bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening hoort ook dat een plan niet leidt tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Om deze reden zijn de karakteristieken van de huidige leegstand in het verzorgingsgebied nader onder de loep genomen, en is er geoordeeld of het initiatief tot een zodanige overcapaciteit leidt dat er sprake zou kunnen zijn van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Een analyse van de huidige leegstandssituatie (gebruikmakend van informatie van Locatus en de gemeente Tilburg) levert voor de huidige situatie het volgende beeld op:

- Het verzorgingsgebied van de XL supermarkt (Tilburg-Zuid en Goirle) kent momenteel een (ongecorrigeerde) leegstand van ca. 12%. De leegstand is daarmee hoger dan in de gemeente als geheel, de binnenstad van Tilburg en het provinciale en landelijke gemiddelde (ca. 10%).
- Van de leegstand is het overgrote deel gesitueerd in het Tilburgse deel van het verzorgingsgebied.
- Uit onderzoek blijkt dat deze leegstand slechts in beperkte mate in de buurt- en wijkstructuur (waar het accent ligt op boodschappen doen) is gesitueerd. De leegstand in het verzorgingsgebied bevindt zich namelijk vooral in de binnenstad van Tilburg en in de verspreide bewinkeling van zowel Tilburg als Goirle. Van de buurt- en wijkcentra kent alleen de Korvelseweg in Tilburg relatief veel leegstaande winkelmeters. In de Detailhandelsvisie Tilburg is geconstateerd dat de Tilburgse linten (naast Korvelseweg ook Besterd in Tilburg-Noord) kwetsbaar zijn door de huidige trends in (recreatief) winkelen. De boodschappenfunctie van de linten heeft echter wel toekomstperspectief, zo staat ook in de Detailhandelsvisie Tilburg verwoord. Het gevolg is dat de leegstand vooral geconcentreerd is in de nu al zwakkere delen van de Korvelseweg (op relatief grote afstand van de supermarkten). Al met al is slechts een beperkt deel van de leegstand toe te rekenen aan de ondersteunende buurt- en wijkstructuur. De winkelleegstand in het centrum van Goirle komt overeen met het landelijke gemiddelde.

- De leegstand kent een diffuus karakter. Zo is bijna de helft te typeren als frictie- en aanvangsleegstand (max. 1 jaar leeg). De langdurige leegstand (1 tot 3 jaar) bedraagt ruim 15%. Het restant (ruim 40%) % betreft structurele leegstand (langer dan 3 jaar).

Een XL supermarkt op de locatie Nieuw-Stappegoor heeft niet tot gevolg dat er supermarkten zijn die hun bestaansrecht verliezen en dus hun deuren moeten sluiten. Met het behoud van de functie van de supermarkt zal ook de overige, van de supermarkt afhankelijke detailhandel merendeels perspectief blijven houden. Mogelijk dat er als direct gevolg van de realisering van een XL supermarkt individuele winkelveestigingen hun deuren moeten sluiten, maar dit zal slechts een zeer beperkte, nauwelijks waar te nemen groei van de leegstand met zich mee kunnen brengen. Het effect op de leegstand is niet van een omvang dat er sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in het winkelgebied.

## 4 Samenvattende conclusies

Ten behoeve van de bestemmingsplanprocedure voor het gebied Nieuw Stappegoor hebben de gemeente Tilburg en het Consortium Stappegoor Bureau Stedelijke Planning verzocht een ruimtelijk-economische analyse van specifiek de nieuwe XL supermarkt te vervaardigen. De voorliggende rapportage voorziet in die vraag. De analyse bouwt voort op de economische effectenstudie "Tilburg Nieuw Stappegoor – effecten grootschalige supermarkt" d.d. 25 januari 2012 die voor de XL supermarkt in Nieuw Stappegoor is opgesteld.

In de voorliggende ruimtelijk-economische analyse is specifiek aandacht geschonken aan de volgende (mede op grond van jurisprudentie) voor dit soort initiatieven belangrijke kwesties:

- De ladder voor duurzame verstedelijking (gebaseerd op de zogenaamde SER-ladder);
- Duurzame ontwrichting c.q. effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat (jurisprudentie Raad van State).

Op grond van de voorgaande hoofdstukken kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

### ***Eerste trede SER-ladder: regionale behoefte***

- In het kader van de eerste trede van de ladder van duurzame verstedelijking moet worden nagegaan of de voorgenomen ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte. Op grond van een meerledige analyse van de actuele, regionale behoefte (daarbij deels verwijzend naar de uitkomsten in de Effectenstudie van januari 2012) is te motiveren dat er inderdaad een actuele regionale behoefte bestaat aan een grootschalige supermarkt in het zuidelijk deel van Tilburg. Deze supermarkt zal primair een functie voor Tilburg-Zuid en de aangrenzende regio (primair Goirle) gaan vervullen. De supermarkt is daarmee een aanvulling op de bestaande AH XL die een functie heeft voor het noordelijk en westelijk deel van Tilburg.
- Op dit moment is geen andere ontwikkeling gepland die kan voorzien in de behoefte aan de realisatie van een XL supermarkt in Tilburg Zuid. Daarnaast is ook geen sprake van geschikte leegstaande winkelpanden, waar de XL supermarkt zou kunnen worden gerealiseerd.
- Ten slotte wordt in het kader van de eerste trede opgemerkt dat de XL supermarkt weliswaar bepaalde omzetverliezen voor andere in de gemeente gevestigde supermarkten zal veroorzaken, maar dat deze omzetverliezen niet zodanig zullen zijn dat de desbetreffende supermarkten niet langer zullen blijven bestaan. Omdat de supermarkt als drager fungeert van het speciaalzakenaanbod zal de XL supermarkt daarom naar verwachting geen nieuwe winkelleegstand veroorzaken.
- Geconcludeerd moet daarom worden dat er sprake is van een actuele regionale behoefte aan een XL supermarkt in Tilburg Zuid en dat daarmee aan de eerste trede uit de ladder voor duurzame verstedelijking kan worden voldaan.

### ***Tweede trede SER-ladder: bestaand stedelijk gebied***

- Aan de tweede trede van de ladder van duurzame verstedelijking wordt ook voldaan omdat de XL supermarkt in bestaand stedelijk gebied zal worden gerealiseerd.
- In het kader van een goede ruimtelijke ordening is nog onderzocht of het mogelijk is de XL supermarkt in bestaand winkelgebied te realiseren. Hiertoe zijn in deze analyse 5 bestaande winkelgebieden beoordeeld op relevante criteria, waaronder de planologische mogelijkheden en de randvoorwaarden die er vanuit de supermarktorganisaties aan een XL worden gesteld (bereikbaarheid, ontsluiting en parkeren). De AaBe-locatie is van de bestaande c.q. reeds planologisch vastgelegde winkelcentra nog het meest geschikt voor de vestiging van een XL supermarkt. Het belangrijkste bezwaar van deze locatie is echter dat het aldaar stedenbouwkundig ongewenst is om een XL supermarkt te realiseren en dat er voor die locatie reeds contracten zijn gesloten met supermarktexploitanten, zodat de ontwikkeling van een XL supermarkt ter plaatse ook feitelijk onmogelijk is.
- Indien de gemeente Tilburg aan de geconstateerde consumentenbehoefte aan een tweede XL supermarkt in de stad wil voldoen, zal moeten worden uitgeweken naar een locatie buiten de bestaande winkelstructuur. Als een locatie binnen de bestaande winkelstructuur niet mogelijk is verdient een locatie binnen Tilburg waar reeds voorzieningen zijn gevestigd met een (boven)regionaal bereik de voorkeur. Met deze keuze wordt namelijk aangesloten bij de bestaande functie van het gebied, en worden vervoersstromen gebundeld. De locatie Stappegoor voldoet aan die kwalificatie.

### ***Derde Trede SER-ladder: buiten bestaand stedelijke gebied***

- Nu aan de tweede trede wordt voldaan, wordt niet toegekomen aan de derde trede van de ladder voor duurzame verstedelijking.

### ***Effecten***

- Op grond van de bestaande jurisprudentie bij detailhandelsinitiatieven is vervolgens de vraag beantwoord of de honorering van het initiatief leidt tot onaanvaardbare effecten, zowel op het gebied van duurzame ontwracting als op het terrein van aantasting van woon-, leef- en ondernemersklimaat, als afgeleide van overcapaciteit (substantieel meer aanbod dan de vraag rechtvaardigt). In de effectenstudie werd geconcludeerd dat er van duurzame ontwracting als gevolg van de komst van een grootschalige supermarkt op de locatie Stappegoor geen sprake is. Geen van de supermarkten in het verzorgingsgebied zal zijn bestaansrecht verliezen als gevolg van de komst van een XL supermarkt op Nieuw Stappegoor. Met het behoud van de functie van de supermarkt zal ook de overige, van de supermarkt afhankelijke detailhandel merendeels perspectief blijven houden. De consument blijft ook in een toekomstige situatie verzekerd van ruim voldoende keuzemogelijkheden op korte afstand.
- Ook zal de realisering van de XL supermarkt niet tot een substantiële verslechtering van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in winkelgebieden leiden. Leidend bij deze conclusie is dat geen van de supermarkten in het verzorgingsgebied zijn bestaansrecht zal verliezen als gevolg van de komst van een XL supermarkt op Nieuw Stappegoor. Met het behoud van de functie van de supermarkt zal ook de overige, van de supermarkt afhankelijke detailhandel merendeels perspectief blijven houden. Mogelijk dat er als direct gevolg van de realisering van een XL supermarkt individuele winkelvestigingen hun deuren moeten sluiten, maar dit zal slechts een zeer beperkte,

nauwelijks waar te nemen groei van de leegstand met zich mee kunnen brengen. Het effect op de leegstand is niet van een omvang dat er sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in het winkelgebied.

## Bijlage: Overzicht alternatieve centra

Een vijftal bestaande (of geplande) winkelconcentraties in Tilburg-Zuid komt in beginsel in aanmerking voor het accommoderen van een grootschalige supermarkt.

Figuur 2 Ligging planologische mogelijkheden ten opzichte van Stappegoor



Bron: kaart Detailhandelsstructuurvisie Tilburg, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Dit zijn:

- De **binnenstad**, het winkelhart van Tilburg met 88.000 m<sup>2</sup> wvo aan winkelruimte, verspreid over 389 winkels. Daarmee is het de in omvang vierde binnenstad van de provincie Noord-Brabant, na Eindhoven, Breda en Den Bosch. De binnenstad van Tilburg kent een sterke focus op recreatief winkelen; 57% van de winkelmeters behoren tot de sector Mode & Luxe. Met een gemiddelde winkelunit van 227 m<sup>2</sup> wvo beschikt de binnenstad voornamelijk over kleinschalige winkels. Slechts 2 panden meten meer dan 2.500 m<sup>2</sup> wvo: de V&D (8.000 m<sup>2</sup> wvo) en de Saturn (5.000 m<sup>2</sup> wvo).
- De **Korvelseweg** is met 13.140 m<sup>2</sup> wvo (58 winkels) het tweede winkelgebied in Tilburg-Zuid en fungeert als groot wijkcentrum. De focus ligt sterk op de dagelijkse sector (5.800 m<sup>2</sup> wvo) en de sector In/om het Huis (4.700 m<sup>2</sup> wvo, met onder andere de bouwmarkt CVT van Tilburg (1.435 m<sup>2</sup> wvo) en diverse meubelwinkels). Maar liefst 4 supermarkten zijn in dit winkelgebied gevestigd: Albert Heijn (1.167 m<sup>2</sup> wvo), Nettorama (1.096 m<sup>2</sup> wvo), Jumbo (1.056 m<sup>2</sup> wvo) en Lidl (790 m<sup>2</sup> wvo). De gemiddelde unitgrootte op de Korvelseweg bedraagt 147 m<sup>2</sup> wvo (inclusief de 16 leegstaande panden). De grootste unit bedraagt Van Tilburg Interieur met 1.435 m<sup>2</sup> wvo. De Korvelseweg vormt een belangrijke, drukke verkeersroute van en naar het centrum van Tilburg.
- Het nog te ontwikkelen **AaBe-complex**. Deze winkelontwikkeling sluit aan op de bestaande Lelyparcboulevard (een PDV-cluster met 5.400 m<sup>2</sup> wvo aan winkelruimte). Uiteindelijk zal in het gebied ca. 17.000 m<sup>2</sup> wvo aan winkelruimte worden ontwikkeld. Uit de nota detailhandel van de gemeente Tilburg blijkt dat de focus van het Aabe-complex komt te liggen op woninginrichting, aangevuld met sport,

elektronica en een deel dagelijkse boodschappen. De functie van deze laatste component is gericht op de verzorging van de (deels nog te ontwikkelen) wijk rondom de locatie. Deze component omvat maximaal 5.000 m<sup>2</sup> wvo aan winkels, waarvan twee supermarkten met een gezamenlijke omvang van maximaal 4.000 m<sup>2</sup> wvo (2.000 m<sup>2</sup> elk).

- De **Broekhovenseweg**, een klein winkelgebied met 2.900 m<sup>2</sup> wvo (6 winkels), op 2 kilometer afstand van de locatie Nieuw-Stappegoor. Hier is een zeer goed functionerende Jumbo (1.780 m<sup>2</sup> wvo) gevestigd, die in de huidige situatie een groot verzorgingsbereik heeft, met een functie voor Tilburg-Zuid en de omliggende dorpen. De Broekhovenseweg vormt een belangrijke, drukke, maar ook smalle verkeersroute van en naar het centrum van Tilburg.
- Het **Volt-terrein** bevindt zich tussen het Transvaalplein en de Broekhovenseweg, nabij de daar gevestigde Jumbo. Het terrein grenst aan de Voltstraat en de Groenstraat en is niet direct toegankelijk vanaf de Broekhovenseweg, een van de doorgaande wegen in Tilburg-Zuid. In de huidige situatie zijn op het Volt-terrein diverse bedrijven gevestigd, alsmede het indoor evenementencentrum De Voltage. In het Bestemmingplan Transvaalplein e.o. 2008 is het perceel waarop Aldi is gevestigd (het meest westelijke perceel van het Volt-terrein) bestemd voor detailhandel. Dit perceel meet in totaal 5.290 m<sup>2</sup>, maar is niet geschikt voor een supermarkt XL vanwege de fysieke beperkingen (ingeklemd tussen woningen, perceel is te krap en lay-out ongeschikt voor supermarkt XL). Het huidige bestemmingsplan staat niet toe dat een groter gedeelte van het Volt-terrein voor detailhandel beschikbaar komt.



**Bijlage: Rapport "Tilburg Nieuw Stappegoor – effecten  
grootschalige supermarkt" d.d. 25 januari 2012**



Eindrapportage

25 januari 2012

**Een product van:**

Bureau Stedelijke Planning bv  
Silodam 1E  
1013 AL Amsterdam  
020 - 625 42 67  
www.stedplan.nl  
amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:

Dr. Aart Jan van Duren  
Drs. Gijs Foeken

Voor meer informatie: Aart Jan van Duren, [ajvd@stedplan.nl](mailto:ajvd@stedplan.nl)

**In opdracht van:**

Consortium Nieuw Stappegoor bv

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor dit document is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2011.A.547

Referentie: Consortium Nieuw Stappegoor - effectenstudie

# Inhoudsopgave

Inleiding	4
1 Contextanalyse	5
1.1 Planlocatie	
1.2 Brancheanalyse supermarkten	
1.3 Beleidskader	
2 Vraag- en aanbodverhoudingen	11
2.1 Draagvlak	
2.2 Supermarktaanbod	
3 Bepaling distributieve ruimte	17
3.1 Benchmark	
3.2 Distributieve analyse	
4 Effectenanalyse	25
4.1 Beschrijving initiatief Ontwikkelingscombinatie	
4.2 (Economische) effecten	
4.3 Effecten op de winkel- en supermarktstructuur	
5 Samenvatting en conclusies	32
Bijlage: Volumestudie vlek 1b	37
Bijlage: Overige supermarkten in Tilburg	40

## Inleiding

### Achtergrond

In Nieuw Stappegoor, in het zuiden van Tilburg, worden sport en uitgaan geïntegreerd in één moderne en hoogwaardige leefomgeving. Een aantal planonderdelen is reeds gerealiseerd, zoals de Ireen Wüst Ijsbaan, onderdeel van sportcomplex T-kwadraat, en de megabioscoop Euroscop. Het ontwikkelende Consortium Nieuw Stappegoor bv (bestaande uit Bouwfonds Ontwikkeling bv, Crapts Projektontwikkelingsmaatschappij bv en Synchroon bv) en de gemeente Tilburg zoeken momenteel naar planoptimalisatie. Uitbreiding van het commercieel programma is wenselijk, zo niet noodzakelijk. Eén van de opties is een grootschalige supermarkt van circa 4.000 m<sup>2</sup> bvo tot maximaal 6.000 m<sup>2</sup> bvo. De supermarkt is een wezenlijk onderdeel van het concept Retail/Food-experience en Leisure, dat op grond van een recente interactieve marktverkenning door Buck Consultants International als meest kansrijke concept is gepresenteerd.

### Doel- en vraagstelling

Het Consortium wil graag voor de locatie Nieuw Stappegoor de uitkomsten van een onafhankelijk onderzoek presenteren, waarin de motivatie en de effecten van de toevoeging van een grootschalige supermarkt centraal staan. Dit onderzoek, uitgewerkt in onderliggende rapportage, geeft antwoord op de volgende vragen:

- Is er behoefte aan een grootschalige supermarkt in het marktgebied? Welke randvoorwaarden ten aanzien van locatie en project (ligging, bereikbaarheid, parkeren) horen hierbij? Welke supermarktformules komen hiervoor in beeld? En voldoet de locatie Nieuw Stappegoor voor een dergelijke supermarkt?
- Wat is de beoogde functie en het verzorgingsgebied van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor, welke omzetclaim hoort hierbij en wat is de verwachting ten aanzien van de lokale en regionale herkomst daarvan? Wat betekent, met andere woorden, een grootschalige supermarkt voor bestaande boodschappenoriëntaties?
- Wat zijn de effecten in termen van direct en afgeleide omzet en werkgelegenheid, en uitstralingseffecten (onder meer op de verdere ontwikkeling van Nieuw Stappegoor)?
- Wat is het effect van een supermarkt op deze locatie op de bestaande ruimtelijke structuur van de detailhandel in Tilburg en de randgemeenten?

Het Consortium heeft Bureau Stedelijke Planning in de zomer van 2011 opdracht gegeven deze studie uit te voeren.

### Leeswijzer

In hoofdstuk 1 wordt de context van het initiatief geanalyseerd. Dit komt neer op een beschrijving van een aantal belangrijke ontwikkelingen in de supermarktbranche en een schets van het vigerende detailhandelsbeleid, zowel op Europees en nationaal niveau als op provinciaal en gemeentelijk niveau. In hoofdstuk 2 worden de verhoudingen tussen vraag en aanbod in Tilburg geschetst, en worden relevante lokale ontwikkelingen beschreven, zowel op het gebied van wonen en werken, als op het gebied van winkels en winkelgebieden. In hoofdstuk 3 zijn de ontwikkelingsmogelijkheden van het supermarktaanbod in Tilburg geanalyseerd, zowel aan de hand van een distributieve berekening als aan de hand van een benchmark met steden die qua omvang en functie vergelijkbaar zijn met Tilburg. Hoofdstuk 4 is het verslag van de studie naar de effecten van de komst van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor. Hierbij is een onderscheid gemaakt tussen de economische effecten van het initiatief en de effecten op de bestaande winkel- en supermarktstructuur. Het rapport sluit af met hoofdstuk 5, waarin de samenvattende conclusies van de studie zijn verrat.

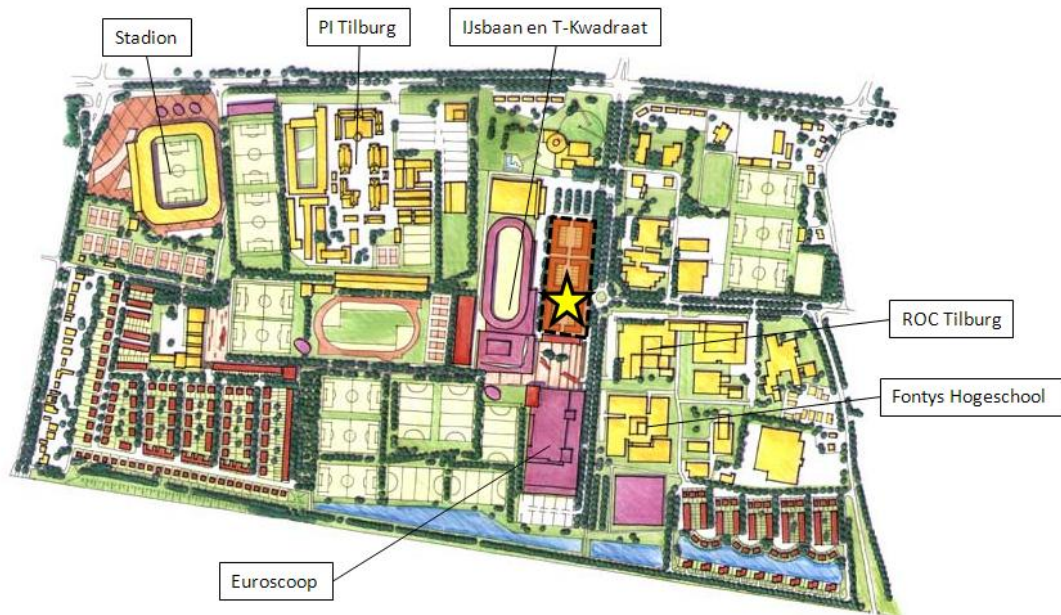
# 1 Contextanalyse

In dit hoofdstuk is zowel een aantal belangrijke ontwikkelingen in de supermarktbranche beschreven als het vigerende beleidskader. Dit dient als context waarin het initiatief van een grootschalige supermarkt in Tilburg Nieuw Stappegoor geplaatst moet worden. Het hoofdstuk begint met een beschrijving van de planlocatie.

## 1.1 Planlocatie

Nieuw Stappegoor ligt in het zuiden van Tilburg. Het plangebied wordt begrensd door de Rijksweg A58, de Goirlese Weg, de Ringbaan Zuid en de Tatrweg/Stappegoorweg. Een deel van het plangebied blijft ongewijzigd. Zo is de Penitentiaire Inrichting Tilburg (de gevangenis) er gevestigd, evenals het Koning Willem II Stadion. Figuur 1 toont het oorspronkelijke plan Nieuw Stappegoor. Inmiddels zijn echter reeds andere plannen in omloop, waarin naar planoptimalisatie wordt gezocht. In de figuur is een aantal reeds aanwezige voorzieningen aangegeven. De locatie voor een eventuele grootschalige supermarkt is met een ster gemarkeerd. Het oranje gekleurde gebied daaromheen geeft het bijbehorende perceel (inclusief parkeerruimte) weer. In de bijlage is de onlangs afgeronde volumestudie ingevoegd, waarin door ontwerp bureau Bo.2 de inpassing van een grootschalige supermarkt in Nieuw Stappegoor is uitgewerkt.

Figuur 1 Plangebied Nieuw Stappegoor



Bron: [www.nieuw-stappegoor.nl](http://www.nieuw-stappegoor.nl), bewerking Bureau Stedelijke Planning

Nieuw Stappegoor is een, in potentie, levendig gebied. Grote leisuretrekkers als de Euroscoop (waar tevens ook enkele grootschalige sportwinkels gevestigd zijn), het sportcomplex T-Kwadraat en de ijsbaan (inclusief ijshockeystadion) genereren de nodige bezoekers. Daarnaast kent het gebied een groot aantal studenten, met de vestigingen van ROC Tilburg en de Fontys Hogeschool. Van laatstgenoemde is de toekomst echter onzeker. Er zijn in het plangebied voorts 650 woningen geprojecteerd voor de periode 2013 t/m 2020.

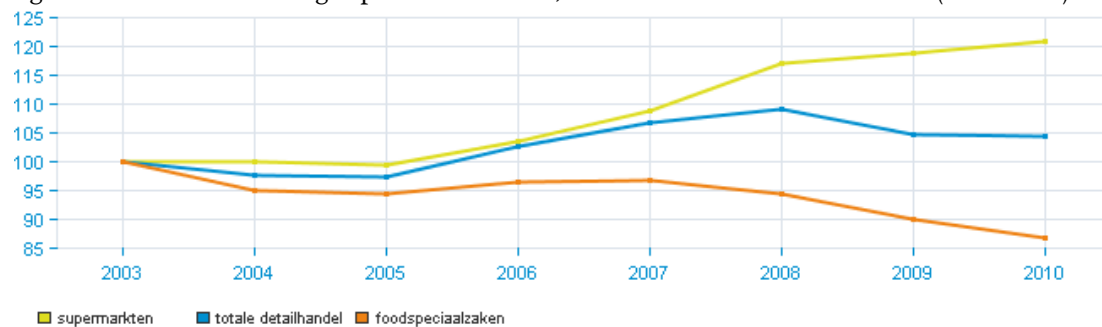
## 1.2 Brancheanalyse supermarkten

De wens voor een grootschalige supermarkt in het plangebied Nieuw Stappegoor moet worden gezien in het licht van het feit dat de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de supermarktsector duiden op een groeiende rol en betekenis van steeds grotere supermarkten in de distributie van levensmiddelen. In deze paragraaf staan we daar bij stil.

### Trends en ontwikkelingen in de supermarktbranche

Supermarkten worden steeds belangrijker in de distributie van levensmiddelen onder de bevolking. Ruim 85% van de bestedingen in levensmiddelen in de detailhandel wordt gedaan in supermarkten. In 2010 behaalden supermarkten 20% meer omzet dan in 2003, bij de start van de door Albert Heijn geïnitieerde prijzenoorlog. De foodspeciaalzaken zetten daar in diezelfde periode een omzetverlies van zo'n 13% tegenover. De supermarktbranche weet gestaag de omzet te verbeteren, ook in tijden van laagconjunctuur. De non-food branche kampt sinds het uitbreken van de financiële crisis met (forse) omzetverliezen.

Figuur 2 Omzetontwikkeling supermarktbranche, totale detailhandel en foodzaken (2003 = 100)



Bron: CBS/HBD

De supermarktbranche bestaat momenteel uit 4.341 supermarkten en 1.294 minisupers. Daarnaast zijn er 112 nachtwinkels en 34 winkels in ziekenhuizen. Zij zijn goed voor ruim 245.000 banen en een omzet van circa € 29,4 miljard (exclusief BTW). Dit komt neer op ongeveer een derde van de totale werkgelegenheid (31,8%) en omzet (35,9%) in de detailhandel.

De belangrijkste trends en ontwikkelingen in de supermarktbranche zijn:

- **Supermarkt versus versspeciaalzaak:** steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit winstmarge optiek en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Gevolg hiervan is dat de versspeciaalzaken al jarenlang onder druk staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten. Alleen met een onderscheidend assortiment en onderscheidend serviceniveau, en op locaties dicht op succesvolle supermarkten hebben (vers)speciaalzaken nog toekomst;
- **Schaalvergroting:** minder, maar grotere supermarkten. Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.200 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd aanbod om voor de consument aantrekkelijk te blijven. Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant en anderzijds opwaardering aan de bovenkant;
- **Grootschalige supermarkten:** dit type supermarkten is in Nederland in opkomst en voorziet in de behoefte van de consument om eens per week of twee weken met de auto grootschalig boodschappen te doen. Met de opkomst van grootschalige supermarkten

ontstaat een nieuwe hiërarchie in boodschappen doen. In dit type supermarkt komt men over het algemeen veel minder frequent, maar wel van over grotere afstand, en besteedt men per bezoek meer dan in de reguliere supermarkten. Dit type supermarkt wordt veelal niet in de plaats van de reguliere supermarkten gebruikt, maar samen met deze supermarkten: waar de een voorziet in de behoefte aan dichtbij en hoogfrequent boodschappen doen, voorziet de ander in de (laagfrequente) behoefte met de auto de bulkboodschappen te doen. Deze bulkboodschappen doet men in grootschalige supermarkten met medeneming van vers-assortiment, dat in deze supermarkten in breedte en diepte uitbundiger is dan in de reguliere supermarkten. Voor dit type supermarkten is men bereid van grotere afstand te komen;

- Opkomst van discountformules: naast grootschalige supermarkten zijn ook discountsupermarkten zoals Aldi en (vooral) Lidl in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zijn de lage prijzen, de kleinere metrages, een beperkt assortiment en de mindere focus op service;
- Traffic voorzieningen: deze voorzieningen ontstaan op locaties waar veel passanten zijn vanwege de specifieke functie van de locatie, zoals stations, benzinestations, ziekenhuizen, hogescholen etc.;
- Branchevervaging is de norm, zowel binnen de sector detailhandel als tussen de detailhandel en de overige publieksfuncties als horeca, diensten en ambacht. Deze branchevervaging speelt ook een rol bij grootschalige supermarkten, die relatief veel 'new business' toevoegen (oplopend tot 15% van de omzet).

### **Branchesamenstelling**

Het totale supermarktareaal in Nederland beslaat 3,8 miljoen m<sup>2</sup> wvo. Dit is circa 12,5% van het totaal aantal detailhandelsmeters in Nederland (30,5 miljoen m<sup>2</sup> wvo). Albert Heijn is met afstand de grootste in termen van vierkante meters met een marktaandeel van bijna 27%. Op enige afstand volgen C1000, Aldi, Lidl en Jumbo. Jumbo, Vomar en Albert Heijn hebben, uiteraard na de AH XL (gemiddeld 3.370 m<sup>2</sup> wvo), de grootste gemiddelde winkelomvang met respectievelijk 1.227 m<sup>2</sup> wvo, 1.206 m<sup>2</sup> wvo en 1.199 m<sup>2</sup> wvo. Wat omvangrijke supermarkten betreft (meer dan 2.000 m<sup>2</sup> wvo) heeft naast Albert Heijn vooral Jumbo ervaring. Tot slot: Jumbo is de snelst groeiende supermarktformule, Super de Boer (vanwege de overname door Jumbo en C1000) de snelste daler.

Planlocatie met zicht op het naastgelegen parkeerterrein en de Ireen Wüst ijsbaan



Bron: Bureau Stedelijke Planning



Tabel 1 Overzicht landelijke supermarktbranche naar m<sup>2</sup> (vetgedrukt komt in Tilburg voor)

Formule	M <sup>2</sup> wvo	Verkoop- punten	Aandeel in m <sup>2</sup> wvo	Gem. unitgrootte	Aantal >2.000 m <sup>2</sup>
<i>- Albert Heijn</i>	<i>921.011</i>	<i>768</i>	<i>24,2%</i>	<i>1.199</i>	<i>40</i>
<i>- AHXL</i>	<i>101.088</i>	<i>30</i>	<i>2,7%</i>	<i>3.370</i>	<i>30</i>
<b>Albert Heijn tot.</b>	<b>1.022.099</b>	<b>798</b>	<b>26,8%</b>	<b>1.281</b>	<b>70</b>
<b>C1000</b>	<b>415.865</b>	<b>407</b>	<b>10,9%</b>	<b>1.022</b>	<b>6</b>
<b>Aldi Markt</b>	<b>309.130</b>	<b>483</b>	<b>8,1%</b>	<b>640</b>	<b>-</b>
<b>Lidl</b>	<b>293.449</b>	<b>349</b>	<b>7,7%</b>	<b>841</b>	<b>-</b>
<b>Jumbo</b>	<b>273.702</b>	<b>223</b>	<b>7,2%</b>	<b>1.227</b>	<b>17</b>
<b>Plus</b>	<b>246.489</b>	<b>265</b>	<b>6,5%</b>	<b>930</b>	<b>1</b>
<b>Super de Boer</b>	<b>120.673</b>	<b>114</b>	<b>3,2%</b>	<b>1.059</b>	<b>1</b>
<b>Emté</b>	<b>115.576</b>	<b>110</b>	<b>3,0%</b>	<b>1.051</b>	<b>-</b>
Spar	107.708	290	2,8%	371	-
Dekamarkt	92.716	86	2,4%	1.078	6
Coop	84.201	120	2,2%	702	-
Hoogvliet	71.037	60	1,9%	1.184	5
Vomar	67.551	56	1,8%	1.206	2
Deen	62.822	61	1,7%	1.030	1
Dirk van de Broek	62.608	54	1,6%	1.159	4
<b>Overig*/zelfstandig</b>	<b>463.352</b>	<b>865</b>	<b>12,2%</b>	<b>536</b>	<b>7</b>
<b>Totaal</b>	<b>3.808.978</b>	<b>4.341</b>	<b>100,0%</b>	<b>18.605</b>	<b>120</b>

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner september 2011

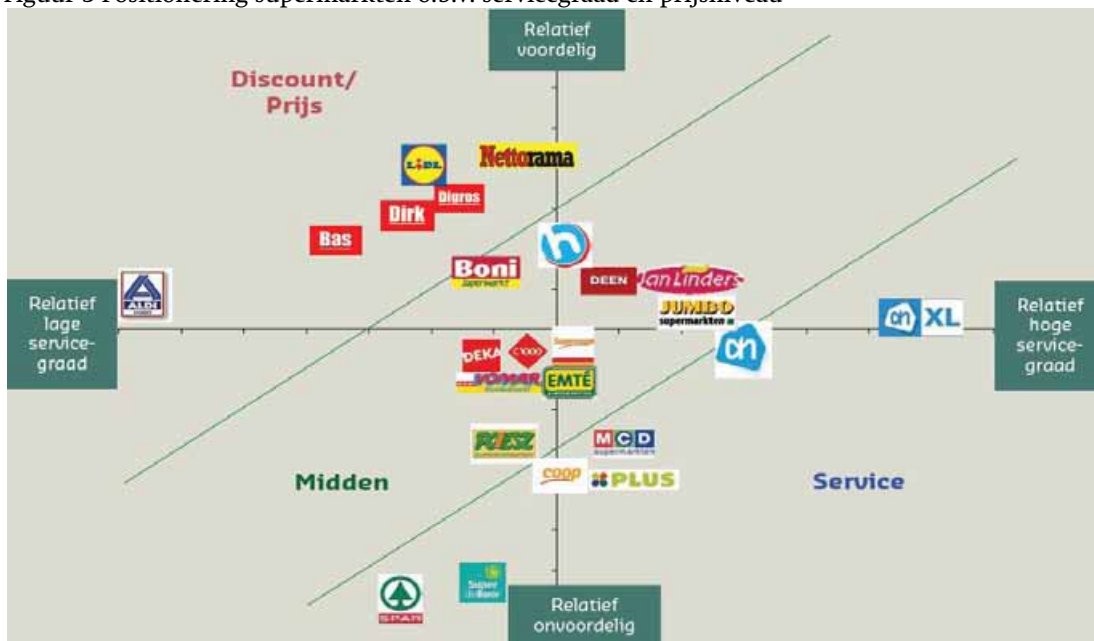
\*Ook Nettorama (29.710 m<sup>2</sup> wvo, marktaandeel 0,78%; 29 supermarkten, 2 groter dan 2.000 m<sup>2</sup> wvo) is in Tilburg gevestigd.

De supermarktbranche is hevig in beweging. Dit proces is in een stroomversnelling gekomen toen Albert Heijn eind 2003 de prijzenoorlog startte. Het eerste grote slachtoffer was Laurus. In 2006 vond het voorlopige slotstuk van de ontmanteling van Laurus plaats met de verkoop van Konmar: Laurus verkocht 29 supermarkten aan Ahold en 12 aan Jumbo. In 2008 heeft Ahold zijn 73%-belang in Schuitema afgestaan aan CVC voor een niet nader genoemd bedrag en 50 tot 75 filialen van C1000. Het marktaandeel van Albert Heijn (in termen van omzet) is inmiddels opgelopen tot 33,5% (2010). Door de overname van Super de Boer door Jumbo (waarvan 80 vestigingen naar C1000 gaan) en de nieuwe inkoopcombinatie BijEen waarin C1000 en Jumbo de handen ineenslaan, worden de marktverhoudingen opnieuw opgeschud. Jumbo heeft inmiddels meer dan 225 Super de Boer-winkels omgebouwd (stand medio 2011). De omzet van de omgebouwde Super de Boer-filialen is fors hoger, soms meer dan verdubbeld. Laatste wapenfeit van Jumbo is de overname van C1000, eind november 2011. Door deze overname wordt Jumbo na Albert Heijn de tweede landelijke speler. De verwachting is dat de C1000-formule voorlopig naast die van Jumbo blijft bestaan.

### Positionering supermarkten

Het onderzoeksbureau GfK onderzoekt elk halfjaar de waardering van klanten voor de verschillende Nederlandse supermarktformules. Figuur 3 toont de onderlinge positionering van supermarkten, afkomstig uit het kerstrapport 2010. Supermarkten worden door consumenten beoordeeld op prijsniveau en servicegraad. Dit resulteert in een rapportcijfer (schaal 1-10) en een ranglijst. Sinds het kerstrapport van 2009 neemt AH XL de hoogste positie in. Daaronder zijn diverse schommelingen waar te nemen. Zo is Albert Heijn ten opzichte van kerst 2010 qua klantbeoordeling inmiddels voorbijgestreefd door Deen, Jan Linders, Jumbo en Nettorama (Zomerrapport 2011). Overigens ligt dit niet aan Albert Heijn, dat een zeer constante beoordeling geniet, maar de steeds positievere beoordeling van sommige concurrenten.

Figuur 3 Positionering supermarkten o.b.v. servicegraad en prijsniveau



Bron: GfK Kerstrapport 2010

De meest succesvolle supermarkten nemen een duidelijke positie in: een zeer hoge servicegraad met een concurrerende prijs (Albert Heijn), een bovengemiddelde servicegraad met scherpe prijzen (Jumbo, Jan Linders, Deen, Hoogvliet), of een uiterst scherpe prijs (Nettorama, Lidl). Supermarkten in het grijze midden hebben het lastig. De formules die in de ogen van de consument zowel op prijsniveau als servicegraad benedengemiddeld presteren zitten in het verdomhoekje. In dit licht is het niet vreemd dat het doek voor Super de Boer is gevallen.

### 1.3 Beleidskader

#### Europees niveau

- Begin 2010 is de Europese dienstenrichtlijn van kracht geworden. Dit betekent dat het wel of niet verlenen van een vergunning niet meer af mag hangen van de economische impact (o.a. concurrentie, omzetsderving).
- Uit jurisprudentie is inmiddels gebleken dat branchebeperkingen die gebaseerd zijn op een detailhandelsstructuurvisie, gericht op het voorkomen van onevenwichtigheid en ontwrichting van de detailhandelsstructuur, toelaatbaar zijn. Op basis van jurisprudentie kan worden geconstateerd dat aard en omvang van verkochte artikelen ruimtelijk relevante criteria zijn voor het maken van onderscheid in typen detailhandel. Ook door middel van het criterium bezoekersintensiteit en verkeersbelasting is een goede scheidslijn te trekken.

#### Nationaal niveau

In 2006 zijn in de **Nota Ruimte**<sup>1</sup> de verantwoordelijkheden voor het locatiebeleid van bedrijven en voorzieningen verschoven van het Rijk naar de provincies en gemeenten. Het Rijk wil nog wel enige invloed blijven uitoefenen op detailhandelsontwikkelingen buiten de bestaande structuur. Daarom is het uitgangspunt opgenomen dat nieuwe ontwikkelingen niet ten koste mogen gaan van de detailhandelsstructuur van binnensteden en wijkwinkelcentra. Provincies worden verzocht om gezamenlijk

<sup>1</sup> Bron: Planbureau voor de Leefomgeving (2011), beleidsdossier Detailhandel.

richtlijnen op te stellen voor branchebeperkingen op perifere locaties en deze voor te leggen aan het kabinet. Tenslotte hebben gemeenten de mogelijkheid om detailhandel als aparte bestemming op te nemen.

### **Provinciaal**

Op 1 januari 2011 is de Structuurvisie Ruimtelijke Ordening Noord-Brabant in werking getreden. Hierin spreekt de Provincie de volgende ambities uit:

1. Concentratie van verstedelijking.
2. Inspelen op demografische ontwikkelingen.
3. Zorgvuldig ruimtegebruik.
4. Meer aandacht voor ruimtelijke kwaliteit.
5. Betere verknoping van stedelijke ontwikkelingen aan de infrastructuur.
6. Versterking van de economische kennisclusters.

Specifiek met betrekking tot het stedelijke concentratiegebieden stelt de provincie dat grootschalige stedelijke ontwikkelingen met een (boven)regionaal karakter geconcentreerd dienen te worden in de vijf grote Brabantse steden. Bij de ontwikkeling van nieuwe bovenregionale detailhandels- en leisurevoorzieningen kiest de provincie voor locaties die zowel met de auto, fiets als het openbaar vervoer goed bereikbaar zijn. De provincie vindt het belangrijk om zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra, en acht dit primair de verantwoordelijkheid van de gemeenten.

### **Gemeentelijk beleid**

Met betrekking tot detailhandelsontwikkelingen in verschillende winkelgebiedstypen hanteert het Tilburgse detailhandelsbeleid<sup>2</sup> de volgende visie:

- Versterken van de binnenstad van Tilburg als hoofdwinkelgebied voor inwoners van Tilburg en de regio.
- Behouden van een zo compleet mogelijk pakket aan detailhandelsvoorzieningen op buurt- en wijkniveau, dicht bij de consument en het benutten van aanwezige kansen voor versterking op dit niveau.
- Verbeteren van het functioneren van de perifere en grootschalige branches, waarbij thematische clustering uitgangspunt is.
- Toevoeging van nieuwe elementen kunnen zorgen voor een versterking van de structuur, met name door het versterken van de aantrekkingskracht op de regionale tot bovenregionale consument.

Met betrekking tot solitaire supermarkten is de gemeente terughoudend: “Bij voorkeur worden nieuwe supermarkten gevestigd binnen bestaande dan wel nieuwe buurt- of wijkvoorzieningen. Nieuwe ontwikkelingen op solitaire locaties zoals de huidige locatie aan de Jan Heijnsstraat (waar een Albert Heijn XL is gevestigd) zijn naar de toekomst toe niet wenselijk.”

Met betrekking tot perifere en grootschalige detailhandel – Stappegoor is aangewezen als grootschalige locatie op het gebied van Sport & Speelgoed – voert Tilburg een beleid dat is gericht op het streven naar:

1. Een zo uitgebreid mogelijk en gevarieerd winkelaanbod;
2. Een concentratie van deze functies op een beperkt aantal locaties;
3. Verschillen in karakter en/of functies van deze concentraties;
4. Vergroting van uniciteit van het aanbod in Tilburg door thematisering;
5. Evenwichtige spreiding;
6. Ontwikkeling die niet concurrerend is en dus complementair aan de binnenstad.

---

<sup>2</sup> Gemeente Tilburg, Voortgangsrapportage Detailhandel (2007)

## 2 Vraag- en aanbodverhoudingen

### 2.1 Draagvlak

#### Verzorgingsgebied

De ervaring leert dat een grootschalige supermarkt in de Nederlandse verhoudingen een verzorgingsgebied heeft van zo'n 80-100.000 mensen. Dit betekent dat een grootschalige supermarkt in Tilburg-Zuid een functie heeft die beduidend beperkter is dan de gehele gemeente Tilburg of de gehele plaats Tilburg.

Met die wetenschap beslaat het verzorgingsgebied van een grootschalige supermarkt in Nieuw Stappegoor het zuidelijk deel van Tilburg (ten zuiden van de spoorlijn Breda-Tilburg-Eindhoven), aangevuld met de gemeente Goirle, ten zuiden van de A58. Het gehele verzorgingsgebied is binnen 10 autominuten van de projectlocatie gelegen.

Het noordelijk deel van Tilburg wordt reeds door een grootschalige supermarkt (AH XL) bediend, en heeft mede door de barrière van het spoor maar een beperkte functie voor het verzorgingsgebied van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor.

Figuur 4 toont de ligging van de planlocatie in het verzorgingsgebied en ten opzichte van de reeds gevestigde AH XL ten noorden van de spoorlijn.

Figuur 4 Afbakening verzorgingsgebied: Tilburg-Zuid en Goirle



Bron: Google Maps, bewerking Bureau Stedelijke Planning

## Bevolkingskenmerken

Het verzorgingsgebied telt in totaal 91.785 inwoners, waarvan ruim 69.000 in Tilburg Zuid en bijna 23.000 in Goirle. De bevolkingsopbouw naar leeftijd volgt het landelijk gemiddelde, met uitzondering van de percentages 0-15 en 15-25 jarigen. Het feit dat Tilburg een universiteitsstad is, verklaart het relatief grote aandeel 15-25 jarigen en de lage(re) gemiddelde huishoudengrootte. Het percentage niet-westerse allochtonen ligt iets onder het Nederlands gemiddelde. Tot slot hebben inwoners in het verzorgingsgebied een inkomen dat op hetzelfde niveau ligt als het landelijk gemiddelde. Hierbij dient te worden opgemerkt dat het inkomen in de gemeente Goirle aanzienlijk hoger ligt dan in de gemeente Tilburg (respectievelijk € 22.600,- en € 19.700,- per inwoner per jaar). Tabel 2 toont de demografische kenmerken in het verzorgingsgebied en, als referentie, de gemeente Tilburg en Nederland.

Tabel 2 Bevolkingskenmerken verzorgingsgebied, Tilburg en Nederland

	Inw. 2010	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem. huish. grootte	% niet- westerse allocht.	Gem. inkomen per inw
Verzorgingsgeb.	91.785	14	16	28	27	15	1,9	9	€ 21.100
Gem. Tilburg	204.855	16	15	29	25	14	2,0	14	€ 19.700
<b>Nederland</b>	<b>16.574.990</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>15</b>	<b>2,2</b>	<b>11</b>	<b>€ 21.100</b>

Bron: CBS Statline, 2011

## Ontwikkelingen

In de gemeenten Tilburg en Goirle spelen diverse woningbouwprojecten. De belangrijkste in het marktgebied van de supermarkt zijn:

- Piushavengebied. Dit betreft de herontwikkeling van de voormalige Piushaven. De geplande woningbouw zal plaats bieden aan zo'n 5.000 tot 6.000 inwoners. In het plangebied, dat het terrein van de voormalige textiel fabriek AaBe omvat, zijn een kleine 2.000 woningen geprojecteerd.
- Stappegoor. Het Masterplan (2003) gaat uit van de toevoeging van 500 woningen. Inmiddels wordt rekening gehouden met 650 woningen.
- Goirle Boschkens. Tussen de kern Goirle en de A58 wordt het project Boschkens gerealiseerd. In totaal zullen hier 800 woningen worden gebouwd. De eerste fase, het oostelijk deel van de wijk (400 woningen), is in 2010 afgerond. Eind 2011 wordt gestart met de andere 400 woningen in Boschkens-West.
- Spoorzone. Langs de noordrand van het verzorgingsgebied komt de Spoorzone tot ontwikkeling. Dit betreft een omvangrijk herontwikkelingsproject waarbij de zone aan weerszijden van de spoorlijn Breda-Tilburg-Eindhoven opnieuw wordt ingericht. De ambitie is dat hier in totaal 2.000 nieuwe woningen worden gerealiseerd. Sommige deelprojecten, zoals het Pieter Vreedeplein, zijn reeds opgeleverd. Het hart van het project, De Werkplaats, ligt ten noorden van het spoor en wordt tot 2025 gefaseerd ontwikkeld.

Naast deze projecten spelen er diverse kleinschalige(r) woningbouwontwikkelingen. Volgens gemeentelijke bevolkingsprognoses<sup>3</sup> groeit de bevolking van Tilburg de komende jaren tot een kleine 214.000 in 2020, een groei van ruim 4,4% ten opzichte van het aantal in 2010. In Goirle is de woningbouwproductie vastgelegd in het Regionaal Ruimtelijk Overleg (RRO). In de voortgangsrapportage uit december 2010 zijn woningbouwafspraken gemaakt voor de periode 2010-2021. Binnen deze afspraken mag de gemeente Goirle in deze periode 1.450 woningen bouwen, waarvan ruim een kwart als opvang voor de gemeente Tilburg. De verwachting is dat het aantal inwoners van

<sup>3</sup> Gemeente Tilburg, Bevolkingsprognose gemeente Tilburg 2009-2029 (augustus 2009)

Goirle zal groeien tot 23.110 in 2020, ruim 300 meer dan in 2010, een groei van 1,5%. Een belangrijk deel van het aantal woningen (ruim 500) zal naar alle waarschijnlijkheid door de huidige economische situatie eerst na 2020 worden opgeleverd.

Indien deze groeicijfers op het huidige inwoneraantal in het verzorgingsgebied worden geprojecteerd, kan dit toenemen van de huidige kleine 92.000 inwoners tot ruim 96.000 in 2020.

## 2.2 Supermarktaanbod

De gemeente Tilburg beschikt over 41 supermarkten met een totale omvang van 39.712 m<sup>2</sup> wvo. Per inwoner is in Tilburg 0,19 m<sup>2</sup> wvo aan supermarktruimte beschikbaar. In vergelijking met Nederland (0,23 m<sup>2</sup> wvo) is dit aan de lage kant. Cijfermatig gaat het om een verschil van ruim 8.000 m<sup>2</sup> wvo.<sup>4</sup> Albert Heijn (inclusief AH XL) neemt een derde van het supermarktareaal voor zijn rekening, wat meer is dan in Nederland als geheel (27%). Ook Jumbo is een relatief grote keten in Tilburg (17% versus 7%), net als Emté (12% versus 3%) en Plus (11% versus 6,5%). De gemiddelde omvang van een Tilburgse supermarkt is 969 m<sup>2</sup> wvo. Indien AH XL niet wordt meegerekend ligt dit gemiddelde op 899 m<sup>2</sup> wvo. Deze gemiddelde supermarktomvang is min of meer conform het landelijk gemiddelde.

Tabel 3 Overzicht supermarkten in de gemeente Tilburg

Formule	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	Marktaandeel	Gem. unit
Albert Heijn	9.534	9	24%	1.059
Jumbo	6.723	6	17%	1.121
Emté	4.901	5	12%	980
Plus	4.387	5	11%	877
AH XL	3.736	1	9%	3.736
Aldi Markt	3.556	6	9%	593
Nettorama	2.061	2	5%	1.031
Lidl	1.630	2	4%	815
SuperdeBoer	1.132	1	3%	1.132
C1000	1.097	1	3%	1.097
Eko Plaza	375	1	1%	375
(Zelfst/nvt)	580	2	1%	290
<b>Totaal</b>	<b>39.712</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>969</b>

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner september 2011

### Supermarktstructuur verzorgingsgebied

In het verzorgingsgebied van de beoogde grootschalige supermarkt zijn 21 supermarkten gevestigd met een totale omvang van 19.472 m<sup>2</sup> wvo, waarvan 16 in Tilburg en 5 in de gemeente Goirle. De supermarktdekking in het verzorgingsgebied bedraagt 0,21 m<sup>2</sup> wvo per inwoner en ligt daarmee wat hoger dan de dekking in de gehele gemeente Tilburg, maar nog wel beneden het landelijk gemiddelde. Albert Heijn is met 3.914 m<sup>2</sup> wvo (4 vestigingen) het best vertegenwoordigd, op de voet gevolgd door Jumbo (3.540 m<sup>2</sup> wvo, 3 vestigingen). Tabel 4 toont het totale supermarktaanbod in het verzorgingsgebied, op volgorde van de reistijd in autominuten.

<sup>4</sup> Berekening: (0,23/-0,19 m<sup>2</sup> wvo)\*204.855 inwoners

Tabel 4 Supermarktaanbod in Tilburg Zuid en Goirle

Woon- plaats	Winkelgebied	Formule	Adres	M <sup>2</sup> wvo	Kassa's	Afstand in km	Reistijd in min.
Tilburg	Bebouwde kom	ALDI-Markt	Transvaalplein 45	850	4	1,2	3
„	Broekhovensew.	Jumbo	Broekhovensew. 74	1.780	16	1,9	3
„	Korvelseweg	Albert Heijn	Korvelplein 191	1.167	5	1,8	3
„	„	Nettorama	Korvelseweg 225	1.096	6	2,1	3
„	„	Zelfstandig	Korvelseweg 69	430	3	2,6	4
„	„	Lidl	Observantenhof 12	800	4	2,4	4
„	„	SuperdeBoer	Lieve Vrouwepl. 11	1.132	6	2,9	4
„	Pater vd Elsenpl.	Jumbo	Pater vd Elsenpl. 105	1.000	5	1,6	4
„	Bebouwde kom	Jumbo <sup>5</sup>	Lourdesplein 10	760	6	3,3	5
„	Centrum Tilburg	Albert Heijn	Piusplein 34	885	5	2,1	5
„	„	EkoPlaza	Schouwburggring 563	375	4	3,1	5
Goirle	Centrum Goirle	Albert Heijn	De Hovel 19	1.412	8	3,1	6
„	„	ALDI-Markt	Tilburgseweg 87	528	3	3,5	6
„	„	EMTÉ	De Hovel 16	1.370	5	3,1	6
Tilburg	Burg. vd Mortelpl.	Plus	Burg vd Mortelpl. 41	472	4	2,4	6
„	Bebouwde kom	Albert Heijn	Prof. De Moorpl. 124	450	2	4,4	7
„	Spoordk	ALDI-Markt	Spoordijk 72	557	3	4,2	7
Goirle	V. Hogendorppl.	SuperdeBoer	V. Hogendorppl. 75	842	5	4,4	8
Tilburg	Amer	C1000	Amer 13	1.097	10	3,9	8
„	Centrum Tilburg	Plus	Pieter Vreedep. 161	1.269	7	4,6	9
Riel	Bebouwde kom	Zelfstandig	Dorpstraat 25	1.200	6	5,7	10
<b>Totaal</b>		<b>21</b>		<b>19.472</b>			

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, september 2011

### Functioneren supermarkten verzorgingsgebied

De supermarkten in het verzorgingsgebied kunnen als volgt worden gekarakteriseerd:

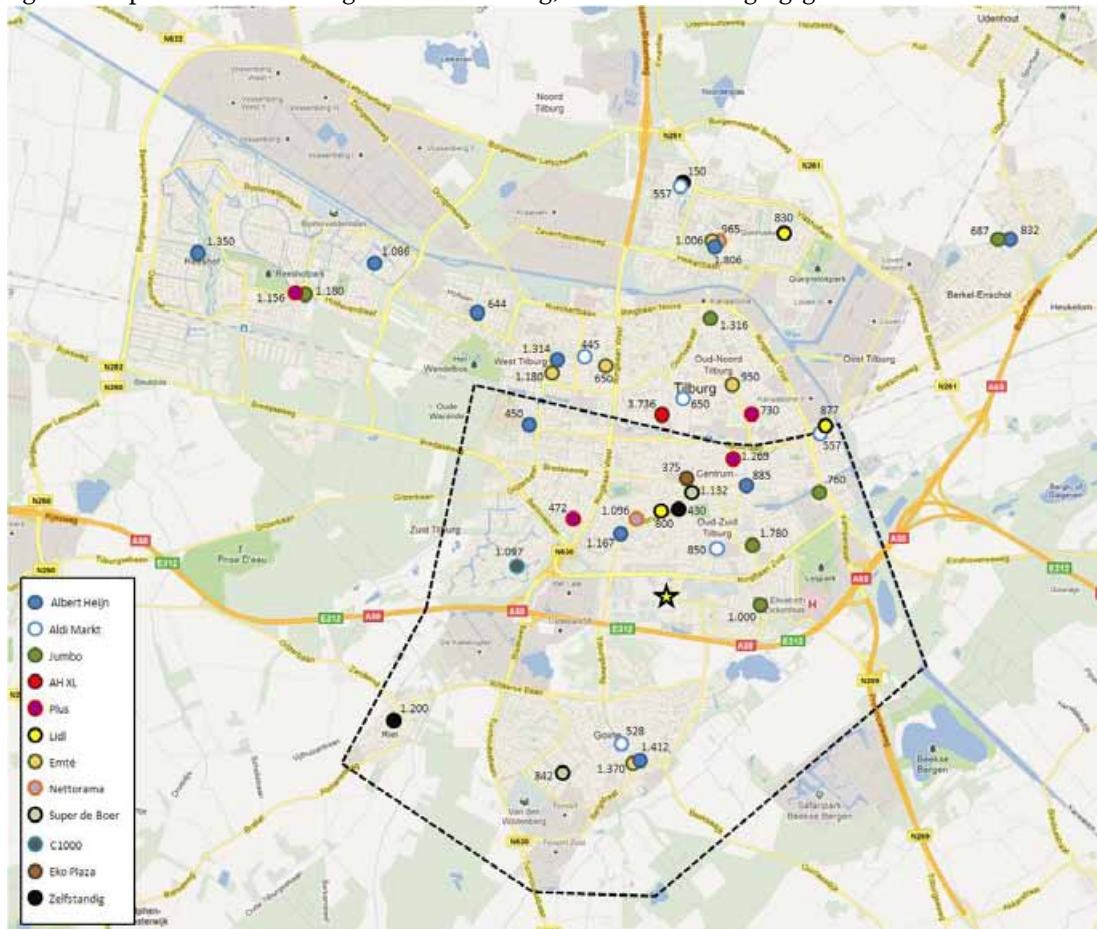
- De zeer goed functionerende Jumbo-supermarkt aan de nabijgelegen Broekhovenseweg vervult met zijn 1.780 m<sup>2</sup> wvo en 16 kassa's een verzorgingsfunctie die enigszins vergelijkbaar is met de huidige AH XL en de beoogde grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor. Ondanks het beperkte winkelvloeroppervlak, en ondanks de niet-ideale ligging en parkeersituatie is deze voormalige Lekker&Laag nog steeds een begrip in Tilburg en wijde omgeving, en weet de supermarkt klanten uit een wijde omtrek aan zich te binden.
- De drie supermarkten in en aan de rand van het Tilburgse centrum (Plus-Pieter Vreedep. 161, Albert Heijn-Piusplein en Super de Boer-Lieve Vrouweplein<sup>6</sup>) vervullen een combinatie van een buurt/wijkverzorgende functie en een convenience-functie. Het zijn typische binnenstadswinkels, met relatief weinig doelgerichte bezoekers, veel incidentele klanten en een gemiddeld laag bonbedrag. Van deze supermarkten functioneert de nieuwste, de Plus, matig, de rest functioneert goed tot zeer goed.
- De supermarkten in het langgerekte en zeker niet over de gehele lengte verwinkelde gebied Korvelseweg vervullen alle een buurt/wijkverzorgende functie, elk voor een deel van het gebied rondom de Korvelseweg. De Albert Heijn en Nettorama hebben vooral een functie voor het midden- en zuidelijk deel, de Lidl voor het middendeel en het noordelijk deel. Al deze drie supermarkten functioneren goed.
- De overige supermarkten in het verzorgingsgebied hebben een buurt-, kern- of wijkverzorgende functie. Denk aan de C1000 voor De Blaak, de Jumbo voor de wijk Groenewoud, de Emté en de Albert Heijn in De Hovel voor Goirle en de kleine Plus voor

<sup>5</sup> Deze supermarkt is medio november 2011 gesloten.

<sup>6</sup> Recent omgebouwd naar Jumbo.

de wijk Zorgvlied. Van deze supermarkten functioneert de Emté in Goirle matig, de rest functioneert redelijk tot (zeer) goed.

Figuur 5 Supermarktstructuur gemeenten Tilburg, Goirle en verzorgingsgebied



Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner september 2011, bewerking Bureau Stedelijke Planning

### Supermarktstructuur omliggend gebied

Behalve de 16 supermarkten in het verzorgingsgebied beschikt de gemeente Tilburg over 25 supermarkten in Tilburg-Noord en Tilburg-West en de kernen Berkel-Enschot en Udenhout. Bijlage 1 geeft een overzicht van deze 25 supermarkten. Bovenaan deze lijst staat, zowel qua omvang als reistijd tot het project, de AH XL aan de Jan Heijnsstraat. Op ruim 4 kilometer van de planlocatie in Nieuw Stappegoor, en net ten noorden van het spoor, ligt de tot nu toe enige supermarkt van Tilburg die groter is dan 2.000 m<sup>2</sup> vwo. Deze AH XL (3.736 m<sup>2</sup>) bedient met name het noorden en westen van Tilburg, en zal - omdat het thans de enige grootschalige supermarkt is - ook enige omzet uit het zuidelijk deel van Tilburg trekken, primair uit de binnenstad, waarvan het slechts door de spoorlijn wordt gescheiden. De overige supermarkten in het omliggende gebied zijn buurt-, wijk- of kernverzorgend van aard, en vervullen niet of nauwelijks een functie voor het verzorgingsgebied van de beoogde supermarkt in Nieuw Stappegoor.

### Relevante detailhandelsontwikkelingen

- **AaBe-complex:** Als onderdeel van het omvangrijke plan Leijpark (behelst het Tilburgse hoofdcluster voor grootschalige detailhandel met het thema 'in en rond het huis') wordt op het AaBe-complex een buurtwinkelcentrum gerealiseerd. Dit heeft een omvang van circa 5.000 m<sup>2</sup> vwo en bevat naast twee (complementaire) supermarkten ook een aantal andere functies voor dagelijkse boodschappen. Het betreft een verplaatsing (en



uitbreiding) van de bestaande supermarkt (Jumbo) aan het Lourdesplein. Deze supermarkt is per 16 november 2011 gesloten, waardoor tussen sluiting van deze supermarkt en de opening van de Jumbo op de AaBe-locatie de klanten van deze supermarkt zich op de (reeds overbelaste) Jumbo op de Broekhovenseweg moeten richten. De tweede supermarktpositie op het AaBe-complex wordt waarschijnlijk ingenomen door Lidl. Voor de relocatie annex uitbreiding wordt door de geplande woningbouw in het Piushavengebied (2.000 woningen) en de toevloeiing van consumenten als gevolg van de aanwezigheid van grootschalige detailhandel op het AaBe-complex voldoende marktruimte verwacht.

- De locatie van de **Super de Boer**-supermarkt in Goirle-Zuid zal op termijn worden herontwikkeld. Door de overname van Super de Boer zal deze supermarkt (na herontwikkeling) tevens naar een andere formule worden omgebouwd. Welke formule dat is, is nog niet bekend.
- De **Super de Boer**-supermarkt aan het Lieve Vrouweplein is inmiddels omgebouwd naar een Jumbo-supermarkt.

Planlocatie met zicht op T-Kwadraat



Bron: Bureau Stedelijke Planning

### 3 Bepaling distributieve ruimte

In dit hoofdstuk zullen de ontwikkelingsmogelijkheden van het supermarktaanbod in het verzorgingsgebied en Tilburg als geheel worden geschetst, zowel in kwantitatieve zin als in meer kwalitatieve zin. Dit doen we aan de hand van een benchmark met min of meer vergelijkbare steden als Tilburg (qua omvang, profiel en functie) en aan de hand van een distributieve berekening.

Ten aanzien van de distributieve berekening is een aantal voorbehouden op zijn plaats. De ervaring leert dat er aan een traditioneel distributieplanologisch onderzoek belangrijke bezwaren kleven indien deze wordt toegepast op een relatief grootschalig initiatief als dat op Nieuw-Stappegoor. Dat heeft te maken met het feit dat er voor een groot verzorgingsgebied wordt uitgegaan van een groot aantal aannames, zowel ten aanzien van binding als toevloeiing, als ook ten aanzien van gemiddelde bestedingen en vloerproductiviteiten. Bovendien is een distributieplanologisch onderzoek sterk kwantitatief en ook normatief van aard, en ligt bij een te strikte interpretatie van de uitkomsten van het onderzoek economisch ordenen in plaats van ruimtelijk ordenen op de loer. Door het van kracht worden van de Europese dienstenrichtlijn in 2010 is nog eens benadrukt dat alleen op grond van ruimtelijke overwegingen de ordening van winkels over een gemeente, stad of stadsdeel geoorloofd is, en niet op grond van economische overwegingen (concurrentie).

Om deze redenen hebben we (zoals vaker gebeurt bij de beoordeling van dit soort initiatieven) meervoudige analyses toegepast voor nader inzicht in de ruimtelijk-economische consequenties van het initiatief. Dit zijn een beredeneerde inschatting van het huidige functioneren van het supermarktaanbod (hoofdstuk 2), de referentie-analyse ofwel benchmark (3.1) en de effectenanalyse (hoofdstuk 4). We beginnen het hoofdstuk met de uitkomsten van de benchmark.

#### 3.1 Benchmark

In de benchmark is een selectie gemaakt van enerzijds steden die qua inwonertal vergelijkbaar zijn met het verzorgingsgebied van een grootschalige supermarkt in Nieuw Stappegoor (Alkmaar en Leeuwarden, tegen de 100.000 inwoners) en anderzijds met steden die qua inwonertal vergelijkbaar zijn met de gemeente Tilburg, te weten Eindhoven, Groningen en Nijmegen.

Tabel 5 Kerncijfers supermarkten in Benchmarksteden

Gemeente	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	Gem. grootte	Inwoners	m <sup>2</sup> wvo /1.000 inw	Winkels /1.000 inw
Alkmaar	27.120	25	1.085	93.936	289	0,27
Eindhoven	50.184	53	947	216.036	232	0,25
Groningen	45.471	46	989	189.991	239	0,24
Leeuwarden	28.272	30	942	94.838	298	0,32
Nijmegen	34.613	40	865	164.223	211	0,24
<b>TOTAAL</b>	<b>185.660</b>	<b>194</b>	<b>957</b>	<b>759.024</b>	<b>245</b>	<b>0,26</b>
<i>Tilburg</i>	<i>39.712</i>	<i>41</i>	<i>969</i>	<i>206.240</i>	<i>193</i>	<i>0,20</i>

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner september 2011; CBS Statline 2011

In vergelijking met de benchmarkplaatsen beschikt Tilburg over relatief weinig m<sup>2</sup> aan supermarkten per 1.000 inwoners. Het benchmarkgemiddelde ligt op 245 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners; Tilburg scoort 'slechts' 193. De discrepantie is vooral groot met de kleinere steden, maar geldt ook voor de qua inwonertal vergelijkbare gemeenten. Cijfermatig gaat het om een verschil van ruim 10.660 m<sup>2</sup> wvo.<sup>7</sup> Ook het aantal supermarkten is in Tilburg lager dan in de benchmarksteden: 0,20 per 1.000 inwoners versus gemiddeld 0,26.

Tabel 6 Marktaandeel naar formule, in % van het totale m<sup>2</sup> wvo

	Alkmaar	Eindhoven	Groningen	Leeuwarden	Nijmegen	Totaal	Tilburg
Albert Heijn	23%	27%	40%	19%	16%	26%	24%
AH XL	12%	13%	-	11%	19%	11%	9%
C1000	12%	11%	4%	20%	12%	11%	3%
Aldi Markt	6%	11%	12%	12%	7%	10%	9%
Lidl	14%	11%	7%	7%	7%	9%	4%
Jumbo	-	10%	12%	4%	-	6%	17%
Coop	-	-	4%	-	20%	5%	-
SuperdeBoer	5%	-	3%	13%	4%	4%	3%
Plus	11%	4%	5%	-	-	4%	11%
Overig (grootste)	17%	13%	13%	14%	15%	15%	20%
	(Deka- markt 5%)	(Netto- rama 3%)	(Super- coop 5%)	(Poiesz 11%)	(Spar 7%)	(Spar 3%)	(Emté 12%)

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner september 2011

Albert Heijn (inclusief AH XL) is in alle referentiegemeenten marktleider. Runner up is in de meeste gevallen Jumbo (2x) of Lidl (2x).

AH XL neemt in Tilburg een relatief klein marktaandeel voor zijn rekening. Dit wordt grotendeels verklaard door het feit dat zowel Eindhoven als Nijmegen over twee AH XL-vestigingen beschikken.

<sup>7</sup> Berekening: (245/ 193 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners) / 1.000 \*204.855 inwoners

Tabel 7 Supermarkten naar winkelgebiedstype

Gemeente	Hoofdwinkelgebied			Ondersteunende winkelgebieden			Verspreid en grootschalig		
	M <sup>2</sup> wvo	%*	Gem.	M <sup>2</sup> wvo	%	Gem.	M <sup>2</sup> wvo	%	Gem.
Alkmaar	2.073	8%	691	17.269	64%	1.151	7.778	29%	1.111
Eindhoven	2.429	5%	810	40.958	82%	953	6.797	14%	971
Groningen	3.385	7%	677	33.063	72%	1.140	9.023	20%	752
Leeuwarden	2.037	7%	679	15.097	53%	839	11.138	39%	1.238
Nijmegen	2.976	9%	595	27.839	80%	928	3.798	11%	760
<b>TOTAAL</b>	<b>12.900</b>	<b>7%</b>	<b>679</b>	<b>134.226</b>	<b>72%</b>	<b>994</b>	<b>38.534</b>	<b>21%</b>	<b>963</b>
<i>Tilburg</i>	<i>2.529</i>	<i>6%</i>	<i>843</i>	<i>33.198</i>	<i>84%</i>	<i>1.037</i>	<i>3.985</i>	<i>10%</i>	<i>664</i>

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner september 2011

\*Het percentage geeft per gemeente het aandeel weer van het metrage supermarktruimte in het betreffende winkelgebiedstype. De drie gebiedstypen tellen samen op tot 100%. Door afronden kan dit echter 99% of 101% zijn.

In vergelijking met de benchmarksteden beschikt Tilburg over een gemiddeld supermarktareaal in de binnenstad (het hoofdwinkelgebied), maar over een ver bovengemiddeld aandeel in ondersteunende winkelgebieden. Solitaire en op grootschalige concentraties gevestigde supermarkten zijn in Tilburg dan ook veel schaarser dan in elk van de referentiegemeenten.

Tabel 8 Grootschalige supermarkten (>2.500 m<sup>2</sup> wvo) in de benchmarksteden

	Formule	m <sup>2</sup> wvo	Kassa's	Winkelgebiedstype
Alkmaar	AH XL	3.188	16	Klein wijkcentrum
	Plus	2.900	7	Verspreid/grootschalig
	Albert Heijn	2.619	14	Stadsdeelcentrum
Eindhoven	AH XL	3.403	17	Stadsdeelcentrum
	AH XL	3.319	19	Supermarktcentrum
Groningen	Jumbo	3.740	15	Supermarktcentrum
Leeuwarden	AH XL	3.226	13	Verspreid/grootschalig
Nijmegen	AH XL	3.522	16	Klein wijkcentrum
	AH XL	3.092	14	Stadsdeelcentrum
Tilburg	AH XL	3.736	23	Klein wijkcentrum

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner september 2011

- Van de 10 grootschalige supermarkten in de referentiegemeenten zijn er 8 een Albert Heijn. Alleen in Groningen-Euroborg is een grote Jumbo; in Alkmaar een Plus.
- Opvallend genoeg beschikt Alkmaar als kleinste gemeente over de meeste grootschalige supermarkten, maar liefst 3.
- De grootste grootschalige supermarkt in deze benchmark is geen AH XL, maar de Jumbo-vestiging in voetbalstation Euroborg in Groningen, net even groter dan de AH XL in Tilburg.
- Slechts 2 van de 10 grootschalige supermarkten zijn in een ondersteunend winkelcentrum gelegen waarvan de functie gelijkwaardig is aan die van de aldaar gevestigde grootschalige supermarkten. Dat zijn de AH XL in stadsdeelcentrum De Mare in Alkmaar-Noord en de AH XL in stadsdeelcentrum Dukenburg in Nijmegen-West. Alle andere supermarkten zijn solitair of nagenoeg solitair gevestigd, en maken geen onderdeel uit van een ondersteunend winkelgebied.

### Referentie Breda: ontwikkeling megasupermarkt naast voetbalstadion

Naast het Rat Verlegh Stadion in Breda wordt het Stadionkwartier ontwikkeld. Dit is een nieuw grootstedelijke winkel- en zakencentrum waar in totaal circa 20.000 m<sup>2</sup> kantoor- en 23.000 m<sup>2</sup> aan winkelruimte wordt gerealiseerd. Een groot deel van de winkelmeters betreft herstructurering en verplaatsing van buurtcentrum De Lunet. Daarnaast is 6.000 m<sup>2</sup> gereserveerd voor de eerste megasupermarkt in Breda. In juli 2009 werd bekend dat Jumbo de strijd om invulling van de megasupermarkt had gewonnen. In april 2011 is door de gemeente Breda een bouwvergunning voor het project afgegeven.

Als tegenprestatie voor het openen van een megasupermarkt heeft de gemeente Breda Jumbo twee eisen gesteld. De eerste was de verplichting om de Super de Boer in het nabij gelegen winkelcentrum Tuinzigt om te bouwen tot Jumbo supermarkt, om het voorzieningenniveau ten westen van Breda Centrum op peil te houden. Dit is medio 2010 gebeurd. De tweede eis is dat de huidige Jumbo vestiging aan de Haagweg haar deuren sluit. In verband met detailhandelsontwikkeling gebeurt dat echter niet voordat de eerste supermarkt aan het Dr. Struyckenplein haar deuren opent.

Bron: bredavandaag.nl 7 juli 2009; 17 juli 2011.

## 3.2 Distributieve analyse

In de dagelijkse sector kan een distributieve berekening een redelijk inzicht leveren in de ontwikkelingsmogelijkheden van het aanbod. Bij een distributieve berekening zijn wel de volgende opmerkingen op zijn plaats:

- De kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden van het aanbod kunnen worden verklaard door een te verwachten groei van het bevolkingsdraagvlak, door een bovengemiddeld functioneren van het huidige aanbod en/of door een groei in ambitie: een hogere, maar wel te verantwoorden binding en toevloeiing. Ook een combinatie hiervan kan een “driver” zijn achter de ontwikkelingsmogelijkheden.
- Bij een distributieve berekening wordt een groot aantal kengetallen gehanteerd, zoals een gemiddeld bestedingscijfer, een gemiddelde vloerproductiviteit en (veelal) aannames ten aanzien van (huidige of te realiseren) koopkrachtbinding en -toevloeiing. Ook hier worden deze kengetallen gehanteerd.

Bij de distributieve berekening zijn de volgende (ken)getallen gehanteerd:

- Uit gegevens van de gemeente Tilburg blijkt dat de bevolking in de stad Tilburg tussen 2010 en 2020 naar verwachting met circa 3,5% zal groeien van 186.000 naar bijna 192.500.
- Jaarlijks geldt een bestedingscijfer van € 2.310,- per persoon in winkels in de dagelijkse sector (exclusief BTW). Dit cijfer is gebaseerd op gegevens uit het rapport ‘Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek’ van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (september 2011).
- De koopkrachtbinding is het percentage van de supermarktaankopen dat door de inwoners van Tilburg in de stad zelf wordt verricht. De koopkrachttoevloeiing is het aandeel van de omzet dat afkomstig is van inwoners van buiten de stad. Uit het onderzoek van BRO uit 2006 dat als onderlegger bij de detailhandelvisie fungeerde, blijkt dat de koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector in de stad op 98% ligt. Dit komt er op neer dat van elke euro die de Tilburger uitgeeft aan dagelijkse artikelen er 98 cent in de kassa's van de ondernemingen in de stad terecht komt. Deze binding hebben wij ongewijzigd overgenomen.

- De koopkrachttoevloeiing (het aandeel in de omzet in de dagelijkse sector dat voor rekening komt van mensen van buiten de stad Tilburg) wordt door BRO in dezelfde studie geschat op tussen de 5 en 10%. Ook dit getal hebben wij ongewijzigd overgenomen.
- De vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde winkel in de dagelijkse sector per jaar en per m<sup>2</sup> wvo omzet. Voor de dagelijkse sector wordt een vloerproductiviteit van € 7.130 gehanteerd (exclusief BTW). Ook deze cijfers zijn gebaseerd op gegevens uit het rapport 'Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (september 2011).

Op grond van deze kengetallen wordt in onderstaande tabel een marktruimteberekening gepresenteerd, zowel voor de huidige situatie als voor de situatie in 2020.

Tabel 9 Distributieve analyse dagelijkse sector Tilburg-Stad

	2010	2020
Inwoneraantal (Stad Tilburg)	185.895	192.343*
Besteding per hoofd	€ 2.310	€ 2.310
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 429	€ 454
Koopkrachtbinding	98%	98%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 421	€ 435
Koopkrachttoevloeiing	5% - 10%	5% - 10%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 22 - € 47	€ 23 - € 48
Totale bestedingen	€ 443 - € 468	€ 458 - € 484
Omvang aanbod (m <sup>2</sup> wvo)	52.834	52.834
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 7.130	€ 7.130
Haalbaar aanbod (m <sup>2</sup> wvo)	62.129 - 65.580	64.284 - 67.855
<b>Uitbreidingsruimte (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>9.295 - 12.746</b>	<b>11.450 - 15.021</b>

Bron: HBD omzetkengetallen; CBS Statline 2011; BRO 2006

\*Op basis van een bevolkingsgroei van plm. 3,5% (gemeentelijke prognose)

Uit deze berekening blijkt in Tilburg in de dagelijkse sector in de huidige situatie een marktruimte te bestaan van **ruim 9.000 tot ruim 12.500 m<sup>2</sup> wvo**. Als gevolg van een te verwachten groei van de bevolking in Tilburg neemt deze marktruimte toe tot **ruim 11.000 tot 15.000 m<sup>2</sup> wvo** in 2020. De globale aard en omvang van deze uitbreidingsruimte komt overeen met het onderzoek van BRO, dat in 2006 voor de stad Tilburg uitkwam op een uitbreidingsruimte van 7.800 tot 11.100 m<sup>2</sup> wvo in 2015.

Dit is een aanzienlijke uitbreidingsruimte, die overigens overeenkomt met onze eerdere vaststelling dat het supermarktaanbod in Tilburg gemiddeld genomen goed tot zeer goed functioneert, en met de constatering dat het aantal supermarktmeters per inwoner in Tilburg fors benedengemiddeld is.

Deze uitbreidingsruimte zal op een verantwoorde wijze over de stad en de verschillende winkelgebieden moeten worden verdeeld. Qua (harde) planvoorraad hebben we het dan over<sup>8</sup>:

- AaBe-locatie, waar maximaal 5.000 m<sup>2</sup> wvo aan winkels in de reguliere detailhandel wordt gerealiseerd, waarvan twee supermarkten met een gezamenlijke omvang van maximaal 4.000 m<sup>2</sup> wvo (2.000 m<sup>2</sup> elk). Deels gaat het (ten opzichte van de huidige situatie) om relocatie van een bestaande supermarkt (Jumbo-Lourdesplein), deels gaat het om een nieuwe supermarkt (mogelijk Lidl). De additionele toename van supermarktmeters is dus kleiner dan de 5.000 m<sup>2</sup> wvo doet vermoeden.

<sup>8</sup> Op basis van de Detailhandelsstructuurvisie Tilburg 2006.

- Wagnerplein. In het noorden van Tilburg, wordt winkelcentrum Wagnerplein uitgebreid met circa 6.800 m<sup>2</sup> wvo. Deze plannen behelzen met name de uitbreiding van de bestaande supermarkten, maar er wordt ook extra aanbod toegevoegd.
- Heijhoef. De huidige plannen voorzien in een toename van het winkelaanbod met circa 4.000 m<sup>2</sup> wvo. Dit is onder andere bestemd voor de toevoeging van een discount supermarkt.
- Paletplein. Voor dit winkelcentrum ten noordwesten van het centrum bestaan plannen om de bestaande supermarkt uit te breiden en mogelijk een tweede supermarkt (discounter of prijsvriendelijk segment) toe te voegen. Het bijbehorend uitbreidingsmetrage bedraagt 1.000 m<sup>2</sup> tot 1.500 m<sup>2</sup> wvo.

Van deze harde planvoorraad is slechts een bescheiden deel, alleen het AaBe-terrein, in Tilburg-Zuid gesitueerd. Het betreft hier deels verplaatsing van meters. Gegeven de verwachte bevolkingsgroei en de (ook hier) benedengemiddelde supermarktdekking, lijkt er voldoende ruimte te resteren voor de toevoeging van een grootschalige supermarkt.

Ter controle van deze veronderstelling is voor het verzorgingsgebied eveneens een distributieve berekening gemaakt. Deze wordt hieronder gepresenteerd. Bij deze distributieve berekening zijn de volgende kanttekeningen op zijn plaats:

- De kengetallen ten aanzien van bestedingen en vloerproductiviteiten zijn dezelfde als die voor de gemeente als geheel zijn gehanteerd.
- Vanzelfsprekend zijn voor de componenten vraag en aanbod de actuele gegevens voor het verzorgingsgebied gehanteerd. Voor de prognose van het aantal inwoners in 2020 is voor de gemeente Goirle rekening gehouden met een bevolkingsgroei van ruim 300 inwoners (conform de opgave in paragraaf 2.1) en is voor Tilburg-Zuid uitgegaan van een groei van de huidige ruim 69.000 inwoners tot ruim 73.000, een groei die ruim 6% hoger is dan de groei voor de gemeente als geheel. Voor het gehele verzorgingsgebied gaan we uit van een groei met ca. 4.500 inwoners, wat neerkomt op een groei van een kleine 5%. Voor de goede orde, dit zijn voorzichtige prognoses, waarin de effecten van de crisis reeds zijn meegenomen. Dit heeft als consequentie dat de woningbouwcontingenten over een langere periode worden uitgesmeerd, waardoor ook na 2020 sprake kan zijn van een gestage bevolkingsgroei, tot (in 2025) zo'n 7% meer dan het aantal in 2010.
- Voor wat betreft binding en toevloeiing is er voor gekozen uit te gaan van dezelfde cijfers als voor Tilburg-Stad als geheel. Bedenk overigens dat dit een zeer voorzichtige inschatting betreft, aangezien zowel de binnenstad van Tilburg als die van Goirle onderdeel uitmaken van het verzorgingsgebied, en het dus zeer aannemelijk is dat dit gebied naar verhouding meer dagelijkse omzet van buiten genereert dan de stad Tilburg als geheel. Deze voorzichtigheid is er ook doordat hiermee impliciet wordt verondersteld dat de kwantitatieve en kwalitatieve versterking van het dagelijks aanbod op de AaBe-locatie en op de locatie Nieuw Stappegoor geen positief effect zal hebben op binding en/of toevloeiing. Bij het gebruik maken van deze binding- en toevloeiingscijfers is er vanuit gegaan dat de koopstromen in de dagelijkse sector tussen Tilburg-Noord en Tilburg-Zuid en vice versa elkaar min of meer in evenwicht houden.

Tabel 10 Distributieve analyse dagelijkse sector verzorgingsgebied (Tilburg-Zuid en Goirle)

	2010	2020
Inwoneraantal	91.785	96.210
Besteding per hoofd	€ 2.310	€ 2.310
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 212	€ 222
Koopkrachtbinding	98%	98%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 208	€ 218
Koopkrachttoevloeiing	5 - 10%	5 - 10%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 11 - € 23	€ 11 - € 24
Totale bestedingen	€ 219 - € 230	€ 229 - € 242
Omvang aanbod (m <sup>2</sup> wvo)	29.471	29.471
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 7.130	€ 7.130
Haalbaar aanbod (m <sup>2</sup> wvo)	30.676 - 32.380	32.155 - 33.941
<b>Uitbreidingsruimte (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>1.205 - 2.909</b>	<b>2.684 - 4.470</b>

Uit deze berekening blijkt dat er in het verzorgingsgebied van de grootschalige supermarkt (Tilburg-Zuid en Goirle) in de dagelijkse sector in de huidige situatie een marktruimte bestaat van **ruim 1.200 tot 2.900 m<sup>2</sup> wvo**. Als gevolg van een te verwachten realistische groei van de bevolking in het verzorgingsgebied neemt deze marktruimte toe tot **een kleine 2.700 tot 4.500 m<sup>2</sup> wvo** in 2020, en daarna doorgroeiend tot **ca. 3.300 tot 5.100 m<sup>2</sup> wvo in 2025**, wanneer het aantal inwoners is gegroeid tot 98.000.

Van deze marktruimte dient de zekere komst van een cluster aan dagelijkse voorzieningen op het AaBe-terrein te worden afgetrokken. Onze inschatting is dat van de maximaal 5.000 m<sup>2</sup> wvo in het centrum hooguit 70%, zijnde maximaal 3.400 m<sup>2</sup> wvo, voor rekening zal zijn van dagelijks aanbod, zijnde een te reloceren Jumbo van ca. 1.800-2.000 m<sup>2</sup> wvo, een hard-discounter van ca. 800-1.000 m<sup>2</sup> wvo en mogelijk wat aanvullend speciaalzakenaanbod (maximaal 400 m<sup>2</sup> wvo). Het overige aanbod zal bestaan uit frequent benodigd niet-dagelijks aanbod, zoals huishoudelijke artikelen, textiel en dergelijke. Van het metrage dagelijks zal het voor ca. 2.250 – 2.650 m<sup>2</sup> wvo gaan om nieuwe meters (i.v.m. relocatie Jumbo-Lourdesplein). Hiervan uitgaande resteert tot het jaar 2020 een marktruimte van **maximaal 1.850 m<sup>2</sup> wvo** voor het accommoderen van nieuwe initiatieven in het marktgebied, groeiend tot **650 tot 2.450 m<sup>2</sup> wvo** in de periode daarna (2025). Er zit dus een zekere spanning tussen de berekende marktruimte en de omvang van het initiatief op Nieuw Stappegoor, ware het niet dat een aantal voorbehouden moet worden gemaakt. Zo is er geen rekening gehouden met het feit dat het als gevolg van de aanzienlijke kwantitatieve en kwalitatieve versterking van het aanbod in het marktgebied (AaBe-locatie en Nieuw Stappegoor) reëel is te veronderstellen dat vooral de toevloeiing substantieel kan groeien. Ook is geen rekening gehouden met het feit dat ook als het gevolg van autonome ontwikkelingen een deel van het huidige aanbod in de dagelijkse sector zal verdwijnen (denk aan autonome ontwikkelingen als de vermindering van het aantal versspeciaalzaken).

De impact van vestiging van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor (mits deze supermarkt niet te groot is gedimensioneerd) op de te realiseren vloerproductiviteiten is in de dagelijkse sector als geheel relatief beperkt (daling tot een niveau dat 5%, hooguit 10% lager ligt dan gemiddeld in deze sector). Daarbij moet bedacht worden dat in deze berekening is uitgegaan van zeer behoudende koopstromen, ondanks de aanzienlijke aanbodversterking. Indien een betere binding en hogere toevloeiing als gevolg van aanbodversterking wordt meegenomen, tenderen de vloerproductiviteiten in de dagelijkse sector na realisering van de AaBe-locatie en Nieuw Stappegoor naar het gemiddelde voor deze sector.



Op grond hiervan komen wij tot de conclusie dat met een niet te groot gedimensioneerde grootschalige supermarkt (ca. 3.200 tot 3.600 m<sup>2</sup> wvo, neerkomend op 4.000 tot 4.500 m<sup>2</sup> bvo) minder spanning ligt op de verhoudingen tussen vraag en aanbod in het verzorgingsgebied dan met een grootschalige supermarkt aan de bovenkant van het initiatief (6.000 m<sup>2</sup> bvo, ofwel 4.800 m<sup>2</sup> wvo). Deze spanning dient bovendien genuanceerd te worden met de eerder aangehaalde kanttekening bij een te strikte interpretatie van de uitkomsten van de distributieve berekening bij een initiatief als wat nu voorligt.

We zijn dan ook van mening dat het initiatief distributief inpasbaar is onder de voorwaarde dat wordt gekozen voor een niet te groot gedimensioneerde grootschalige supermarkt (ca. 3.200 tot 3.600 m<sup>2</sup> wvo, neerkomend op 4.000 tot 4.500 m<sup>2</sup> bvo).

Gegeven de opmerkingen in het begin van dit hoofdstuk is antwoord op de vraag naar de distributieve inpasbaarheid van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor echter niet compleet zonder zicht op de effecten die realisering heeft op de bestaande structuur van het dagelijks aanbod in zowel Tilburg-Zuid als Goirle. Die vraag wordt beantwoord in hoofdstuk 4.

## 4 Effectenanalyse

In dit hoofdstuk zijn de effecten geanalyseerd van de ontwikkeling van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor in Tilburg. Daarbij is onderscheid gemaakt naar positieve effecten (paragraaf 4.2) en het effect op de bestaande winkel- en supermarktstructuur in Tilburg en Goirle (paragraaf 4.3). In de eerste paragraaf is het initiatief van Synchron beschreven.

### 4.1 Beschrijving initiatief Ontwikkelingscombinatie

Uitgangspunt van de grootschalige supermarkt (4.000 m<sup>2</sup> tot 6.000 m<sup>2</sup> bvo, ofwel 3.200 m<sup>2</sup> tot 4.800 m<sup>2</sup> wvo) is een verzorgende functie voor Tilburg-Zuid en de gemeente Goirle. De bereikbaarheid is zeer goed, met een directe aansluiting op de Ringbaan-Zuid. Daarnaast zal naast de supermarkt een parkeerterrein gesitueerd zijn met 400 parkeerplaatsen.

#### **Omzetclaim en omzetherkomst**

Een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor zal indicatief een jaaromzet (moeten) realiseren van circa € 25 miljoen (in de kleine variant) tot € 37,5 miljoen (in de grote variant), waarvan het grootste deel (ca. 85%) in het supermarktassortiment en de rest (ca. 15%) in 'new business' (niet-dagelijks). Hierbij wordt uitgegaan van een omzet van € 7.800,- per m<sup>2</sup> wvo per jaar (ofwel € 150 per m<sup>2</sup> per week). Beide bedragen zijn inclusief (gemiddeld genomen 7%) BTW. De omzet per vierkante meter van een grootschalige supermarkt is iets lager dan die van een reguliere supermarkt, vanwege de schaalvoordelen die bereikt kunnen worden.

Uitgedrukt in weekomzet komt de begrote jaaromzet (inclusief BTW) neer op een omzet van circa € 480.000 (in de kleinste variant) tot € 720.000,- (in de grootste variant), waarvan respectievelijk € 410.000 tot € 610.000 (85%) aan supermarktassortiment.

Naar verwachting zal een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor globaal de volgende verdeling naar klant- en omzetherkomst kennen:

- Primair verzorgingsgebied: Tilburg-Zuid en Goirle, hier komt naar verwachting zo'n 70% van de omzet vandaan.
- De overige 30% van de omzet komt deels voor rekening van de rest van Tilburg Stad (Noord en West), deels uit de rest van Tilburg (Berkel-Enschot, Udenhout) en deels uit de (zuidelijke) regio, naar verwachting van consumenten buiten Tilburg en Goirle.

Wanneer we die 70% leggen over de omzetverwachting, dan komt dat neer op een omzet aan supermarktassortiment van € 290.000 tot € 430.000 dat voor rekening komt van de inwoners van het primaire verzorgingsgebied. Dit staat gelijk aan de totale omzetclaim van een reguliere supermarkt van ca. 1.700 tot 2.600 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak, die de genoemde omzet veelal uit een veel kleiner gebied moet zien te genereren dan een in oppervlak, assortiment en bereikbaarheidsprofiel onderscheidende supermarkt.

### 4.2 (Economische) effecten

#### **Economische impuls voor de gemeente en regio**

De ontwikkeling van een grootschalige supermarkt op Nieuw Stappegoor zal een aanzienlijke economische impuls geven:

- Tijdelijke effecten. Gedurende de realisatie van de supermarkt ontstaat tijdelijke werkgelegenheid, met name bij de bouwnijverheid. Maatgevend voor de bepaling van deze tijdelijke (project)effecten zijn de stichtings- en overige (inrichtings)kosten. Dit zijn waarschijnlijk circa honderd arbeidsjaren.
- Structurele effecten. Realisatie van een grootschalige supermarkt op Nieuw Stappegoor levert naar verwachting een structurele omzetimpuls op van circa € 25 tot € 38 miljoen, met een directe werkgelegenheid van 250 arbeidsplaatsen en ook nog indirecte (bij toeleverende bedrijven) werkgelegenheid. Deze banen zijn niet volledig additioneel, zie ook de volgende paragraaf. Een deel betreft verplaatsing van werkgelegenheid binnen Tilburg, een ander deel verplaatsing vanuit de regio en naar Tilburg vanwege gewijzigde kooporiëntaties.

### **Uitstralingseffecten**

Naast de genoemde kwantitatieve economische effecten zal het project ook andere effecten hebben die lastig zijn te kwantificeren en moeilijk onder een noemer te brengen zijn. Dit zijn zogenaamde uitstralingseffecten. Relevant zijn onder meer:

- Impuls lokale middenstand. De lokale middenstand (denk aan winkeliers, brandstofverkooppunten, grootschalige leisure-activiteiten, horeca) profiteert van de traffic die de nieuwe supermarkt op Nieuw Stappegoor genereert.
- Structuurversterking. Een grootschalige supermarkt zal leiden tot een verdere bestendiging van Tilburg als regioplaats en de locatie Nieuw Stappegoor als concentratie van grootschalige leisure-, sport- en onderwijsvoorzieningen. Dit als gevolg van:
  - Een grote, deels nieuwe klantenstroom. Een grootschalige supermarkt trekt circa 15-20.000 klanten per week;
  - Een aanzienlijke impuls in bestedingen en werkgelegenheid;
  - Een hogere koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing niet alleen in de dagelijkse, maar ook in de niet-dagelijkse sector;
  - Een betere spreiding van bezoekers gedurende de week en de avonduren. Een grootschalige supermarkt genereert ook in het begin van de week en in de avonduren een gestage klantenstroom;
- Investeringsvermogen. De grootschalige supermarkt is een belangrijke (financiële) drager voor het project Nieuw Stappegoor.
- Katalysator nieuwe investeringen. Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de directe projectomgeving en ver daarbuiten.

## **4.3 Effecten op de winkel- en supermarktstructuur**

Uiteraard gaat de komst van een nieuwe grootschalige supermarkt deels ten koste van zittende winkeliers. Omdat de omzetclaim van een nieuwe grootschalige supermarkt overwegend een claim is in de dagelijkse bestedingen, treft het vooral het bestaande supermarktaanbod, en daar waar de supermarkt in een winkelgebied gesitueerd is tevens de omliggende speciaalzaken.

Voor een grootschalige supermarkt wordt voor het supermarktassortiment een weekomzet van € 410.000 tot € 610.000 verwacht, afhankelijk van de maatvoering van de nieuwe supermarkt. Ruim 70% van de omzet zal afkomstig zijn uit Tilburg-Zuid en Goirle, oftewel € 290.000 tot € 430.000.

Uit eerdere studies van Bureau Stedelijke Planning en de ervaringsgegevens bij eerdere vestigingen van grootschalige supermarkten zijn de volgende conclusies te trekken:

- De helft van de omzet (in dit geval dus circa € 150.000 tot ruim € 200.000) is te traceren bij supermarkten in de directe omgeving (tot circa 10 autominuten, waarbij in dit geval het primaire verzorgingsgebied kan worden beschouwd). Dit komt neer op ongeveer 4-7%

van de totale supermarktomzet in het primaire gebied, uitgaande van een gemiddelde vloerproductiviteit van € 160,- per m<sup>2</sup> wvo per week van de bestaande supermarkten (inclusief harddiscount). Deze effecten treden echter niet in gelijke mate over het verzorgingsgebied op. Er zullen substantiële verschillen zijn, afhankelijk van factoren als afstand en functie-overlap. Daarover straks meer.

- Een kwart van de omzet (dus circa € 75.000 tot € 100.000) is zeer versnipperd (en daarmee nauwelijks te traceren), afkomstig van allerhande kanalen: van supermarkten in de wijde omgeving, tot warenhuizen, winkels in benzinestations, drogisterijen, slijterijen en versspeciaalzaken.
- Voor een kwart (dus circa € 75.000 tot € 100.000) treedt marktverruiming op. Dit is dus op te vatten als additionele omzet, die niet ten koste gaat van de gevestigde aanbieders.

Belangrijk is voorts te vermelden dat de effecten van de groei van het inwonerspotentieel hierin niet zijn verdisconteerd. Omdat deze in het verzorgingsgebied substantieel is, zal dit een belangrijk dempend effect hebben op de hierboven geschetste impact, zeker voor de supermarkten die sterk van de groei van het bevolkingspotentieel zullen profiteren.

De mate van verdringing voor individuele supermarkten en winkelgebieden hangt vooral af van:

- Overlap in formule en functie: hoe meer gelijkenis met het format en overlap in functie (metrage, formule, prijsstelling, doelgroep), hoe groter het effect. Weinig formules zijn overigens in staat om een grootschalige supermarkt van 3.200 tot 4.800 m<sup>2</sup> wvo succesvol in te vullen. Albert Heijn (AH XL) en Jumbo hebben bewezen dergelijke formats succesvol in de markt te kunnen zetten. Beide ketens zijn sterk expansief en al prominent vertegenwoordigd in het marktgebied met meerdere vestigingen. Albert Heijn exploiteert bovendien al een AH XL aan de Jan Heijnsstraat. Invulling van de locatie Nieuw Stappegoor met een grote Albert Heijn of Jumbo zal door een verdere netwerkverdichting nadrukkelijk de eigen winkels kannibaliseren. Ook andere formules als Hoogvliet en Dirk van den Broek hebben grote supermarkten, maar hebben meer moeite om deze winkels rendabel te exploiteren. Een nieuwe formule zal grotere effecten hebben op de bestaande structuur dan een al in het verzorgingsgebied gevestigde formule.
- Verplaatsing en/of uitbreiding dan wel een nieuwe vestiging. In aansluiting hierop speelt mee of het een verplaatsing dan wel nieuwe vestiging betreft. Bij een verplaatsing is de additionele omzetclaim beperkter dan die van een nieuwe winkel. Immers, een belangrijk deel van de omzet van de te verplaatsen winkel wordt meegenomen.
- Overlap in verzorgingsgebied en afstand tot de nieuwe supermarkt: hoe groter de overlap, des te groter het effect. De afstand (in kilometers) tussen het project en de betreffende supermarkt is vaak maatgevend. Buiten de 10 autominuten is het effect verwaarloosbaar.
- Het functioneren van de betreffende supermarkt: naarmate een supermarkt beter functioneert, zal de relatieve verdringing geringer zijn en ook minder sterk worden gevoeld. Supermarkten die al matig of slecht functioneren, lopen echter een groter gevaar onvoldoende perspectief te hebben, gesteld dat er sprake is van overlap in functie, verzorgingsgebied en formule.

Met dit in het achterhoofd wordt in de volgende tabel de supermarkten, alle gevestigd in het primaire verzorgingsgebied, getoond die in meer of mindere mate effect kunnen ondervinden van de komst van een grootschalige supermarkt. In deze tabel is aangegeven hoe deze supermarkten momenteel functioneren.

Tabel 11 Huidig functioneren supermarktaanbod in Tilburg Zuid en Goirle

Woon- plaats	Winkelgebied	Formule	Adres	M <sup>2</sup> wvo	Afstand in km	Functioneren
Tilburg	Bebouwde kom	ALDI-Markt	Transvaalplein 45	850	1,2	Goed
„	Broekhovensew.	Jumbo	Broekhovensew. 74	1.780	1,9	Zeer goed
„	Korvelseweg	Albert Heijn	Korvelplein 191	1.167	1,8	Goed
„	„	Nettorama	Korvelseweg 225	1.096	2,1	Goed
„	„	Zelfstandig	Korvelseweg 69	430	2,6	N.v.t.
„	„	Lidl	Observantenhof 12	800	2,4	Goed
„	„	SuperdeBoer	Lieve Vrouwepl. 11	1.132	2,9	Goed
„	Pater vd Elsenpl.	Jumbo	Pater vd Elsenpl. 105	1.000	1,6	Redelijk
„	Bebouwde kom	Jumbo	Lourdesplein 10	760	3,3	Gesloten
„	Centrum Tilburg	Albert Heijn	Piusplein 34	885	2,1	Goed
„	„	EkoPlaza	Schouwburgring 563	375	3,1	n.v.t.
Goirle	Centrum Goirle	Albert Heijn	De Hovel 19	1.412	3,1	Goed
„	„	ALDI-Markt	Tilburgseweg 87	528	3,5	Goed
„	„	EMTÉ	De Hovel 16	1.370	3,1	Matig
Tilburg	Burg. vd Mortelpl.	Plus	Burg vd Mortelpl. 41	472	2,4	Redelijk
„	Bebouwde kom	Albert Heijn	Prof. De Moorpl. 124	450	4,4	Redelijk
„	Spoordk	ALDI-Markt	Spoordijk 72	557	4,2	Goed
Goirle	V. Hogendorppl.	SuperdeBoer	V. Hogendorppl. 75	842	4,4	Goed
Tilburg	Amer	C1000	Amer 13	1.097	3,9	Zeer goed
„	Centrum Tilburg	Plus	Pieter Vreedepl. 161	1.269	4,6	Matig
Riel	Bebouwde kom	Zelfstandig	Dorpstraat 25	1.200	5,7	Goed
<b>Totaal</b>		<b>21</b>		<b>19.472</b>		

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, september 2011

Van de 20 supermarkten in het verzorgingsgebied (exclusief de gesloten Jumbo) functioneren er momenteel zo'n 12 tot 13 (60-65%) goed tot zeer goed, dat wil zeggen dat ze een (ruim) bovengemiddelde vloerproductiviteit realiseren. De best presterende supermarkten in het verzorgingsgebied zijn de Jumbo op de Broekhovenseweg en de C1000 in de Amer. De meeste overige supermarkten presteren redelijk (rond of net onder de gemiddelde vloerproductiviteit), een enkeling matig (Plus in het centrum van Tilburg, Emté in het centrum van Goirle).

Van de 15 in Tilburg gevestigde supermarkten maakt het merendeel deel uit van een winkelgebied die in het gemeentelijk beleid als onderdeel van de winkelstructuur wordt gezien. Dat zijn:

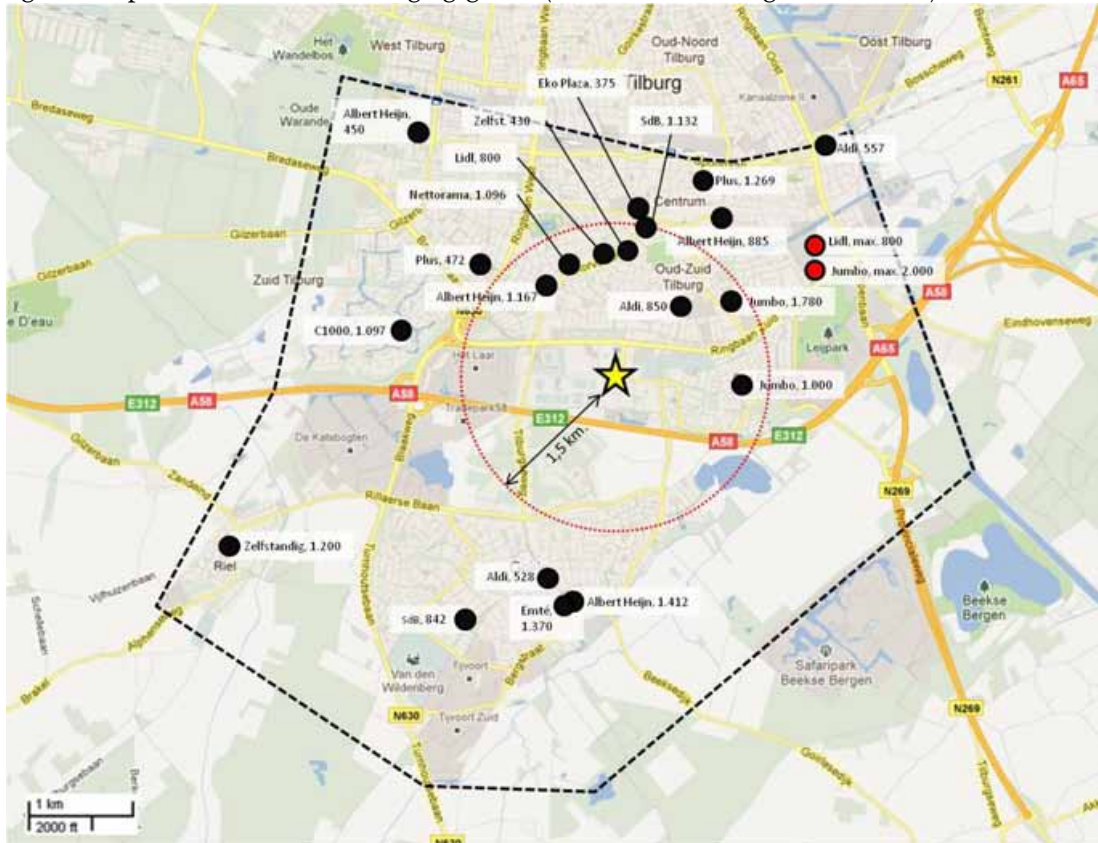
- Albert Heijn, Nettorama, Jumbo, Lidl en een kleine zelfstandige in het winkelgebied Korvelseweg (groot wijkcentrum);
- Jumbo op het Pater van den Elsenplein (buurtcentrum);
- C1000 in de Amer (buurtcentrum);
- Plus, EkoPlaza en Albert Heijn in het centrum (hoofdwinkelgebied);
- Plus op het Burgemeester van de Mortelplein (buurtcentrum);
- Jumbo op de Broekhovenseweg (buurtcentrum).

Van de supermarkten in Goirle zijn er vier in een winkelgebied gevestigd, alleen De Boerenschuur in Riel is dat niet.

Uit dit overzicht blijkt al dat de functie en maatvoering van de supermarkt niet in lijn hoeft te zijn met het (veronderstelde) functieniveau van het winkelgebied. Enerzijds zijn er supermarkten in een buurtcentrum die een fors bovenwijkse, zelfs bovenlokale

functie vervullen (Jumbo-Broekhovensweg) en zijn er supermarkten in een buurtcentrum die een zeer stevige wijkfunctie vervullen (C1000 in de Amer). Anderzijds hebben de vier supermarkten die verspreid gevestigd zijn over het langgerekte grote wijkcentrum Korvelseweg meer een buurtverzorgende functie voor elk een deel van de wijk dan dat ze een stevige wijkfunctie vervullen.

Figuur 6 Supermarkten in het verzorgingsgebied (inclusief toekomstige AaBe-locatie)



Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, september 2011; Kaart: Google Maps, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Op grond van de combinatie van overlap in functie, afstand en het huidige functioneren van de supermarkten kan een gefundeerde inschatting worden gemaakt van de omzeteffecten die de supermarkten in het verzorgingsgebied zullen ondervinden als gevolg van de komst van een grootschalige supermarkt op Stappendoor. Hierbij is uitgegaan van een supermarkt van ca. 3.200 tot 3.600 m<sup>2</sup> wvo. Eerder is verondersteld dat bij deze maatvoering ca. € 150.000 van de wekelijkse omzet van deze supermarkt voor rekening zal komen van verlies van de supermarkten in het verzorgingsgebied. Dit verlies van omzet laat zich indicatief als volgt verdelen over de verschillende aanbieders (zie de volgende tabel).

Tabel 12 Effect supermarkt Stappegoor op omzet supermarkten in Tilburg Zuid en Goirle

Woon- plaats	Winkelgebied	Formule	Adres	M <sup>2</sup> wvo	Afstand in km	Functioneren	Effect op omzet
Tilburg	Bebouwde kom	ALDI-Markt	Transvaalplein 45	850	1,2	Goed	< 2%
„	Broekhovensew.	Jumbo	Broekhovensew. 74	1.780	1,9	Zeer goed	5-10%
„	Korvelseweg	Albert Heijn	Korvelplein 191	1.167	1,8	Goed	2-5%
„	„	Nettorama	Korvelseweg 225	1.096	2,1	Goed	2-5%
„	„	Zelfstandig	Korvelseweg 69	430	2,6	N.v.t.	<2%
„	„	Lidl	Observantenhof 12	800	2,4	Goed	<2%
„	„	SuperdeBoer	Lieve Vrouwepl. 11	1.132	2,9	Goed	<2%
„	Pater vd Elsenpl.	Jumbo	Pater vd Elsenpl. 105	1.000	1,6	Redelijk	2-5%
„	Bebouwde kom	Jumbo	Lourdesplein 10	760	3,3	Gesloten	n.v.t.
„	Centrum Tilburg	Albert Heijn	Piusplein 34	885	2,1	Goed	<2%
„	„	EkoPlaza	Schouwburggring 563	375	3,1	n.v.t.	<2%
Goirle	Centrum Goirle	Albert Heijn	De Hovel 19	1.412	3,1	Goed	<2%
„	„	ALDI-Markt	Tilburgseweg 87	528	3,5	Goed	<2%
„	„	EMTÉ	De Hovel 16	1.370	3,1	Matig	<2%
Tilburg	B. vd Mortelpl.	Plus	Burg vd Mortelpl. 41	472	2,4	Redelijk	<2%
„	Bebouwde kom	Albert Heijn	Prof. De Moorpl. 124	450	4,4	Redelijk	<2%
„	Spoordk	ALDI-Markt	Spoordijk 72	557	4,2	Goed	<2%
Goirle	V. Hogendorppl.	SuperdeBoer	V. Hogendorppl. 75	842	4,4	Goed	<2%
Tilburg	Amer	C1000	Amer 13	1.097	3,9	Zeer goed	<2%
„	Centrum Tilburg	Plus	Pieter Vreedepl. 161	1.269	4,6	Matig	<2%
Riel	Bebouwde kom	Zelfstandig	Dorpstraat 25	1.200	5,7	Goed	<2%
<b>Totaal</b>		<b>21</b>		<b>19.472</b>			

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, september 2011

De omzeteffecten van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor zullen naar verwachting het grootst zijn voor de Jumbo op de Broekhovenseweg, omdat deze supermarkt een vergelijkbare functie vervult, en op korte afstand is gelegen. De verwachting is dat deze supermarkt ongeveer een-derde van het totale omzetverlies van ongeveer € 150.000 in het verzorgingsgebied voor zijn rekening zal nemen, vanzelfsprekend afhankelijk van de supermarktformule op Nieuw Stappegoor. Zelfs met een dergelijk omzetverlies functioneert Jumbo op de Broekhovenseweg sterk bovengemiddeld.

Daarnaast is er ook een omzeteffect voor de supermarkten op het zuidelijk deel van de Korvelseweg (Albert Heijn en Nettorama), en voor de supermarkt aan het Pater van den Elsenplein (Jumbo) te verwachten. Deze supermarkten zijn weliswaar op relatief korte afstand van Nieuw Stappegoor gevestigd (1,5 tot 2 kilometer), maar vervullen een wezenlijk andere functie (meer wijkverzorgend, groter aandeel voet- en fietsklanten). In alle andere gevallen is sprake van een te verwaarlozen effect, ook voor de centra van Goirle (op ruim 3 kilometer) en de nieuwe dagelijkse concentratie op de AaBe-locatie (eveneens op ca. 3 kilometer). Ook voor de andere supermarkten is het omzetverlies zodanig dat het niet van invloed is op het toekomstperspectief.

Van duurzame ontwrichting is in geen van de genoemde centra sprake. Het is niet uitgesloten dat er dagelijkse winkelmeters verdwijnen, maar dit zijn in de regel meters met onvoldoende toekomstperspectief, ook in autonome zin. De totale structuur wordt door het initiatief juist versterkt.

Een belangrijke demping van de omzeteffecten treedt op wanneer de supermarkt in Nieuw Stappegoor niet een compleet nieuwe vestiging is, maar een relocatie betreft van een bestaande supermarkt, bijvoorbeeld van Albert Heijn of Nettorama aan de Korvelseweg of van de Jumbo aan de Broekhovenseweg. Dit zijn bovendien de supermarktformules die in staat zijn een grootschalige supermarkt te exploiteren. In geval van relocatie wordt er omzet overgeheveld, en is het effect op de bestaande supermarkten kleiner. Voordeel van dit scenario is bovendien dat een dergelijke ontwikkeling de weg vrijmaakt voor een toekomstbestendiger verzorgingsstructuur (een meer levensvatbare situatie met drie in plaats van vier volwaardige supermarkten in winkelgebied Korvelseweg, en een opwaardering van het hart van dit winkelgebied, of het vertrek van een primair solitair functionerende, veel autoverkeer aantrekkende supermarkt op een planologisch niet-ideale locatie, op de locatie Broekhovenseweg).

Tot slot, Goudappel Coffeng heeft in 2005 door middel van acht cases de effecten van grootschalige supermarkten op de buurt- en wijkwinkelstructuur in kaart gebracht. De belangrijkste conclusie is dat er geen versturende invloed van grootschalige supermarkten op de direct omliggende buurt- en wijkwinkelstructuur is waargenomen:

- Ten eerste is er geen structurele afname van noch het aantal dagelijkse winkels noch het winkelvloeroppervlak geconstateerd.
- Ten tweede blijkt uit de casestudies dat er investeringsbereidheid in de buurt- en wijkcentra aanwezig is, waardoor presentatie en uitstraling van de winkelgebieden over het algemeen geen verval vertonen.

Los van deze constatering is er een algemene trend gaande dat buurtcentra en in mindere mate kleinere wijkcentra kampen met verminderde aantrekkingskracht. Het ligt in de lijn der verwachting dat een aantal kleinere, slecht functionerende supermarkten en winkelgebieden in de gemeente Tilburg in de toekomst zal verdwijnen. Dit is een autonome trend, overigens ook herkend in de gemeentelijke detailhandelsstructuurvisie, die ook optreedt zonder de vestiging van een grootschalige supermarkt, maar wel wordt versneld. Daarmee verdwijnen in de regel niet toekomstbestendige meters. De totale structuur wordt echter juist versterkt. De ontwikkeling van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor leidt geenszins tot duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur in Tilburg of Goirle.



## 5 Samenvatting en conclusies

In Nieuw Stappegoor, in het zuiden van Tilburg, worden sport en uitgaan geïntegreerd in één moderne en hoogwaardige leefomgeving. Een aantal planonderdelen is reeds gerealiseerd, zoals de Ireen Wüst Ijsbaan, onderdeel van sportcomplex T-kwadraat, en de megabioscoop Euroscop. Het ontwikkelende Consortium Nieuw Stappegoor bv (bestaande uit Bouwfonds Ontwikkeling bv, Crapts Projektontwikkelingsmaatschappij bv en Synchroon bv) en de gemeente Tilburg zoeken momenteel naar planoptimalisatie. Uitbreiding van het commercieel programma is wenselijk, zo niet noodzakelijk. Eén van de opties is een grootschalige supermarkt van circa 4.000 m<sup>2</sup> bvo tot maximaal 6.000 m<sup>2</sup> bvo.

Het Consortium wil graag voor de locatie Nieuw Stappegoor de uitkomsten van een onafhankelijk onderzoek presenteren, waarin de motivatie en de effecten van de toevoeging van een grootschalige supermarkt centraal staan. Dit onderzoek, dat is uitgevoerd door Bureau Stedelijke Planning, geeft antwoord op de volgende vragen:

- Is er behoefte aan een grootschalige supermarkt in het marktgebied? Welke randvoorwaarden ten aanzien van locatie en project (ligging, bereikbaarheid, parkeren) horen hierbij? Welke supermarktformules komen hiervoor in beeld? En voldoet de locatie Nieuw Stappegoor voor een dergelijke supermarkt?
- Wat is de beoogde functie en het verzorgingsgebied van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor, welke omzetclaim hoort hierbij en wat is de verwachting ten aanzien van de lokale en regionale herkomst daarvan? Wat betekent, met andere woorden, een grootschalige supermarkt voor bestaande boodschappenoriëntaties?
- Wat zijn de effecten in termen van direct en afgeleide omzet en werkgelegenheid, en uitstralingseffecten (onder meer op de verdere ontwikkeling van Nieuw Stappegoor)?
- Wat is het effect van een supermarkt op deze locatie op de bestaande ruimtelijke structuur van de detailhandel in Tilburg en de randgemeenten?

In dit samenvattende hoofdstuk worden de antwoorden op deze vragen gepresenteerd.

Grootschalige supermarkten zijn in Nederland aan een opmars bezig, en voorzien in de behoefte van de consument eens per week of per twee weken met de auto bulkboodschappen te doen. In dit type supermarkten komt men over het algemeen veel minder frequent, maar wel van grotere afstand, en besteedt men per bezoek meer dan in de reguliere supermarkten. Uit het onderzoek blijkt dat een grootschalige supermarkt in de Nederlandse verhoudingen een verzorgingsgebied heeft van zo'n 80.000 tot 100.000 mensen. In Tilburg is sinds jaar en dag één grootschalige supermarkt gevestigd, te weten de Albert Heijn XL aan de Jan Heijnsstraat, net ten noorden van het spoor. Deze supermarkt (ruim 3.700 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) vervult primair een rol voor het deel van Tilburg ten noorden van de spoorlijn, een gebied waar ruim 110.000 mensen wonen. Door de barrière van de spoorlijn is de functie van deze supermarkt voor Tilburg-Zuid, mogelijk met uitzondering van het centrum, beperkt. De locatie Nieuw Stappegoor heeft de kwaliteiten om in aanvulling op het bestaande netwerk van buurt- en wijkcentra een grootschalige supermarkt te accommoderen. De kwaliteiten van deze locatie zitten hem in de centrale ligging in het verzorgingsgebied (Tilburg-Zuid en Goirle), in de ligging direct op de Ringbaan-Zuid, en daarmee goed bereikbaar voor de inwoners in het verzorgingsgebied, en in de combinatie met functies die reeds een sterk bovenlokaal karakter hebben (ijsbaan, megabioscoop). Het gehele verzorgingsgebied ligt binnen de 10 minuten auto-afstand van de planlocatie.

Bij de beoordeling van de distributieve inpasbaarheid van het initiatief is een aantal voorbehouden op zijn plaats. De ervaring leert dat er aan een traditioneel distributieplanologisch onderzoek belangrijke bezwaren kleven indien deze wordt toegepast op een relatief grootschalig initiatief als dat op Nieuw-Stappegoor. Dat heeft te maken met het feit dat er voor een groot verzorgingsgebied wordt uitgegaan van een groot aantal aannames, zowel ten aanzien van binding als toevloeiing, als ook ten aanzien van gemiddelde bestedingen en vloerproductiviteiten. Bovendien is een distributieplanologisch onderzoek sterk kwantitatief en ook normatief van aard, en ligt bij een te strikte interpretatie van de uitkomsten van het onderzoek economisch ordenen in plaats van ruimtelijk ordenen op de loer. Om die reden hebben we (zoals vaker gebeurt bij de beoordeling van dit soort initiatieven) meervoudige analyses toegepast voor nader inzicht in de ruimtelijk-economische consequenties van het initiatief. Dit zijn een beredeneerde inschatting van het huidige functioneren van het supermarktaanbod (hoofdstuk 2), de referentie-analyse ofwel benchmark (in paragraaf 3.1) en de effectenanalyse (hoofdstuk 4).

Op het niveau van de gemeente als geheel is er voldoende marktruimte om een nieuwe ontwikkeling op de locatie Nieuw Stappegoor mogelijk te maken, zelfs met medeneming van de harde planvoorraad in de gemeente. Uit een berekening van de marktruimte in Tilburg blijkt dat in de dagelijkse sector in de huidige situatie een marktruimte bestaat van ongeveer 9.300 tot 12.700 m<sup>2</sup> wvo. Als gevolg van een te verwachten groei van de bevolking in Tilburg neemt deze marktruimte toe tot ongeveer 11.500 tot 15.000 m<sup>2</sup> wvo in 2020. De globale aard en omvang van deze uitbreidingsruimte komt overeen met het onderzoek van BRO, dat in 2006 in het kader van de detailhandelsvisie voor de stad Tilburg uitkwam op een uitbreidingsruimte van 7.800 tot 11.100 m<sup>2</sup> wvo in 2015. Dit is een aanzienlijke uitbreidingsruimte, die overigens overeenkomt met onze eerdere vaststelling dat het supermarktaanbod in Tilburg gemiddeld genomen goed tot zeer goed functioneert, en met de constatering dat het aantal supermarktmeters per inwoner in Tilburg en in het verzorgingsgebied (fors) benedengemiddeld is.

Voor de volledigheid is tevens een marktruimteberekening gemaakt voor het verzorgingsgebied. Deze toonde aan dat ook in Tilburg-Zuid en Goirle, zij het minder dan in Tilburg-Noord en -West, sprake is van substantiële ontwikkelingsmogelijkheden. Deze mogelijkheden zijn groter dan die reeds op de AaBe-locatie worden gefaciliteerd. Wel is het zo dat er enige spanning is tussen de marktruimte na realisering van de AaBe-locatie en de omvang van het initiatief op Nieuw Stappegoor. Op grond hiervan komen wij tot de conclusie dat met een niet te groot gedimensioneerde grootschalige supermarkt (ca. 3.200 tot 3.600 m<sup>2</sup> wvo, neerkomend op 4.000 tot 4.500 m<sup>2</sup> bvo) minder spanning ligt op de verhoudingen tussen vraag en aanbod in het verzorgingsgebied dan met een grootschalige supermarkt aan de bovenkant van het initiatief (6.000 m<sup>2</sup> bvo, ofwel 4.800 m<sup>2</sup> wvo). Deze spanning dient bovendien genuanceerd te worden met de eerder aangehaalde kanttekening bij een te strikte interpretatie van de uitkomsten van de distributieve berekening bij een initiatief als wat nu voorligt.

We zijn dan ook van mening dat het initiatief distributief inpasbaar is onder de voorwaarde dat wordt gekozen voor een niet te groot gedimensioneerde grootschalige supermarkt. Voorts moet aangetekend worden dat er in de marktruimteberekening geen rekening is gehouden met het feit dat als gevolg van de aanzienlijke kwantitatieve en kwalitatieve versterking van het aanbod in het marktgebied (AaBe-locatie en Nieuw Stappegoor) het reëel is te veronderstellen dat vooral de toevloeiing in het marktgebied substantieel kan groeien. Met de groei daarvan wordt de spanning tussen marktruimte en de omvang van het initiatief snel kleiner.

Ook kwalitatief past een grootschalige supermarkt in Tilburg-Zuid, geredeneerd vanuit de behoeften van de consument aan een laagdrempelige, voor auto's goed bereikbare en voor bulkboodschappen goed geoutilleerde supermarkt. Deze functie wordt nu immers uitgeoefend door de Jumbo aan de Broekhovenseweg, die op een suboptimale locatie (niet aan de hoofdinfrastructuur) en onder suboptimale randvoorwaarden (te klein, te weinig parkeren) een functie vervult die enigszins vergelijkbaar is met de AH XL aan de Jan Heijnsstraat, maar dan voor de inwoners van Tilburg-Zuid en de regio.

Los van de uitkomsten van de marktruimteberekening betekent een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor dat het initiatief omzeteffecten heeft op het bestaande aanbod in de dagelijkse sector. De grootschalige supermarkt zal immers indicatief een jaaromzet (moeten) realiseren van (afhankelijk van de omvang) circa € 25 miljoen (bij een supermarkt van 4.000 m<sup>2</sup> bvo) tot € 37,5 miljoen (bij een supermarkt van 6.000 m<sup>2</sup> bvo), waarvan het grootste deel (ca. 85%) in het supermarktassortiment en de rest (ca. 15%) in 'new business' (niet-dagelijks).

Uit eerdere studies van Bureau Stedelijke Planning en de ervaringsgegevens bij eerdere vestigingen van grootschalige supermarkten zijn de volgende conclusies te trekken:

- De helft van de weekomzet (in dit geval dus circa € 150.000 tot ruim € 200.000) is te traceren bij supermarkten in de directe omgeving (tot circa 10 autominuten, waarbij in dit geval het primaire verzorgingsgebied kan worden beschouwd). Dit komt neer op ongeveer 4-7% van de totale supermarktomzet in het primaire gebied, uitgaande van een gemiddelde vloerproductiviteit van € 160,- per m<sup>2</sup> wvo per week van de bestaande supermarkten (inclusief harddiscount). Deze effecten treden echter niet in gelijke mate over het verzorgingsgebied op. Er zullen substantiële verschillen zijn, afhankelijk van factoren als afstand en functie-overlap.
- Een kwart van de omzet (dus circa € 75.000 tot € 100.000) is zeer versnipperd (en daarmee nauwelijks te traceren), afkomstig van allerhande kanalen: van supermarkten in de wijde omgeving, tot warenhuizen, winkels in benzinestations, drogisterijen, slijterijen en versspecialzaken.
- Voor een kwart (dus circa € 75.000 tot € 100.000) treedt marktverruiming op. Dit is dus op te vatten als additionele omzet, die niet ten koste gaat van de gevestigde aanbieders.

Hierin zijn de effecten van de groei van het inwonerspotentieel niet verdisconteerd. Omdat deze in het verzorgingsgebied substantieel is, zal dit een dempend effect hebben op de hierboven geschetste impact.

De mate van verdringing voor individuele supermarkten en winkelgebieden hangt vooral af van:

- Overlap in verzorgingsgebied en functie: hoe groter de overlap, des te groter het effect. De afstand (in kilometers) tussen het project en de betreffende supermarkt is vaak maatgevend.
- Overlap in formule: hoe groter de overlap in prijs-servicegraad-perceptie, des te groter het effect.
- Het functioneren van de betreffende supermarkt: naarmate een supermarkt beter functioneert, zal de relatieve verdringing geringer zijn en ook minder sterk worden gevoeld. Supermarkten die al matig of slecht functioneren, lopen echter een groter gevaar onvoldoende perspectief te hebben, gesteld dat sprake is van overlap in functie, verzorgingsgebied en formule.

De omzeteffecten van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor zullen het grootst zijn voor de Jumbo op de Broekhovenseweg, omdat deze supermarkt een vergelijkbare functie vervult, en op korte afstand is gelegen. De verwachting is dat

deze supermarkt ongeveer een-derde van het totale omzetverlies van ongeveer € 150.000 in het verzorgingsgebied voor zijn rekening zal nemen, vanzelfsprekend afhankelijk van de supermarktformule op Nieuw Stappegoor. Zelfs met een dergelijk omzetverlies functioneert Jumbo op de Broekhovenseweg sterk bovengemiddeld.

Daarnaast is er ook een omzeteffect voor de supermarkten op het zuidelijk deel van de Korvelseweg (Albert Heijn en Nettorama), en voor de supermarkt aan het Pater van den Elsenplein (Jumbo) te verwachten. Deze supermarkten zijn weliswaar op relatief korte afstand van Nieuw Stappegoor gevestigd ( 1,5 tot 2 kilometer), maar vervullen een wezenlijk andere functie (meer wijkverzorgend, groter aandeel voet- en fietsklanten). In alle andere gevallen is sprake van een te verwaarlozen effect, ook voor de centra van Goirle (op ruim 3 kilometer) en de nieuwe dagelijkse concentratie op de AaBe-locatie (eveneens op ca. 3 kilometer). Ook voor de andere supermarkten is het omzetverlies zodanig dat het niet van invloed is op het toekomstperspectief.

Van duurzame ontwrichting als gevolg van de komst van een grootschalige supermarkt op de locatie Nieuw Stappegoor is in geen van de genoemde centra sprake. Het is niet uitgesloten dat er dagelijkse winkelmeters verdwijnen, maar dit zijn in de regel meters met onvoldoende toekomstperspectief, ook in autonome zin. De totale structuur wordt door het initiatief juist versterkt.

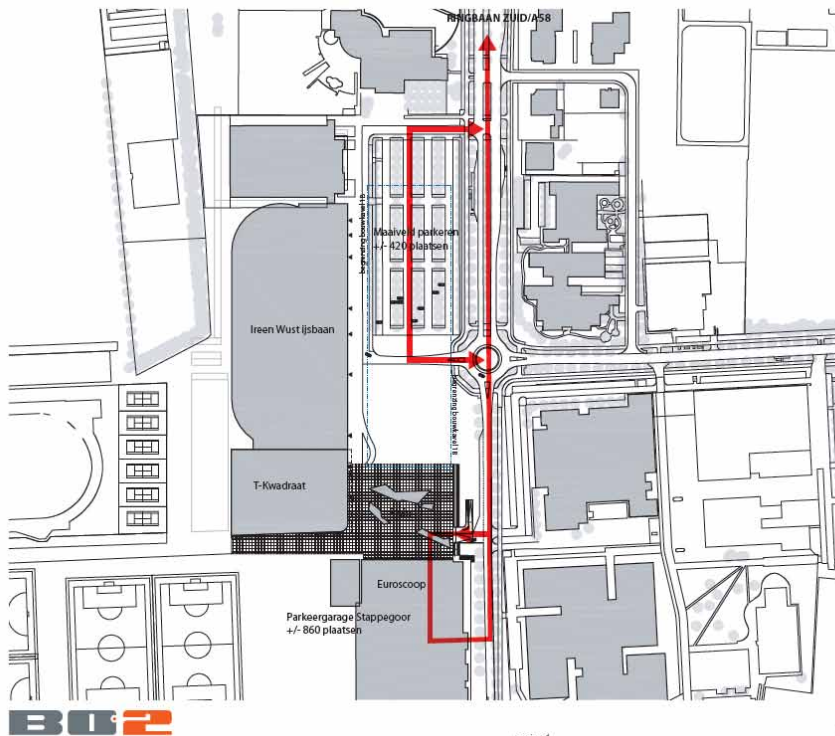
Een belangrijke demping van de omzeteffecten treedt op wanneer de supermarkt in Nieuw Stappegoor niet een compleet nieuwe vestiging is, maar een relocatie betreft van een bestaande supermarkt, bijvoorbeeld van Albert Heijn of Nettorama aan de Korvelseweg of van de Jumbo aan de Broekhovenseweg. Dit zijn bovendien de supermarktformules die in staat zijn een grootschalige supermarkt te exploiteren. In geval van relocatie wordt er omzet overgeheveld, en is het effect op de bestaande supermarkten kleiner. Voordeel van dit scenario is bovendien dat een dergelijke ontwikkeling de weg vrijmaakt voor een toekomstbestendiger verzorgingsstructuur (een meer levensvatbare situatie met drie in plaats van vier supermarkten in winkelgebied Korvelseweg, en een opwaardering van het hart van dit winkelgebied, of het vertrek van een primair solitair functionerende, veel autoverkeer aantrekkende supermarkt op een planologisch niet-ideale locatie, op de locatie Broekhovenseweg).

Tot slot: naast de genoemde kwantitatieve economische effecten zal het project ook andere effecten hebben die lastig zijn te kwantificeren en moeilijk onder een noemer te brengen zijn. Dit zijn zogenaamde uitstralingseffecten. Relevant zijn onder meer:

- Impuls lokale middenstand. De lokale middenstand (denk aan winkeliers, brandstofverkooppunten, grootschalige leisure-activiteiten, horeca) profiteert van de traffic die de nieuwe supermarkt op Nieuw Stappegoor genereert.
- Structuurversterking. Een grootschalige supermarkt op Nieuw Stappegoor zal leiden tot een verdere bestendiging van Tilburg als regioplats en de locatie Nieuw Stappegoor als concentratie van grootschalige leisure-, sport- en onderwijsvoorzieningen. Dit als gevolg van:
  - Een grote, deels nieuwe klantenstroom. Een grootschalige supermarkt trekt circa 15-20.000 klanten per week;
  - Een aanzienlijke impuls in bestedingen en werkgelegenheid;
  - Een hogere koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing, niet alleen in de dagelijkse, maar ook in de niet-dagelijkse sector;
  - Een betere spreiding van bezoekers gedurende de week en de avonden. Een grootschalige supermarkt genereert ook in het begin van de week en in de avonden een gestage klantenstroom;

- Investeringsvermogen. De grootschalige supermarkt is een belangrijke (financiële) drager voor het project Nieuw Stappegoor.
- Katalysator nieuwe investeringen. Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de directe projectomgeving en ver daarbuiten.

## Bijlage: Volumestudie vlek 1b



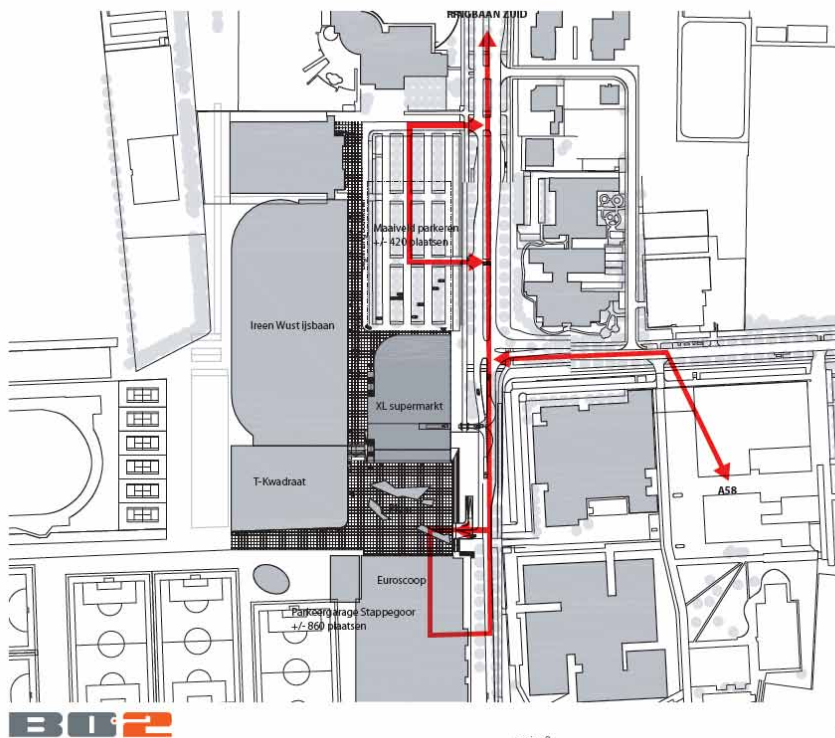
**BESTAANDE SITUATIE**  
schaal 1 op 2000

Het beoogde perceel (in blauw aangegeven) heeft een oppervlakte van ca 1,4 ha. Ongeveer 2/3 van het perceel wordt gebruikt voor parkeren, de rest van de grond ligt braak. Tussen de parkeerplaatsen en het verhoogde plein is een tijdelijk pad aangelegd dat leidt naar de entree van T-Kwadraat. Onder het plein, T-Kwadraat en de Euroscop ligt een parkeergarage met een capaciteit van ca 800 parkeerplaatsen. De entree van de parkeergarage ligt onder het plein, de uitgang aan de zuidkant van de Euroscop.

**BO2**

pagina 1

Volumestudie vlek 1B Stappegoor 19-07-2011



**NIEUWE SITUATIE**  
schaal 1 op 2000

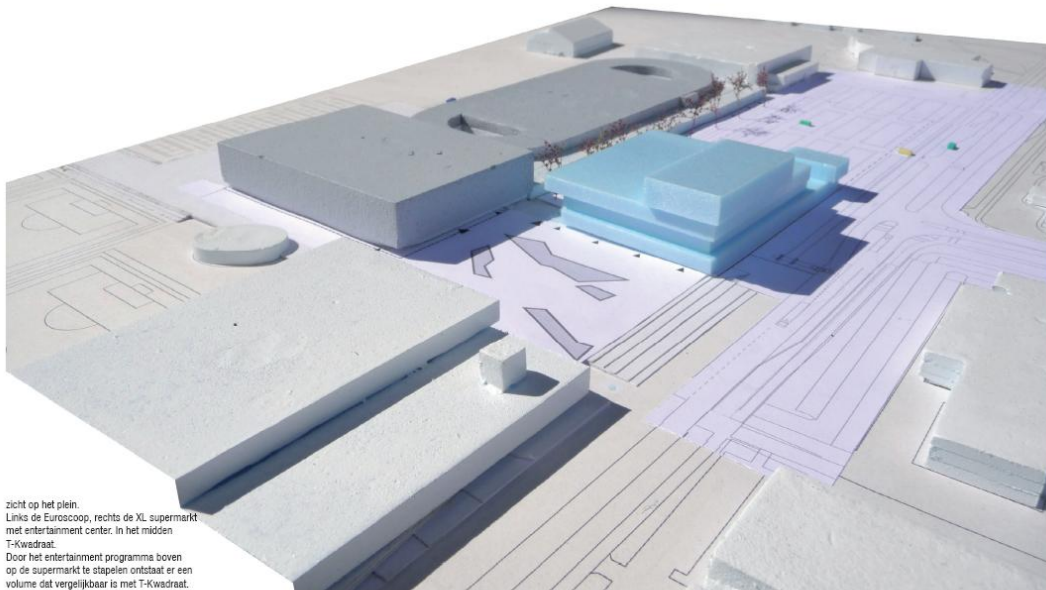
De XL supermarkt met het entertainment/retail center krijgt een plaats aan het plein op de braakliggende grond. Dit betekent dat er geen parkeerplaatsen verloren gaan. De voorkant van de supermarkt ligt direct aan de parkeerplaats. Een deel van de gevel wordt afgegrond naar de ijsbaan toe waardoor de ruimte tussen de ijsbaan en de nieuwe ontwikkeling ruimer en beter zichtbaar wordt. Tussen de bovengrondse parkeerplaatsen en het plein ontstaat een nieuwe wandelboulevard waaraan de ruime opgangen naar het entertainment center liggen. Aan de pleinkant, tegen de rug van de XL supermarkt en tegenover de Euroscop wordt een strook gereserveerd voor commerciële ruimte. Deze ruimte zou levens als opgang kunnen dienen voor het bovenliggende retailprogramma en de mega discotheek. Vanaf de Ringbaan is vooral de XL supermarkt zichtbaar, vanaf de ASB zal het entertainment/retail center de aandacht trekken. Er zijn plannen om een extra afslag te maken vanaf de ASB, deze komt uit in het hart van de nieuwe ontwikkeling.

**BO2**

pagina 2

Volumestudie vlek 1B Stappegoor 19-07-2011

VOLUME STUDIE



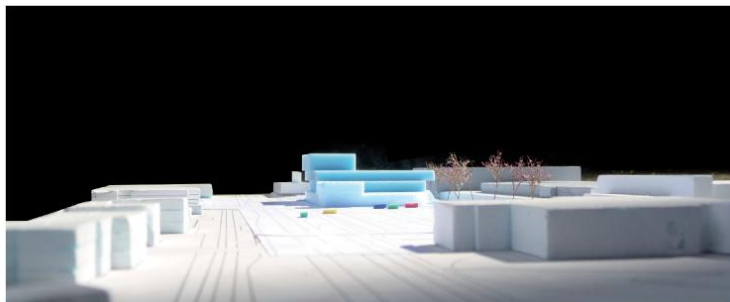
zicht op het plein  
 Linkje de Euroscop, rechts de XL supermarkt  
 met entertainment center. In het midden  
 T-Kwadraat.  
 Door het entertainment programma boven  
 op de supermarkt te stapelen ontstaat er een  
 volume dat vergelijkbaar is met T-Kwadraat.



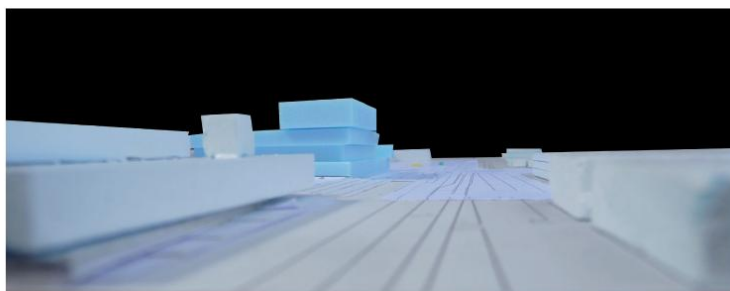
pagina 3

Volumestudie vlek 1B Stappegoor 19-07-2011

VOLUME STUDIE



zicht vanaf de Ringbaan Zuid



zicht vanaf de A58

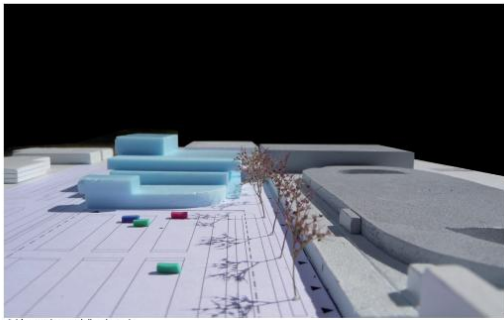


pagina 4

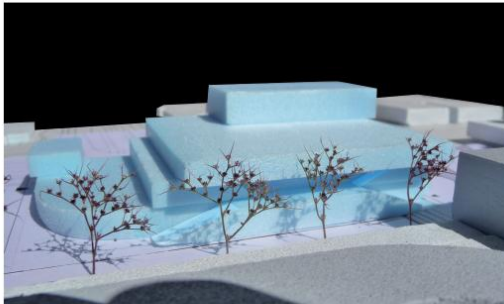
Door de stapeling per verdieping te laten  
 verspringen en door accenten aan het volume  
 toe te voegen (de discotheek en de kantoren  
 van de XL supermarkt) ontstaat er de moge-  
 lijkheid binnen 1 gebouw meerdere functies  
 zichtbaar te maken en een eigen identiteit te  
 geven.

Volumestudie vlek 1B Stappegoor 19-07-2011

VOLUME STUDIE



zicht over de wandelboulevard

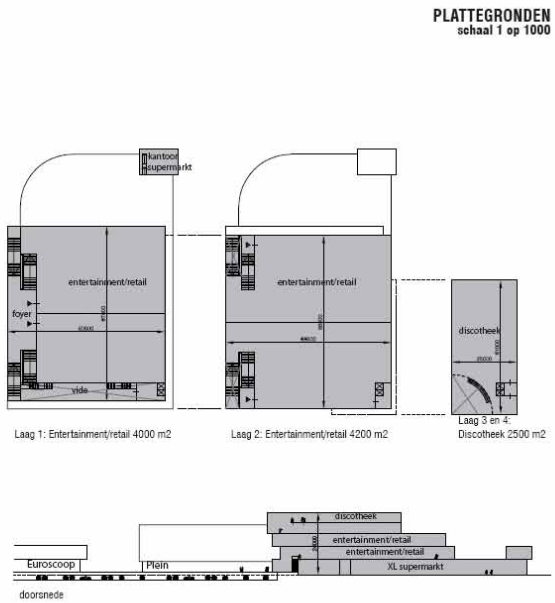
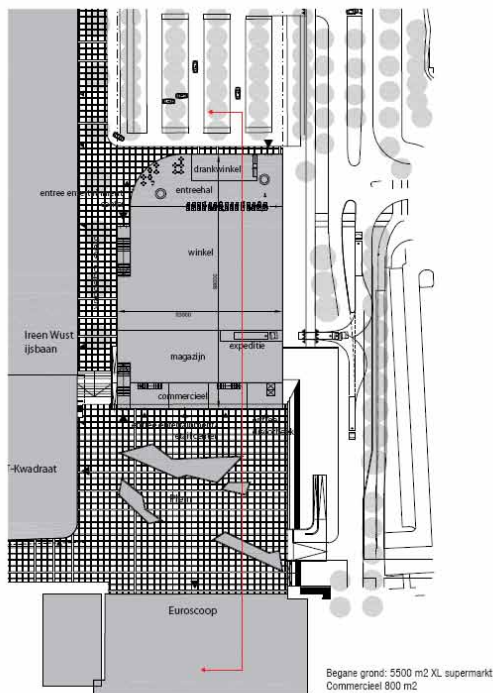


zicht op de opgangen naar het entertainment center

De zone tussen de parkeerplaats op massief en het plein biedt niet alleen ruimte aan een flinke voetgangersstroom maar is tevens de voorruimte van het entertainment center dat vanaf de wandelboulevard middels een grote trappertijl bereikbaar is.



PLATTEGRONDEN  
schaal 1 op 1000





## Bijlage: Overige supermarkten in Tilburg

Woon- plaats	Winkel-gebied	Formule	Adres	M <sup>2</sup> wvo	Kassa's	Afstand in km	Afstand in min.
Tilburg	Jan Heijnsstraat	AH XL	Jan Heijnsstr. 10	3.736	23	4,3km	8min
	Bebouwde kom	Aldi Markt	Wilhelminap. 48	650	3	4,4km	9min
	Besterdring	Plus	Besterdring 110	730	3	5,0km	9min
	De Rooi Pannen	Emté	Dr. Ahausstraat 1	650	4	5,2km	9min
	Westermarkt	Albert Heijn	Westermarkt 17	1.314	6	5,2km	9min
			Emté	Westermarkt 38	1.180	8	5,2km
	Bebouwde kom	Aldi Markt	Bernardusplein 24	445	3	5,5km	10min
	Besterdring	Emté	Besterdring 29	950	6	5,8km	10min
	Bart van Peltplein	Jumbo	Bart v Peltpl. 1	1.316	10	6,5km	11min
	Paletplein	Albert Heijn	Paletplein 33	644	5	6,6km	12min
	Wagnerplein	Albert Heijn	Wagnerplein 52	1.806	8	7,8km	13min
			Emté	Wagnerplein 18	1.006	5	7,9km
	Nettorama		Wagnerplein 40	965	6	7,8km	13min
Berkel- Enschot	Centrum Berkel Enschot	Albert Heijn	Heuneind 21	832	5	10,3km	14min
Tilburg	Bebouwde kom	Lidl	Kreiverplein 1	830	3	8,0km	14min
		Jumbo	Heyhoefprom. 11	1.180	11	8,4km	14min
	Verdiplein	Plus	Heyhoefprom. 41	1.156	7	8,7km	14min
		(zelfst/nvt)	Verdiplein 13	150	1	8,4km	14min
		Aldi Markt	Verdiplein 95	557	3	8,3km	14min
Buurmalsen	Albert Heijn	Buurmalsenpl. 1	1.086	5	8,4km	14min	
Berkel- Enschot	Centrum Berkel Enschot	Jumbo	Eikenbosch 17	687	4	8,3km	15min
Tilburg	De Vallei	Albert Heijn	Dalemprom. 40	1.350	10	10,4km	16min
Udenhout	Kreitenmolenstr	Emté	Kreitenmolenstr. 149	1.115	7	13,7km	16min
	Centrum	Aldi Markt	Tongerloplein 19	497	3	14,6km	17min
Plus		Tongerloplein 23	760	4	14,6km	17min	
<b>Totaal</b>		<b>25</b>		<b>25.592</b>			

Bron: Locatus Verkooppunten Verkenner, september 2011