

Tilburg

verplaatsing winkelcentrum Bernardusplein

ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

091492.20170220

projectleider:

ir. R.J.M.M. Schram

auteur(s):

M.G.M.C. Geerts MSc
T. Bogers BBE

planstatus

datum:

13-06-2017

opdrachtgever:

Gemeente Tilburg.

Inhoud

1. Inleiding	3
1.1. Aanleiding	3
1.2. Projectbeschrijving	4
1.3. Vraagstelling	6
1.4. Leeswijzer	6
2. Beleidskader	7
2.1. Structuurvisie ruimtelijke ordening (provincie Noord-Brabant, 2014)	7
2.2. Verordening ruimte (provincie Noord-Brabant, 2014; geconsolideerde versie 2017)	7
2.3. Afsprakenkader Detailhandelsontwikkelingen (Regio Hart van Brabant, 2014)	8
2.4. Structuurvisie detailhandel en economie 2009-2020 (gemeente Tilburg, 2009)	9
2.5. Conclusie	9
3. Behoefte	10
3.1. Verzorgingsgebied beoogde ontwikkeling	10
3.2. Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector verzorgingsgebied	11
3.3. Positionering winkelcentrum Bernardusplein	14
3.4. Distributieplanologische marktanalyse	16
3.4.1. Relatieve winkelomvang dagelijkse goederensector Tilburg	16
3.4.2. Distributieplanologische marktanalyse primair marktgebied	16
3.5. Conclusie	19
4. Locatieafweging	20
4.1. Ruimtebeslag moderne harddiscounter	20
4.2. Knelpunten huidige locatie: winkelcentrum Bernardusplein	22
4.3. Locatieafweging	23
4.4. Conclusie	27
5. Conclusie	28
5.1. Behoefte (trede 1)	28
5.2. Locatieafweging (treden 2 en 3)	29
5.3. Conclusie	29

1.1. Aanleiding

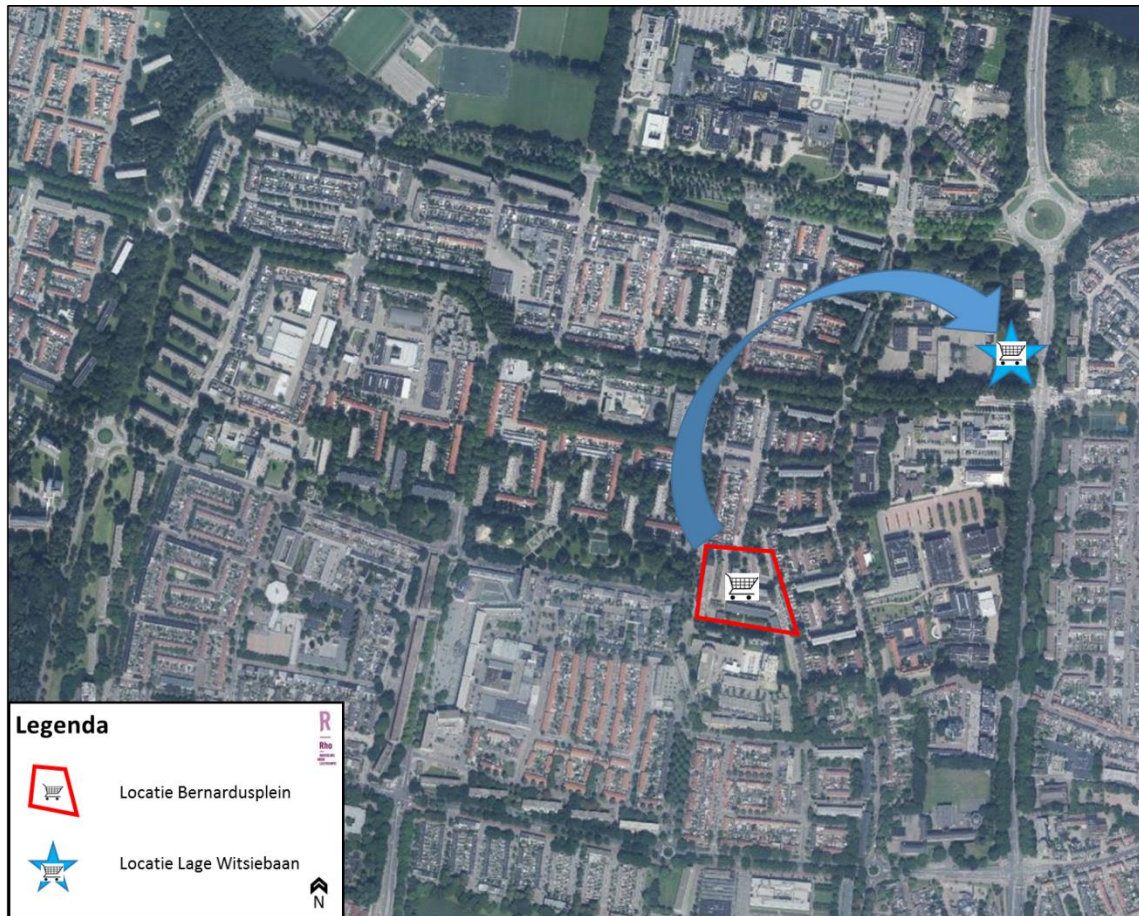
In de wijk Het Zand in Tilburg ligt het winkelcentrum Bernardusplein. Het betreft een kleinschalig buurtwinkelcentrum in de plint van een appartementencomplex (figuur 1.1). De winkels zijn overwegend kleinschalig en vooral gericht op de dagelijkse boodschappen. De grootste winkel is een vestiging van Aldi (445 m² winkelvloeroppervlak; Locatus, februari 2017).



Figuur 1.1 Impressie winkelplint Bernardusplein (Google Streetview, 2017)

De huidige vestiging van Aldi is naar de moderne maatstaven te klein. Aldi wil haar winkel aan het Bernardusplein graag uitbreiden, maar ook enkele andere winkeliers hebben een uitbreidingswens. De huidige stedenbouwkundige structuur biedt echter geen ruimte voor optimalisatie en uitbreiding van het winkelcentrum als geheel, waardoor uitgeweken moet worden naar een alternatieve locatie binnen de wijk. Deze is gevonden bij de locatie Lage Witsiebaan (figuur 1.2).

De gemeente Tilburg is in principe akkoord gegaan met de verplaatsing en uitbreiding van Aldi, met de voorwaarde dat ook de andere ondernemers van het Bernardusplein worden verplaatst naar de nieuwe locatie. De overige ondernemers zijn akkoord met de beoogde ontwikkeling waardoor winkelcentrum Bernardusplein dus in zijn geheel wordt verplaatst naar de locatie Lage Witsiebaan. De beoogde locatie ligt hemelsbreed circa 500 meter van het Bernardusplein.



Figuur 1.2 Beoogde verplaatsing winkelcentrum Bernardusplein

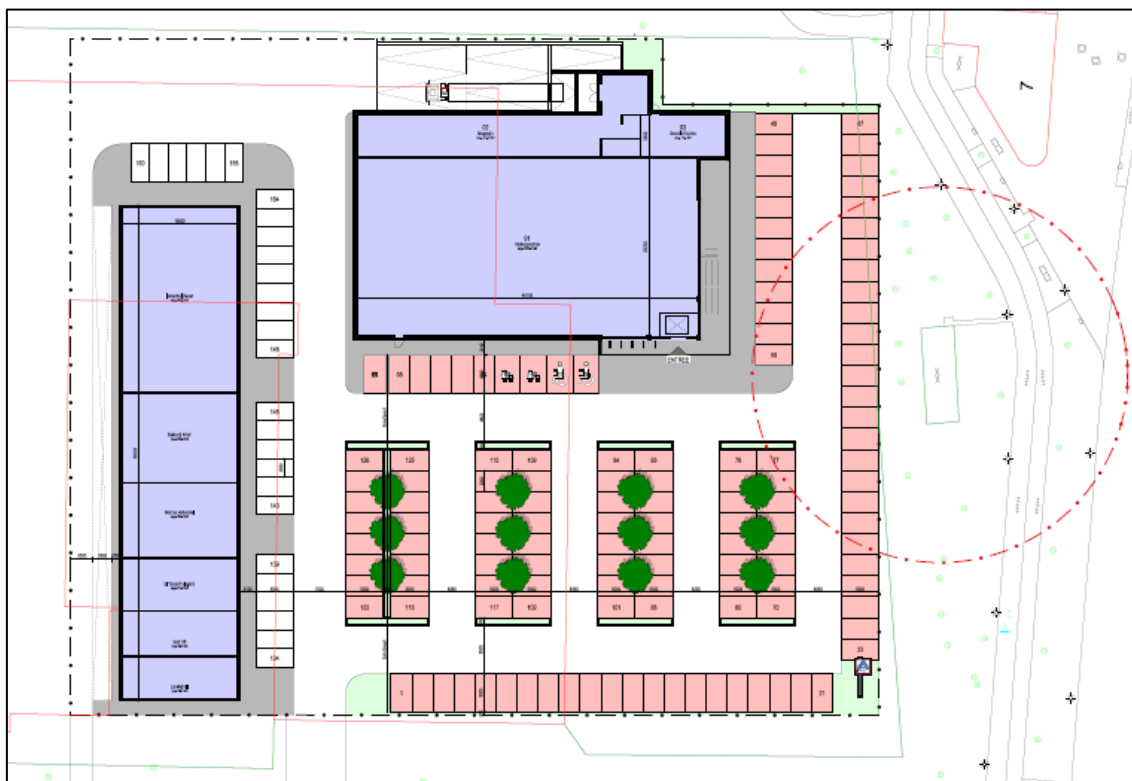
In dit ruimtelijk-economisch onderzoek wordt de uitbreidingsbehoefte en de locatiekeuze voor de verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage-Witsiebaan getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

1.2. Projectbeschrijving

Zoals hierboven beschreven wordt het complete buurtwinkelcentrum Bernardusplein verplaatst naar de locatie Lage Witsiebaan. De winkelunits op de vertreklocatie, buurtwinkelcentrum Bernardusplein, worden getransformeerd naar woningen.

De locatie Lage Witsiebaan, op de hoek met de Ringbaan-West, is nu nog in gebruik bij het Vakcollege Tilburg. Na dit schooljaar (2016/2017) zullen de onderwijsactiviteiten verplaatst worden en komt de locatie beschikbaar voor herontwikkeling.

In figuur 1.3 is de beoogde ontwikkeling gevisualiseerd.



Figuur 1.3 Impressie ontwikkeling Lage Witsiebaan (Den Hollander Bouwadvies en Ontwerp, 2016)

Grootste trekker van het nieuwe winkelcentrum aan de Lage Witsiebaan is de vestiging van harddiscount Aldi. De winkel krijgt een omvang van 1.070 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Dit is een netto uitbreiding van 625 m² wvo ten opzichte van de huidige situatie aan het Bernardusplein (huidige winkel: 445 m² wvo). Het overige winkelaanbod aan het Bernardusplein heeft momenteel een omvang van circa 700 m² wvo (BAG Viewer, 2017). Uit tabel 1.1 kan worden afgeleid dat de retailers op de nieuwe locatie aan de Lage Witsiebaan nauwelijks uitbreiden (tabel 1.1). De omvang van de overige dagelijkse detailhandel omvat in de nieuwe situatie circa 900 m² wvo, waardoor sprake is van een netto uitbreiding van 200 m² wvo. De totale uitbreiding als gevolg van de verplaatsing van het winkelcentrum omvat 775 m² wvo.

Tabel 1.1 Overig commercieel aanbod winkelcentrum Lage Witsiebaan (Den Hollander Bouwadvies en Ontwerp, 2016)¹

zelfstandige winkelier	branche	m ² in wvo/vvo
Istanbul Bazaar	supermarkt + slagerij	407
Afrah	bakker	192
Marina	vishandel	173
El Youssfi	slagerij	115
Vadi 38	afhaalrestaurant	96
La Majirell	kapper	100
Totaal		1.083

¹ Afhaalrestaurant Vadi 38 (horeca) en kapper La Majirell (dienstverlening) zijn niet aan te merken als detailhandel en breiden nauwelijks uit ten opzichte van de huidige situatie.

1.3. Vraagstelling

Het beoordelen van de ruimtelijk-economische effecten van de beoogde verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan in Tilburg vindt plaats conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening).

Ladder voor duurzame verstedelijking

In artikel 3.1.6, lid 2 Bro is (per 01-10-2012) voorgeschreven dat indien een bestemmingsplan 'een nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maakt, in de toelichting van het bestemmingsplan een verantwoording daarvan moet plaatsvinden volgens de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking. Een ontwikkeling moet daarin kortgezegd voldoen aan de volgende voorwaarden:

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

In dit ruimtelijk-economisch onderzoek wordt onder andere gekeken naar een optimale dagelijkse voorzieningenstructuur voor de wijk Het Zand en directe omgeving in Tilburg. De kernvragen van dit onderzoek zijn dan ook:

1. Past de beoogde verplaatsing van het winkelcentrum Bernardusplein binnen de kaders van duurzame verstedelijking, zoals geformuleerd in artikel 3.1.6. lid 2 van het Bro?
2. Is de beoogde locatie een geschikte locatie?
3. Wat is het effect van het verplaatsen en uitbreiden van het dagelijks winkelaanbod op de beoogde locatie voor het functioneren van het overige dagelijkse winkelaanbod in het verzorgingsgebied?

Om deze kernvragen te beantwoorden, komen in het navolgende onderzoek de volgende aspecten aan de orde:

- de relevante beleidsaspecten;
- huidige situatie in de dagelijkse goederensector in de wijk Het Zand (Tilburg) en directe omgeving;
- de positie van Aldi binnen de supermarktstructuur;
- de analyse van de actuele en toekomstige regionale behoefte;
- een beoordeling van de beoogde locatie aan de Lage Witsiebaan.
- De toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking en beschrijving van de effecten op het bestaande winkelaanbod in dagelijkse goederensector in het verzorgingsgebied.

1.4. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt het relevante beleidskader geschetst. In hoofdstuk 3 is de behoefte aan de beoogde verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein onderzocht. In dit hoofdstuk is onder meer aandacht voor het verzorgingsgebied van het winkelcentrum en de positie van Aldi binnen de supermarktstructuur. Vervolgens komt in hoofdstuk 4 de ruimtelijk relevante aspecten aan bod in de locatieafweging. Tot slot wordt in hoofdstuk 5 de beoogde verplaatsing van het winkelcentrum Bernardusplein getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

2. Beleidskader

Het afwegingskader voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen bestaat uit provinciaal, regionaal en gemeentelijk beleid. Hieronder staan de relevante beleidsstukken uitgewerkt.

2.1. Structuurvisie ruimtelijke ordening (provincie Noord-Brabant, 2014)

Op 19 maart 2014 zijn de Structuurvisie ruimtelijke ordening en de Verordening ruimte 2014 in werking getreden. Noord-Brabant heeft de ambitie tot de top van Europese kennis- en innovatie regio's te blijven behoren. Een aantrekkelijk leef-, woon- en vestigingsklimaat is hiervoor een essentiële voorwaarde. Juist met het oog op de aantrekkelijkheid van Brabant vindt de provincie een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur van groot belang. Een detailhandelsstructuur waarin plaats is voor innovaties en die ruimte biedt aan verbindingen met diverse andere economische en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen. De Structuurvisie ruimtelijke ordening omschrijft daarom dat de ontwikkeling van detailhandelslocaties een provinciaal belang betreft. Fundamentele veranderingen in de detailhandel (economische stagnatie, omzetverschuivingen van “offline” en naar “online” winkels, toenemende winkelleegstand, digitalisering van de samenleving, demografische transities, toenemend belang van beleving, veranderende vrijetijdsbestedingen en bewegingen in de horeca) vragen om vernieuwing van de detailhandelsstructuur. Er is beperkt ruimte voor uitbreiding van detailhandel. Een reductie van detailhandelsvoorzieningen wordt voorzien. Daarom is het belangrijk zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra. Dit is een primaire verantwoordelijkheid van de gemeenten. De voornaamste taak van de provincie is om ruimtelijke ontwikkelingen van detailhandelslocaties af te stemmen als het gaat om grootschalige, bezoekersintensieve ontwikkelingen met een regionaal en bovenregionaal karakter.

2.2. Verordening ruimte (provincie Noord-Brabant, 2014; geconsolideerde versie 2017)

Het ruimtelijk beleid is vertaald in de Verordening ruimte. In artikel 3.1 is de zorgplicht voor ruimtelijke kwaliteit opgenomen. De toelichting bij een bestemmingsplan dat voorziet in een ruimtelijke ontwikkeling bevat een verantwoording dat het plan bijdraagt aan de zorg voor het behoud en bevordering van ruimtelijke kwaliteit. Het principe van zorgvuldig ruimtegebruik houdt in dat als er sprake is van een stedelijke ontwikkeling de Ladder voor duurzame verstedelijking het uitgangspunt is. Een bestemmingsplan gelegen in bestaand stedelijk gebied kan voorzien in een ontwikkeling of een uitbreiding van een detailhandelslocatie, tenzij deze ontwikkeling of uitbreiding leidt tot een bovenregionale verzorgingsfunctie. De toelichting bij een bestemmingsplan dat voorziet in een ontwikkeling of een uitbreiding van een detailhandelslocatie bevat een verantwoording over de wijze waarop de afspraken die daarover zijn gemaakt in het regionaal ruimtelijk overleg worden nagekomen. De provincie vraagt gemeenten expliciet aandacht om oneigenlijk gebruik van bedrijventerreinen door functies als wonen of detailhandel te beperken. Voor de ontwikkeling van het provinciaal detailhandelsbeleid heeft een discussienota opgesteld inclusief een detailhandelsanalyse Noord-Brabant.

2.3. Afsprakenkader Detailhandelsontwikkelingen (Regio Hart van Brabant, 2014)

De regionale samenwerking tussen de gemeenten Goirle, Waalwijk, Loon op Zand, Gilze en Rijen, Oisterwijk, Tilburg, Dongen, Hilvarenbeek en Heusden heeft vorm gekregen in Regio 'Hart van Brabant'. De gemeenten binnen de regio Hart van Brabant hebben een aantal ambities geformuleerd voor het maken van regionale afspraken ten aanzien van detailhandel:

1. De huidige verzorgingsstructuur behouden en waar mogelijk versterken. De gemeenten leggen de focus op bestaande winkelgebieden en niet op de verspreide bewinkeling. Het belang van de regio is om door het behoud van goed functionerende winkelgebieden in de nabijheid van de woonomgeving voor met name de dagelijkse goederen de leefbaarheid in de buurten en kleine kernen zo veel mogelijk te borgen.
2. De regiogemeenten willen de koopkrachtafvloeiing naar de omliggende regio's en grote steden verminderen. Dit betreft vooral de koopkrachtafvloeiing van recreatief winkelen.
3. De verantwoordelijkheden van winkeliers en vastgoedeigenaren van de bestaande winkelgebieden stimuleren. Zij zijn de primaire stakeholders en hebben de belangrijke taak om enerzijds te investeren in hun winkelconcepten en –panden en anderzijds om samen te werken om hun winkelgebieden aantrekkelijk te houden zodat de consumenten daar blijven komen. De overheden (gemeenten en provincie) hebben faciliterende taken en verantwoordelijkheden.
4. De regiogemeenten leggen bij nieuwe detailhandelsontwikkelingen en bij uitbreidingen van en investeringen in de bestaande winkelgebieden indien mogelijk een koppeling met het belang voor het regionale speerpunt leisure (onder andere meer verblijfsrecreatie).

De geformuleerde ambities zijn uitgewerkt in een afsprakenkader:

- Toekomstige nieuwe plannen voor uitbreiding/nieuwbouw van bovenlokale en bovenregionale winkelgebieden worden bestuurlijk afgestemd in het portefeuillehoudersoverleg Economische Zaken & Recreatie en Toerisme van de regio Hart van Brabant, waarbij de bijdrage van die plannen aan de regionale ambities voor detailhandel meegewogen wordt:
 - De gemeenten spreken met elkaar af om de onderlinge afstemming te focussen op locaties/plannen die beogen om de (boven)regionale aantrekkingskracht te versterken.
 - Voor locaties/plannen met een bovenregionaal verzorgingsgebied is afstemming tussen de regiogemeenten en de provincie in het RRO vereist.
 - Voor locaties/plannen met een bovenregionaal verzorgingsgebied (2 betrokken gemeenten) geldt dat deze gemeenten daar eerst in onderling overleg proberen uit te komen. Mocht dat niet lukken wordt opgeschaald naar het portefeuillehoudersoverleg Economische Zaken & Recreatie en Toerisme om de ontstane situatie te bespreken. Indien nodig wordt een onafhankelijke derde om advies gevraagd.
 - Voor locaties/plannen met een vrijwel geheel lokaal verzorgingsgebied geldt dat alle gemeenten zelf hun afwegingen maken ten aanzien van locaties en plannen. Wel wordt een melding gemaakt van deze locaties/plannen in het portefeuillehoudersoverleg Economische Zaken & Recreatie en Toerisme.
- De gemeenten spreken af om detailhandelsontwikkelingen met name te focussen op winkelgebieden (concentratie) en niet op verspreide bewinkeling.
- De gemeenten spreken af om de ontwikkelingen op de markt voor detailhandelslocaties te monitoren om zo structureel meer kennis te krijgen van de ontwikkelingen in de praktijk en daarover indien nodig nadere afspraken te maken of gemaakte afspraken te actualiseren.
- De gemeenten spreken af om uit te werken hoe ze gezamenlijk een koppeling kunnen leggen tussen de ontwikkeling van de detailhandelslocaties en het regionale speerpunt leisure.

2.4. Structuurvisie detailhandel en economie 2009-2020 (gemeente Tilburg, 2009)

In de structuurvisie is opgenomen dat Tilburg een grote diversiteit kent aan kleine wijkcentra en buurtcentra. Deze winkelgebieden, waaronder het Bernardusplein, zijn redelijk goed verspreid over de stad, zodat de consument op relatief korte afstand de beschikking heeft over winkels voor de dagelijkse boodschappen. Door de veelal beperkte omvang van de supermarkten missen de centra trekkracht om te kunnen concurreren met grote wijkcentra en solitaire supermarkten, die veelal beschikken over meer parkeerplaatsen, een betere bereikbaarheid en een ruimer aanbod. In de visie worden de volgende strategieën beschreven voor de Tilburgse winkelgebieden:

- Versterken / functieverhoging. Dit is de meest ingrijpende strategie voor een winkelgebied. De investeringen in zowel aard als omvang zijn erop gericht om het winkelgebied een hogere hiërarchische functie te geven.
- Versterken / functiebehoud. Hierbij dient actief te worden ingezet op versterking van een winkelgebied met als doel de huidige functie in de toekomst te behouden. De investeringen beslaan zowel de omvang als de kwaliteit van het gebied. Het winkelgebied krijgt hiermee een sterkere positie in de totale structuur
- Versterken / functieverlaging. Investerings zijn noodzakelijk om het winkelgebied voldoende toekomstperspectief te geven. De huidige functie is echter te hoog gegrepen. Mede in relatie tot marktpotentie en perspectief van omliggende winkelgebieden is het beter om te kiezen voor een lagere verzorgingsfunctie.
- Consolideren. Het behouden van de huidige winkelfunctie binnen de stedelijke structuur, zonder dat grote investeringen noodzakelijk zijn (bereikbaarheid, parkeren, openbare ruimte, etc.).
- Transformeren / functieverlaging. Het winkelgebied heeft te weinig perspectief om als volwaardig winkelgebied in haar huidige functie te kunnen functioneren. Initiatieven/plannen voor winkelfuncties moeten worden ontmoedigd. Verplaatsing van bestaande winkels naar kansrijke winkelgebieden is gewenst. Uitzondering hierop vormt het dagelijkse winkelaanbod, dat in de toekomst eigen trekkracht kan behouden. Functieverlaging naar een boodschappencluster moet hierbij worden aangemoedigd. Overige buurt- en wijkgebonden bedrijvigheid kan de vrijgekomen plekken innemen, maar herbestemming naar woonfuncties is ook mogelijk.
- Transformeren / functiewijziging. Een volledige transformatie van het gebied is de meeste rigoureuze vorm. Aanbevolen wordt om de winkelfunctie te laten verdwijnen en te kiezen voor een andere bestemming dan detailhandel.

Steeds meer dagelijkse boodschappencentra staan onder druk door toename van mobiliteit. Hierdoor gaat de consument makkelijker naar grotere centra met dagelijks aanbod. Kleine buurtcentra hebben daar last van. Een of meerdere supermarkten zijn de vereiste basis voor deze centra. De meeste centra kunnen blijven bestaan (consolideren of functiebehoud).

2.5. Conclusie

Op basis van het beleidskader wordt geconcludeerd dat een detailhandelsontwikkeling op lokaal niveau, zoals de verplaatsing van het winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan, niet aan te merken valt als provinciaal belang. De beoogde ontwikkeling sluit aan bij het beleidsuitgangspunt om zorgvuldig met bestaande winkelcentra om te gaan. Deze verantwoordelijkheid ligt primair bij de gemeente. Met de ontwikkeling wordt de verzorgingsstructuur in de wijk Het Zand behouden en verder versterkt door een bestaand buurtwinkelcentrum te optimaliseren op een alternatieve locatie. Hierbij hebben de winkeliers en vastgoedeigenaren zelf initiatief genomen en hun verantwoordelijkheid genomen om de bestaande voorzieningen te behouden en te versterken op een economisch-duurzame locatie die goed bereikbaar is en voldoende parkeerplaatsen heeft. Vanwege het lokale karakter hoeft de ontwikkeling niet regionaal afgestemd te worden. De beoogde ontwikkeling is gericht op versterking en functiebehoud op een alternatieve locatie.

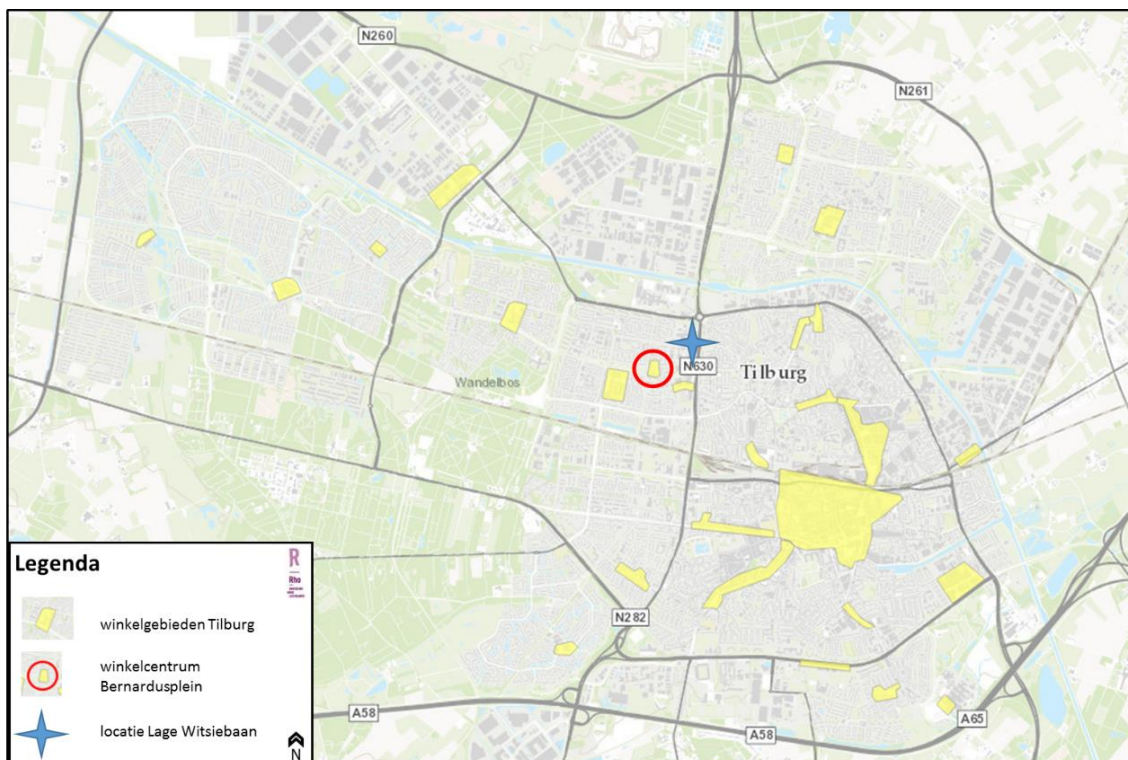
3. Behoefte

De behoefte voor de beoogde uitbreiding van winkelcentrum Bernardusplein kan op de volgende wijze in beeld worden gebracht:

- Eerst wordt een beeld geschetst van het verzorgingsgebied van winkelcentrum Bernardusplein; omvang verzorgingsgebied en de omvang van het winkelaanbod.
- Vervolgens wordt de behoefte geschetst met de kwalitatieve beoordeling van de segmentering van het dagelijks winkelaanbod aan het Bernardusplein. Hierbij wordt onder andere een beoordeling gegeven van de supermarkten in het verzorgingsgebied.
- Tot slot is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de uitbreiding en verplaatsing van het winkelcentrum naar de locatie Lage Witsiebaan.

3.1. Verzorgingsgebied beoogde ontwikkeling

Met ruim 200.000 inwoners is Tilburg qua aantal inwoners de zesde stad van Nederland. Het winkelaanbod in de stad is hiërarchisch opgebouwd, met een relatief grote binnenstad voor zowel de dagelijkse – en niet dagelijkse aankopen, een paar grootschalige winkelconcentraties en verschillende wijk- en buurtwinkelcentra die vooral gericht zijn op de dagelijkse boodschappen (figuur 3.1).

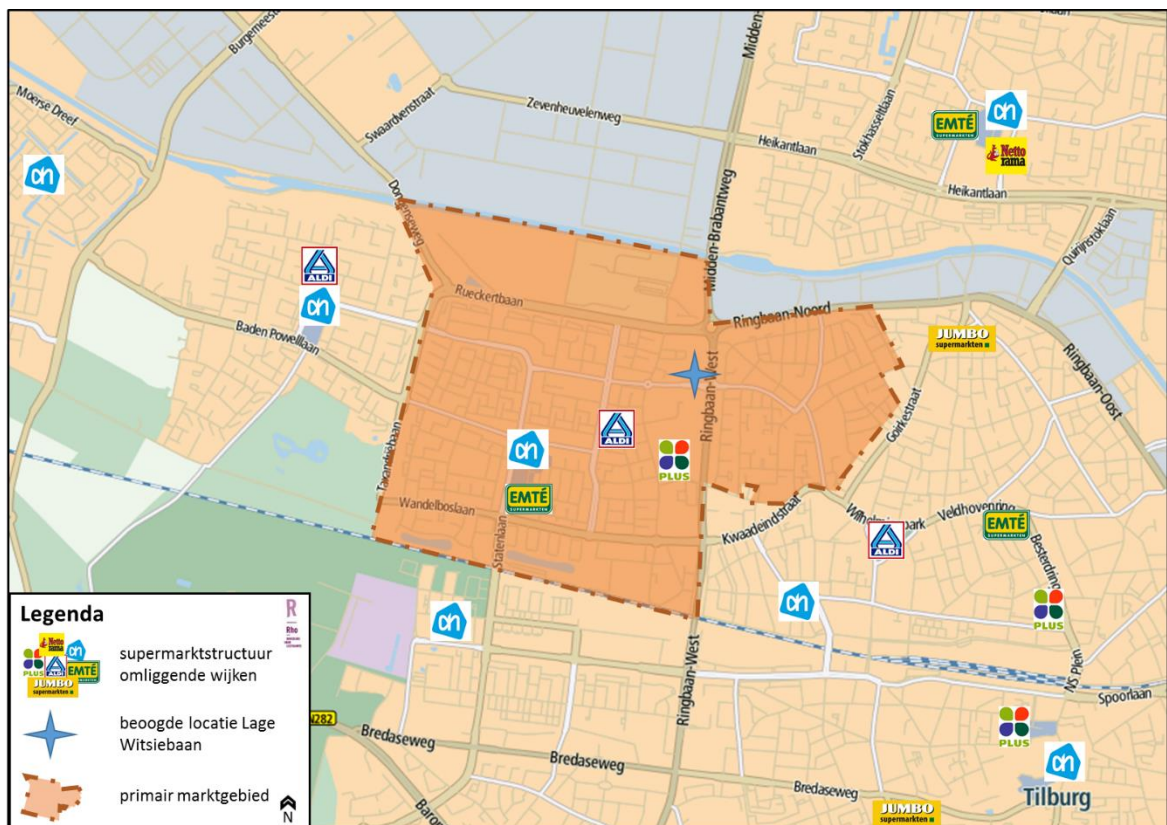


Figuur 3.1 Winkelgebieden Tilburg (Locatus, 2017; bewerking Rho)

De keuze door de consument voor een bepaalde supermarkt wordt vooral bepaald door gemak en nabijheid (Deloitte Consumentenonderzoek, 2016). Rekening houdend met de spreiding van de winkelgebieden (inclusief het winkelaanbod) en de beoogde locatie Lage Witsiebaan is in dit onderzoek gekozen voor het volgende primaire verzorgingsgebied (CBS, 2016; gegevens over 2017):

- Het Zand: 11.410 inwoners.
- De Hasselt: 6.145 inwoners.
- TweeSteden Ziekenhuis – De Rooi Pannen: 805 inwoners.

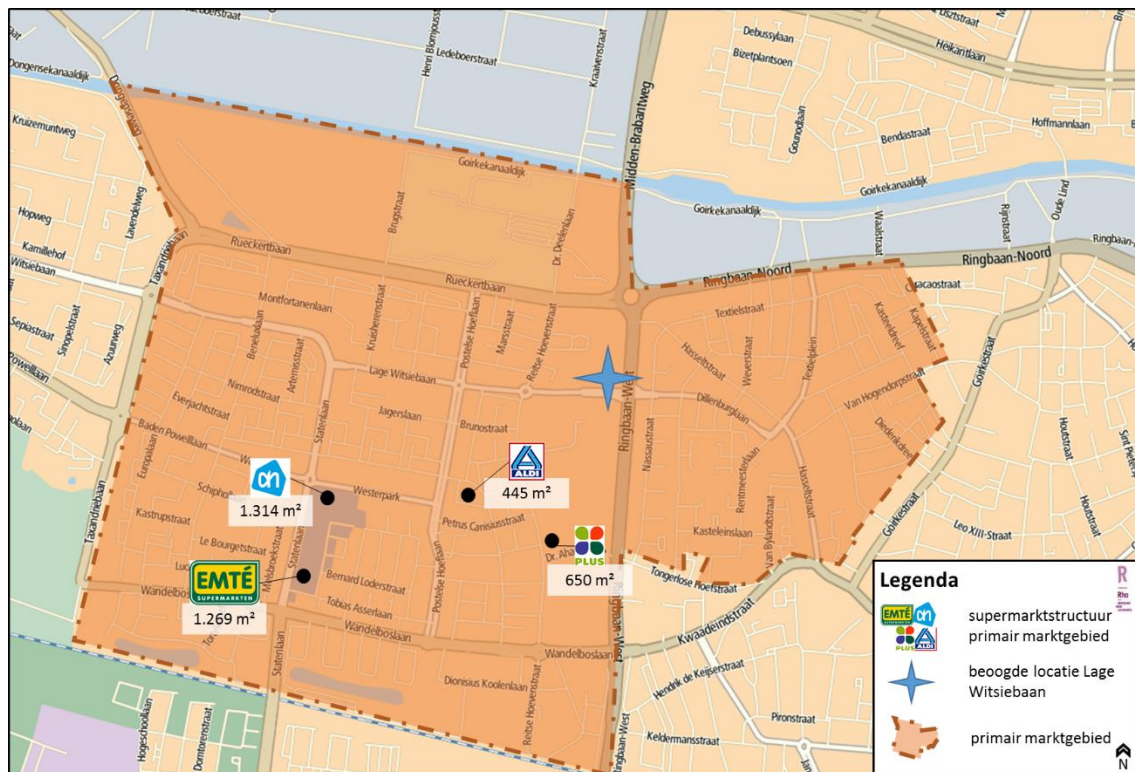
Het totale primaire verzorgingsgebied omvat circa 18.000 inwoners. Binnen het verzorgingsgebied / marktgebied liggen drie winkelcentra: Westermarkt, Bernardusplein en De Rooi Pannen. Met de beoogde verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein worden de winkelcentra beter verspreid binnen het primaire verzorgingsgebied. Het nieuwe winkelcentrum aan de Lage Witsiebaan is hierdoor ook goed bereikbaar vanuit de wijk De Hasselt (figuur 3.2). Deze wijk heeft geen eigen supermarktaanbod.



Figuur 3.2 Supermarktaanbod omliggende wijken projectlocatie (Locatus, 2017; ondergrond: TomTom, 2017)

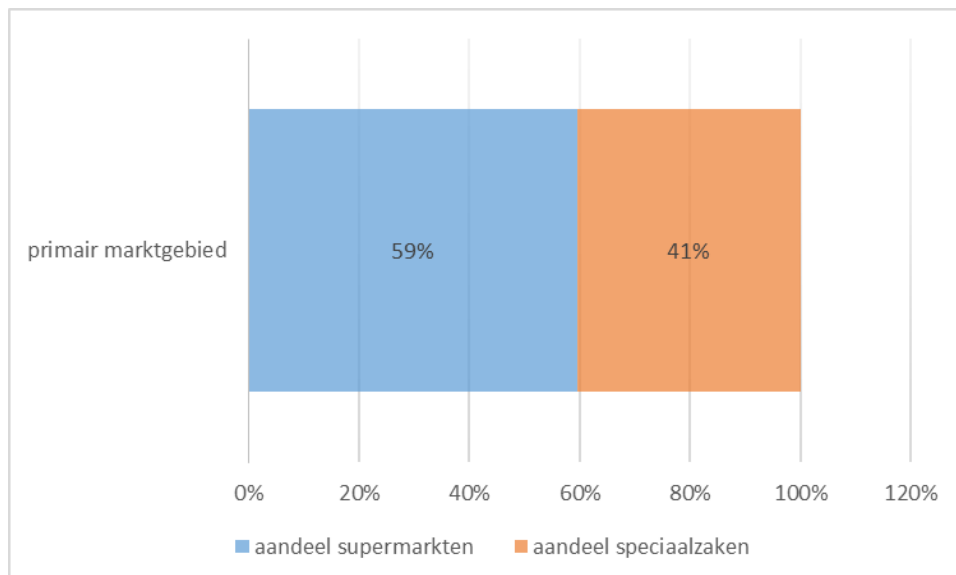
3.2. Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector verzorgingsgebied

Binnen het primaire verzorgingsgebied zijn drie winkelcentra gevestigd. In winkelcentrum Westermarkt zijn twee supermarkten gevestigd: Albert Heijn en Emté. Het winkelaanbod in de wijk wordt aangevuld met de vestiging van Aldi in winkelcentrum Bernardusplein. Een bijzonder winkelcentrum betreft het onderwijswinkelcentrum De Rooi Pannen. In dit winkelcentrum is supermarktketen Plus gevestigd. Deze winkel is een soort van praktijklokaal voor de studenten aan het opleidingsinstituut De Rooi Pannen. Het winkelcentrum wordt gerund door circa 75 leerlingen (Distrifood, 21 oktober 2016). Het supermarktaanbod staat in figuur 3.3 gevisualiseerd.



Figuur 3.3 Supermarktaanbod primair verzorgingsgebied (Locatus, 2017; ondergrond: TomTom, 2017)

Opvallend is het relatief hoge aandeel speciaalzaken in de levensmiddelenbranche (figuur 3.4). Bijna de helft van de winkelmeters in de levensmiddelenbranche wordt ingevuld door foodspeciaalzaken. Geconcludeerd wordt dat het verzorgingsgebied beschikt over een compleet dagelijks winkelaanbod (figuur 3.3).

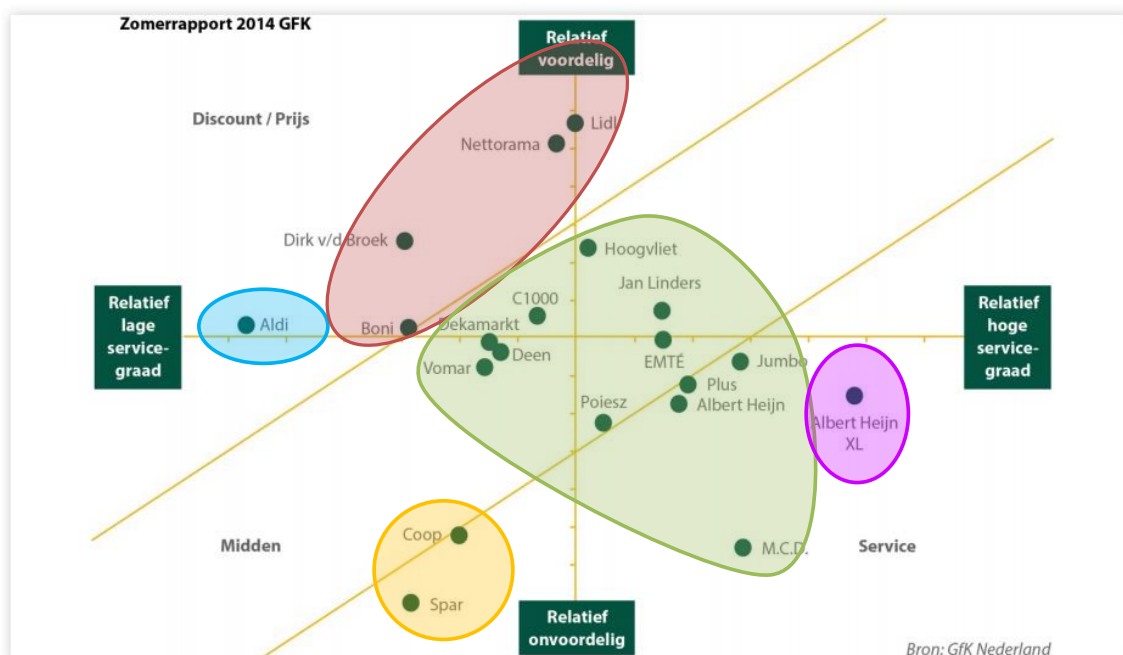


Figuur 3.4 Aandeel supermarkten en aandeel speciaalzaken binnen de levensmiddelenbranche primair marktgebied (Locatus, 2017)

Supermarktsegmenten verzorgingsgebied

Voor een sterke detailhandelsstructuur is het van belang dat het supermarktaanbod compleet is en blijft. In Nederland kennen we diverse supermarkten die op basis van functie en kenmerken kunnen worden ingedeeld in 5 categorieën (figuur 3.5):

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



Figuur 3.5 Positionering supermarktketens (bron: GfK, zomer 2014, arcering Rho)

Geconcludeerd wordt dat de primaire marktgebied overwegend beschikt over full-service supermarkten met de filialen van Albert-Heijn (1x), Emté (1x) en Plus (1x). Driekwart van het supermarktaanbod bestaat dus uit het full-service segment. Het supermarktaanbod in het verzorgingsgebied wordt gecompliceerd met de vestiging van Aldi aan het Bernardusplein.

Speciaalzaken Bernardusplein

Het overige dagelijkse winkelaanbod aan het Bernardusplein, naast harddiscounter Aldi, wordt ingevuld door speciaalzaken. Istanbul Bazaar kan worden geschaard onder de categorie 'Buitenlandse levensmiddelenzaken' (Detailhandel.info, 2017). Dit zijn winkels die buitenlandse eetwaren met een algemeen assortiment verkopen, inclusief de benodigde ingrediënten, eventueel in combinatie met vervaardigen en invriezen van buitenlandse eetwaren. De buitenlandse levensmiddelenzaken vormen

een zeer klein aandeel van alle levensmiddelenzaken. Dat geldt zowel voor de omzet, de werkgelegenheid, het aantal verkooppunten als de hoeveelheid.

Verder zijn nog de volgende speciaalzaken gevestigd aan het Bernardusplein:

- Afrah (bakker).
- El Youssfi (slagerij).
- Marina (vishandel).

De gevestigde ondernemers aan het Bernardusplein maken geen onderdeel uit van een winkelketen. Het betreft alleen zelfstandige ondernemers. Voor 2017 verwacht de Rabobank een volumegroei van circa 1,5% voor foodspeciaalzaken (Rabobank Cijfers & Trends, 2017). In toenemende mate maakt de kwaliteit van het ondernemerschap het verschil. Succesvolle ondernemers zijn sterk bewust van de locatie en de doelgroep die ze daar kunnen aantrekken. De vestigingslocatie en de klanten die er komen, zijn bepalend voor het assortiment, het concept en de mate van service. Conceptbeleving is daarbij essentieel en speelt in op de behoefte van de consument naar meer beleving rondom het product. Deze opwaartse trend wordt bevestigd door ING. Zij voorzien in 2017 een groei van de omzet met circa 2%. Voeding is een 'hot topic' en de specialist heeft in die discussie een streepje voor. De consument heeft interesse voor het verhaal achter het product (ING, 2016).

Uit de cijfers en trends wordt geconcludeerd dat de huidige marktomstandigheden gunstig zijn voor foodspeciaalzaken. Aan het Bernardusplein zijn momenteel zowel buitenlandse levensmiddelen verkrijgbaar als het reguliere aanbod speciaalzaken (bakker, slager, vishandel).

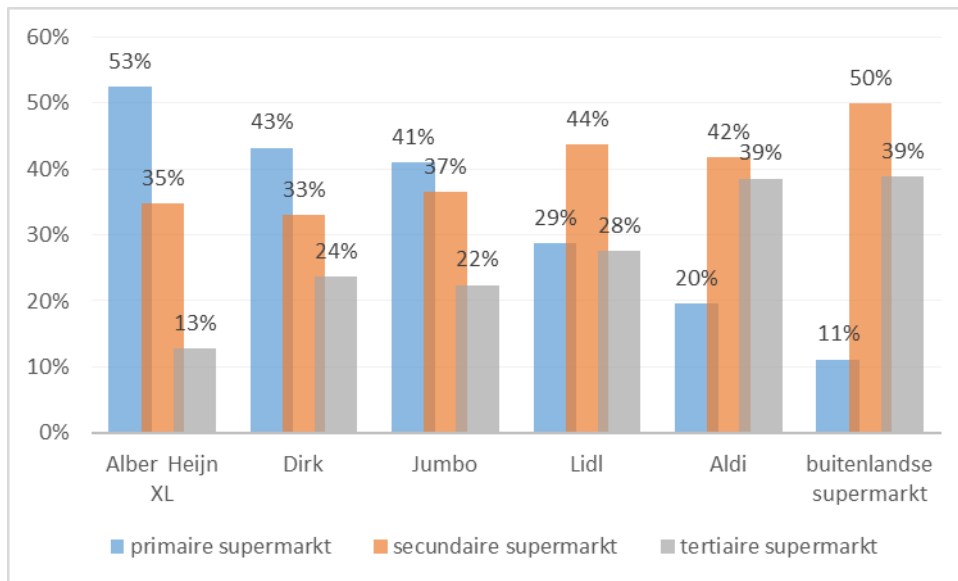
3.3. Positionering winkelcentrum Bernardusplein

In de voorgaande paragraaf is geconcludeerd dat zowel supermarktketen Aldi als de foodspeciaalzaken een specifiek segment vertegenwoordigd van de dagelijkse goederensector. De verschillen tussen supermarktketens en foodspeciaalzaken op het gebied van service, prijs en assortiment leiden tot verschillende typen winkelgedrag. Dit winkelgedrag is het gevolg van de verschillende functies van supermarktformules en foodspeciaalzaken voor de consument.

Naast een indeling op basis van service, prijs en assortiment (zie figuur 3.5), kunnen supermarkten worden ingedeeld op basis van de overwegende functie die een supermarktformule heeft in het winkelgedrag van consumenten.

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

Uit onderzoek van Deloitte (Consumententrends, 2016) blijkt dat circa 80% van de bezoekers van Aldi deze supermarkt secundair of tertiair bezoekt. Aldi heeft door dit bezoekgedrag een heel andere functie dan full-service supermarkten, zoals Albert Heijn en Plus, waar 40%/50% van de bezoekers primaire klant is (figuur 3.6).



Figuur 3.6 Functie van supermarktformules primair marktgebied voor de consument (Deloitte, 2016; bewerking Rho)

Uit het overzicht wordt geconcludeerd dat ook een buitenlandse supermarkt, zoals Istanbul Bazaar, in bijna 90% van de gevallen aanvullend wordt bezocht door de consument. De kracht van winkelcentrum Bernardusplein ligt dan ook bij de aanvullende functie van het winkelaanbod voor de dagelijkse boodschappen van de consument.

Relatie Aldi met het overige dagelijkse winkelaanbod van het Bernardusplein

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

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

3.4. Distributieplanologische marktanalyse

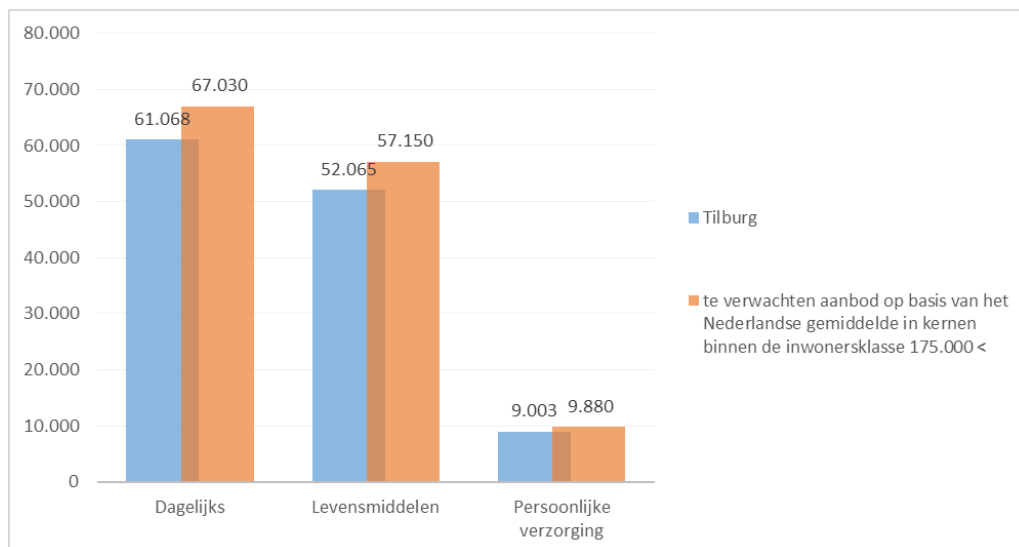
In deze paragraaf wordt een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd. De beoogde verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein gaat samen met een (beperkte) uitbreiding van het winkelcentrum. Per saldo wordt circa 775 m² wvo aan dagelijks winkelaanbod toegevoegd:

- Uitbreiding Aldi: 625 m² wvo.
- Uitbreiding overig dagelijks winkelaanbod: 150 m² wvo.

In deze paragraaf wordt onderzocht of de economische effecten van de uitbreiding aanvaardbaar zijn in relatie tot het overige dagelijkse winkelaanbod in het primaire verzorgingsgebied.

3.4.1. Relatieve winkelomvang dagelijkse goederensector Tilburg

Allereerst is een benchmarkanalyse uitgevoerd voor de woonplaats Tilburg (figuur 3.7). Tilburg is een grote stad en valt onder de inwonersklasse 175.000 inwoners en groter (Locatus, 2017). Uit de vergelijking blijkt dat Tilburg een benedengemiddeld winkelaanbod heeft. Oftewel, op basis van het inwoneraantal wordt meer dagelijks winkelaanbod verwacht. De vergelijking geeft een indicatie voor de ontwikkelingsruimte van de dagelijkse goederensector in Tilburg.



Figuur 3.7 Vergelijking winkelaanbod Tilburg met het te verwachten winkelaanbod op basis van het Nederlandse gemiddelde voor kernen binnen de inwonersklasse 175.000 < (Locatus, 2017)

3.4.2. Distributieplanologische marktanalyse primair marktgebied

Een beter inzicht in de marktsituatie en de effecten van de verplaatsing en uitbreiding van winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan kan worden verkregen door een distributieplanologische marktanalyse. Hierbij wordt de omvang van de totale gebonden bestedingen bij de winkels in dagelijkse goederen in het primaire marktgebied vergeleken met de gemiddelde omzet die het aanwezige winkelaanbod in het verzorgingsgebied in deze sector nodig heeft voor duurzaam functioneren.

Uitgangspunten distributieplanologische marktanalyse

Inwonertal primair marktgebied

In paragraaf 3.1 is het primaire marktgebied bepaald. Het primaire marktgebied bestaat uit de wijken Het Zand, De Hasselt en TweeSteden Ziekenhuis – De Rooi Pannen. Het totale primaire verzorgingsgebied bestaat uit 18.360 inwoners. Naast de huidige marktomstandigheden wordt ook een analyse uitgevoerd voor de toekomstige situatie. Verwacht wordt dat het inwonertal in de wijk stabiel zal blijven de komende planperiode.

Bestedingen

De gemiddelde winkelomzet aan dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2015 € 2.413,- per persoon (Notitie omzetkengetallen 2015, juni 2016). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,25 (HBD, 2013). Het gemiddelde inkomen in het primaire marktgebied ligt ruim 12% lager dan het Nederlandse gemiddelde. De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in het primaire marktgebied is daardoor ruim 3% lager dan het Nederlandse gemiddelde en bedraagt € 2.338,-.

Koopkrachtbinding

Eerder in dit hoofdstuk is geconcludeerd dat nabijheid het belangrijkste argument is voor de consument voor de keuze van een supermarkt. In het primaire marktgebied is momenteel een vrij compleet dagelijks-winkelaanbod gevestigd met zowel verschillende supermarktsegmenten als speciaalzaken. Verwacht wordt dat een groot deel van het potentieel aan bestedingen aan dagelijkse goederen van de inwoners uit het verzorgingsgebied ook binnen dit gebied blijft. Op basis van het aanwezige aanbod en de concurrentie in de omgeving wordt de koopkrachtbinding ingeschat op 75%. Voor de toekomstige situatie wordt verwacht dat de koopkrachtbinding wordt versterkt door de gunstige ligging ten opzichte van de wijk De Hasselt. De koopkrachtbinding zal stijgen naar 77%.

Koopkrachttoevloeiing

Voor de koopkrachttoevloeiing is gebruik gemaakt van klantherkomstonderzoek van het Aldi-filiaal aan het Bernardusplein (Aldi, 2016). Uit dit onderzoek wordt geconcludeerd dat 47,3% van de omzet van buiten het verzorgingsgebied komt. Er is een sterke mate van koopkrachttoevloeiing vanuit de wijk Wandelbos, maar ook vanuit de Reeshof. In dit gebied zit relatief weinig variatie in supermarktsegmenten, maar ook minder speciaalzaken. Op basis van dit onderzoek wordt de koopkrachttoevloeiing voor het totaal aan dagelijkse goederen in het primaire verzorgingsgebied bepaald op 45%.

Gemiddelde omzet per m² wvo dagelijkse goederen

De gemiddelde winkelomzet per m² wvo in de sector dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2015 € 7.518,- (Notitie omzetkengetallen 2015, juni 2016).

Distributieplanologische marktanalyse

Op basis van bovenstaande uitgangspunten is in tabel 3.1 de distributieplanologische marktanalyse gepresenteerd.

Tabel 3.1 Distributieplanologische marktanalyse

	2017	2027	bron
inwonertal marktgebied	18.360	18.360	CBS, 2017; gegevens over 2016
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. Btw)	€ 2.338	€ 2.338	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
bestedingspotentieel	€ 42.920.000	€ 42.920.000	
koopkrachtbinding (%)	75%	77%	inschatting Rho
gebonden bestedingen €	€ 32.190.000	€ 33.050.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	45%	45%	klantherkomstonderzoek Aldi Bernardusplein, 2016
koopkrachttoevloeiing €	€ 26.340.000	€ 27.040.000	
totale omzet in marktgebied	€ 58.530.000	€ 60.090.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m ² wvo (excl. btw)	€ 7.518	€ 7.518	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	7.790	7.990	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	6.934	6.934	Locatus, 2017
berekende vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 8.440	€ 8.670	
omzetclaim marktgebied	€ 52.130.000	€ 52.130.000	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	12%	15%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 6.400.000	€ 7.960.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	850	1.060	
uitbreiding Aldi	-	625	
overig dagelijks winkelaanbod		150	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	850	285	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	12%	4%	

Op basis van de distributieplanologische marktanalyse wordt geconcludeerd dat er zowel in de huidige – als toekomstige situatie behoefte is aan nieuwe ontwikkelingen binnen de dagelijkse goederensector in het verzorgingsgebied. Ook na de relatief beperkte uitbreiding van het nieuwe winkelcentrum Lage Witsiebaan (ten opzichte van de huidige situatie Bernardusplein) bestaat er nog ontwikkelruimte. Kortom, er is sprake van een kwantitatieve behoefte aan ontwikkeling. Als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding van winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan zullen naar verwachting geen onaanvaardbare effecten optreden voor het ondernemersklimaat. Ook na de beoogde ontwikkeling blijft een duurzaam-economische exploitatie mogelijk voor de overige aanbieders in het verzorgingsgebied.

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor berekende distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die zijn gebaseerd op meerdere aannames. De berekening is gemaakt voor de komende planperiode. Toekomstige ontwikkelingen kunnen op voorhand niet exact voorspeld worden. Een aantal uitgangspunten, zoals de demografische ontwikkeling, de koopstroomgegevens of de omvang van het winkelaanbod kunnen veranderen. Een sterke bevolkingsontwikkeling, bijvoorbeeld als gevolg immigratie, groei van de

gemiddelde besteding en – winkelomzet per m² vvo of nieuwe koopstroomgegevens hebben invloed op distributieplanologische marktanalyse.

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

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

3.5. Conclusie

In dit hoofdstuk is de behoefte aan de beoogde uitbreiding en verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan onderzocht. Uit distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat de markt voldoende ontwikkelingsmogelijkheden biedt voor de beoogde uitbreiding van het dagelijks winkelaanbod van winkelcentrum Bernardusplein. Daarbij wordt geconcludeerd dat in de wijk en het verzorgingsgebied overwegend full-service supermarkten zijn gevestigd. Aldi, als een van de belangrijkste trekkers van winkelcentrum Bernardusplein, voorziet de consumenten in zijn/haar (hard)discountaankopen. Daarnaast kenmerkt het gebied zich door relatief veel foodspeciaalzaken. Het is dan ook van belang dat Aldi en de speciaalzaken behouden blijft in het verzorgingsgebied.

De huidige locatie van Aldi aan het Bernardusplein is geen duurzame vestigingslocatie voor een harddiscounter. Fysiek zijn er momenteel geen uitbreidingsmogelijkheden, waardoor vanuit kwalitatief oogpunt behoefte is aan de verplaatsing van het winkelaanbod naar een economisch-duurzame locatie. Met de verplaatsing wordt ook het dagelijkse winkelaanbod uitgebreid ten opzichte van de huidige situatie. Uit een distributieplanologische marktanalyse wordt geconcludeerd dat zowel de huidige als toekomstige marktomstandigheden ruimte biedt voor ontwikkeling. Ook vanuit kwantitatief oogpunt is er behoefte aan ontwikkeling.

In het volgende hoofdstuk worden de ruimtelijk/fysieke behoefte aan de uitbreiding en verplaatsing van het Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan nader onderzocht in de locatieafweging.

4. Locatieafweging

In het voorgaande hoofdstuk is de behoefte aan de beoogde uitbreiding en verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan aangetoond. In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de locatieafweging. Omdat de gewenste verplaatsing en uitbreiding grotendeels bestaat uit de uitbreiding van Aldi zal allereerst het ruimtebeslag van een moderne harddiscounter worden uiteengezet. Vervolgens wordt ingegaan op de knelpunten op de huidige locatie aan het Bernardusplein. Tot slot wordt een locatieafweging gemaakt onder andere wordt ingegaan op de locatie Lage Witsiebaan, maar ook op de herinvulling van de vertreklocatie Bernardusplein.

4.1. Ruimtebeslag moderne harddiscounter

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

Winkelruimte

Net als bij de overige supermarktketens, wensen ook de bezoekers van Aldi meer service en comfort in de winkel. Om hieraan tegemoet te komen – en de concurrentie bij te blijven – wordt door Aldi niet zozeer de typische harddiscountopstelling (sobere productenpresentatie) losgelaten, maar worden wel de gangpaden breder, de schappen ruimer en het assortiment met verse en gekoelde producten uitgebreid (figuur 4.1).



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

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

Bereikbaarheid en autogebruik

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

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

Parkeren

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

discountsupermarkt									
Parkeerkencijfers (per 100 m² bvo)									
	centrum		schil centrum		rest bebouwde kom		buitengebied		aandeel bezoekers
	min.	max.	min.	max.	min.	max.	min.	max.	
zeer sterk stedelijk	1,6	3,6	2,9	4,9	4,2	6,2	n.v.t.	n.v.t.	96%
sterk stedelijk	2,3	4,3	3,9	5,9	5,5	7,5	n.v.t.	n.v.t.	
matig stedelijk	2,3	4,3	3,9	5,9	5,5	7,5	n.v.t.	n.v.t.	
weinig stedelijk	2,7	4,7	4,6	6,6	6,5	8,5	n.v.t.	n.v.t.	
niet stedelijk	2,9	4,9	4,8	6,8	6,8	8,8	n.v.t.	n.v.t.	

Figuur 4.2 Parkeerkencijfers discountsupermarkt (CROW, 2012)

Voor de huidige winkel van Aldi aan het Bernardusplein kan worden uitgegaan van zeer sterk stedelijk gebied in de categorie rest bebouwde kom. Het parkeerkencijfer bedraagt 4,2 - 6,2 parkeerplaatsen per 100 m² bvo. Dit geeft een parkeerbehoefte tussen 25 tot 34 parkeerplaatsen (uitgaande van 550 m² bvo). Bij een moderne winkel (1.350 m² bvo) ligt parkeerbehoefte tussen 57 en 84 parkeerplaatsen. Door het hoge aandeel autobezoekers hanteert Aldi graag de bovenkant van de bandbreedte. Per parkeervak wordt een oppervlak aangehouden van 26,5 m² (inclusief manoeuvreerruimte). Daarnaast moet ruimte worden gereserveerd voor de bevoorrading.

² Door Rho is er in 2015 bij 8 Aldi-vestigingen in de provincie Noord-Brabant (Aarle-Rixtel, Baarle-Nassau, Bergeijk, Boxtel, Haren, Heesch, Reusel en Veldhoven) in een matig stedelijk gebied op 6 dagen in de week in totaal 17.027 Aldi-klanten de postcode van het woonadres, de besteding en de vervoerswijze genoteerd. Op basis hiervan (6 positie postcode) is de gemiddelde reisafstand en het autogebruik onder de consumenten van een Aldi-supermarkt berekend.

Ruimtebeslag

Voor een moderne harddiscounter moet dus circa 2.200 m² tot 3.000 m² worden gereserveerd voor de parkeervoorziening. In combinatie met een moderne winkel (1.500 m² bvo) en ruimte voor de bevoorrading komt het totale ruimtebeslag, afhankelijk van de stedenbouwkundige context, uit op circa 4.000 tot 6.000 m².

4.2. Knelpunten huidige locatie: winkelcentrum Bernardusplein

Op basis van het voorgaande wordt geconcludeerd dat de huidige winkel van Aldi aan het Bernardusplein in Tilburg niet kan voldoen aan de eisen van de consument, maar ook niet aan de vestigingseisen van de harddiscounter zelf. Hieronder worden de knelpunten van winkelcentrum Bernardusplein nader toegelicht.

Winkelruimte

Veel winkelbedrijven realiseren steeds grotere winkels om de veeleisende consument een zo groot mogelijk assortiment en veel comfort (meer kassa's, ruime gangpaden etc.) te kunnen bieden. In het geval van Aldi wordt gestreefd naar winkels van minimaal 1.000 m² wvo tot 1.200 m² wvo. De huidige winkel van Aldi aan het Bernardusplein in Tilburg is te klein met 445 m² wvo. De stedenbouwkundige structuur maakt het de winkel onmogelijk om de winkel fysiek uit te breiden.

Bereikbaarheid en parkeren

De winkels aan het Bernardusplein zijn vanaf de Bernardusstraat en de Thomas van Aquinostraat goed bereikbaar voor inwoners uit de wijk 'Het Zand'. Vanuit het verzorgingsgebied is de bereikbaarheid wat minder. De parkeervoorziening is ondermaats, in relatie tot het aanwezige winkelaanbod. Momenteel zijn er slechts 35 parkeerplaatsen voor het totale commerciële aanbod aan het Bernardusplein. Voor alleen Aldi met de huidige kleine omvang zijn al 25 tot 34 parkeerplaatsen benodigd. Daarbij wordt de parkeerruimte ook gebruikt door de bewoners van de appartementen boven de commerciële plint. Vermoedelijk zijn op de piekmomenten te weinig parkeerplaatsen beschikbaar voor alle bezoekers van de winkels. Uitbreidingsmogelijkheden zijn er niet omdat het plein ingesloten ligt in de woonwijk (zie figuur 4.3) en er geen reële ruimte is om de extra parkeerbehoefte op te vangen.



Figuur 4.3 Bovenaanzicht winkelcentrum Bernardusplein (bron; ArcGIS luchtfoto, 2016)

4.3. Locatieafweging

In hoofdstuk 2 is geconcludeerd dat nieuwe detailhandelsontwikkelingen, vanuit beleidsmatig oogpunt, zoveel mogelijk gefaciliteerd dienen te worden in binnen de bestaande winkelgebieden. In deze paragraaf wordt onder andere gekeken naar de beschikbare winkelpanden in Tilburg, maar ook naar de aanknopingspunten die de huidige leegstand biedt. Ook conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking worden nieuwe stedelijke ontwikkelingen bij voorkeur binnen bestaand stedelijk gebied gefaciliteerd.

Leegstandsanalyse

Bij een zorgvuldig ruimtelijke afweging is het van belang dat wordt onderzocht of een nieuwe stedelijke ontwikkeling ingepast kan worden binnen de bestaande leegstand of bestaande winkelgebieden. Uit tabel 4.1 wordt geconcludeerd dat de leegstand in Tilburg bovengemiddeld is, zowel in vergelijking met het provinciale gemiddelde als het gemiddelde voor vergelijkbare Nederlandse kernen (op basis van het inwonertal).

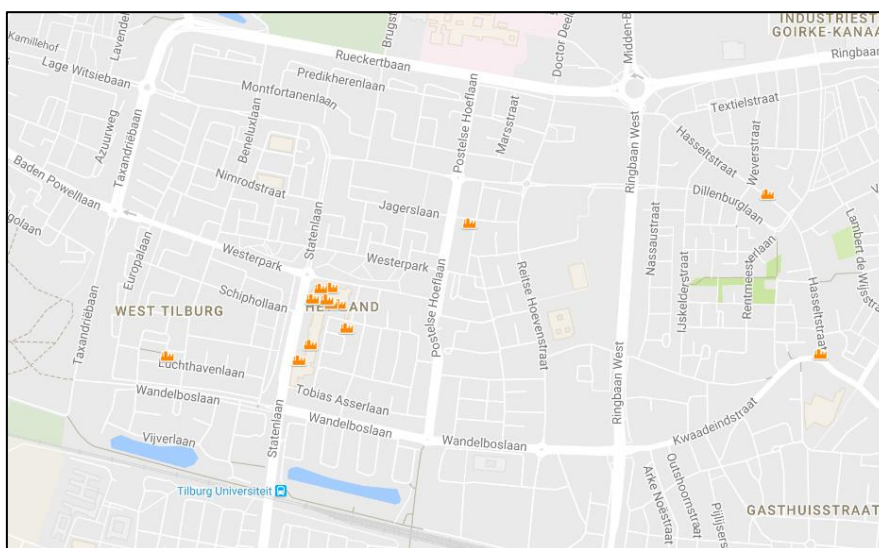
Tabel 4.1 Leegstandsanalyse Tilburg (Locatus, februari 2017)

	Winkelometers (m ²)			Verkooppunten		
	Totaal	Leegstand (n)	Leegstand (%)	Totaal	Leegstand (n)	Leegstand (%)
Provincie Noord-Brabant	4.763.134	524.920	11%	32.402	2.628	8%
Tilburg	319.875	44.543	14%	2.214	171	8%
Te verwachten omvang op basis van het Nederlandse gemiddelde van kernen binnen de inwonersklasse 100.000 - 175.000	280.928	30.744	11%	2.084	146	7%

De cijfers uit tabel 4.1 geven echter een vertekend beeld. In de leegstandscijfers zit nog steeds het warenhuis van V&D. Voor de sluiting van V&D was de leegstand nog circa 7%, waardoor sprake is van een benedengemiddelde leegstand (NOS, 20 februari 2016) ten opzichte van het provinciale gemiddelde en het gemiddelde van kernen met een vergelijkbaar inwonertal.

Inpassing bestaande leegstand binnen het verzorgingsgebied

De beoogde ontwikkeling is primair gericht op het behoud van de dagelijkse winkelvoorzieningen binnen het verzorgingsgebied. In het primaire verzorgingsgebied staan momenteel 13 panden leeg (figuur 4.2 en figuur 4.4). Van de 13 leegstaande panden worden er 9 aangeboden in winkelcentrum Westernmarkt.



Figuur 4.4 Aangeboden winkelpanden (Funda in Business, per 27 februari 2017)

De aangeboden winkelpanden variëren van 51 m² bvo tot 385 m² bvo (figuur 4.5). Daarnaast wordt het leegstaande kantoor van Rabobank aangeboden als potentieel winkelpand. Dit kantoor is echter niet courant voor de vestiging van harddiscountsupermarkt, maar ook niet voor de complete relocatie van winkelcentrum Bernardusplein.

	Westermarkt 21 5042 MD Tilburg € 200 /m ² /jaar 160 m ² Bresson van Kempen Bedrijfshuisvesting B.V.		Westermarkt 140 5042 SZ Tilburg € 214 /m ² /jaar 105 m ² Van de Water Bedrijfsmakelaars Tilburg
	Brunostraat 62 5042 JA Tilburg € 269.000 k.k. 259 m ² • Units vanaf 145 m ² Naber Bedrijfshuisvesting		Westermarkt 8 5042 MC Tilburg € 169 /m ² /jaar 135 m ² Klotz bedrijfshuisvesting
	Westermarkt 22 5042 MD Tilburg € 315 /m ² /jaar 80 m ² Lemmens Makelaardij B.V.		Westermarkt 12 - 13 5042 MC Tilburg Huurprijs op aanvraag 320 m ² • Units vanaf 170 m ² Online Bedrijfsmakelaar
	Westermarkt 24 5042 MD Tilburg € 282 /m ² /jaar 51 m ² Lemmens Makelaardij B.V.		Hasseltstraat 269 5046 LL Tilburg € 196 /m ² /jaar 92 m ² Lemmens Makelaardij B.V.
	Hasseltstraat 138 A 142 5046 LN Tilburg € 489.000 k.k. 385 m ² Transparant Makelaars		Westermarkt 110 5042 SX Tilburg € 257 /m ² /jaar 70 m ² Van de Water Bedrijfsmakelaars Tilburg
	Roelof Kranenburgplein 2 5042 MA Tilburg € 410.000 k.k. € 195 /m ² /jaar 185 m ² SMITSVANBEEK Bedrijfshuisvesting		Luchthavenlaan 85 5042 TB Tilburg € 325.000 k.k. 200 m ² Naber Bedrijfshuisvesting
	Westermarkt 4 5a 5042 MC Tilburg € 1.045.000 k.k. 1.011 m ² Van de Water Bedrijfsmakelaars Breda		Westermarkt 111 5042 SX Tilburg € 277 /m ² /jaar 65 m ² Van de Water Bedrijfsmakelaars Breda

Figuur 4.5 Leegstaande panden in de wijken 'Het Zand', 'De Hasselt' en 'TweeSteden Ziekenhuis – De Rooi Pannen' (Funda in Business, per 27 februari 2017)

Beoordeling locatie Lage Witsiebaan

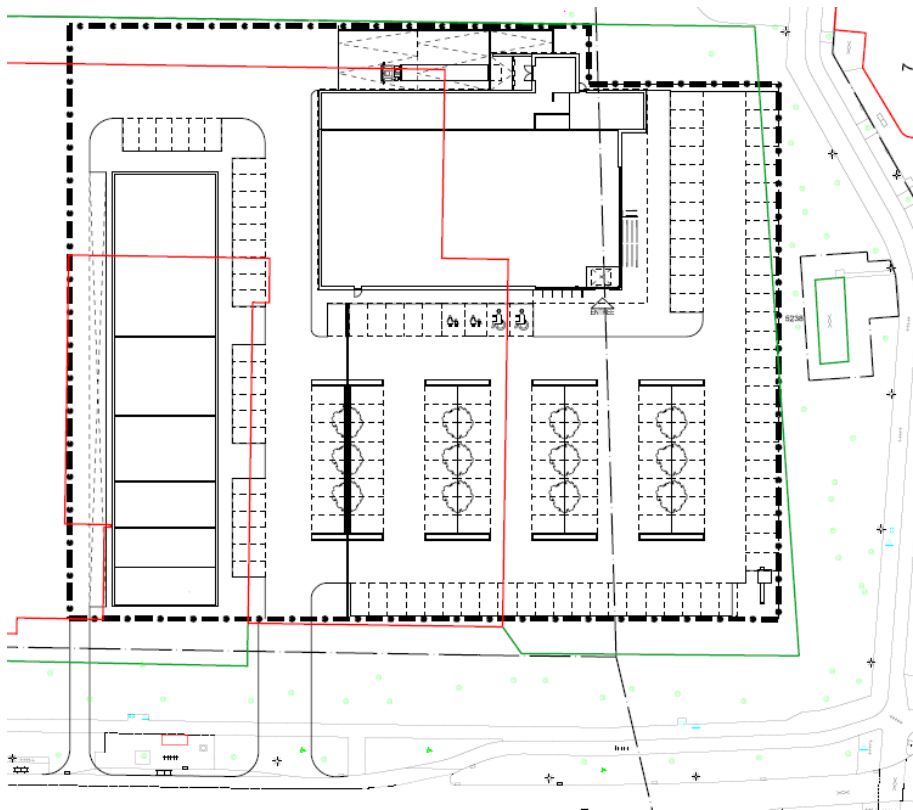
De huidige leegstand in het verzorgingsgebied kan niet voorzien in een alternatieve locatie voor het winkelcentrum Bernardusplein. Aldi heeft in samenwerking met de overige ondernemers een geschikte alternatieve locatie gevonden: de locatie Lage Witsiebaan (figuur 4.6). De locatie is momenteel in gebruik door het Vakcollege Tilburg. Het perceel omvat circa 9.500 m². Met de verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein worden de winkelcentra beter verspreid in de wijk en het verzorgingsgebied. De locatie Lage Witsiebaan is hierdoor ook goed bereikbaar vanuit de wijk De Hasselt, die geen eigen winkelcentrum heeft.



Figuur 4.6 Ligging locatie Lage Witsiebaan ten opzichte van de overige winkelgebieden

Winkelruimte

Op het perceel aan de Lage Witsiebaan is voldoende ruimte voor het realiseren van een moderne harddiscounter (1.070 m² wvo), maar ook voor de realisatie van de overige winkelunits met bijbehorend parkeren. In figuur 4.7 is de beoogde ontwikkeling ingetekend binnen het perceel aan de Lage Witsiebaan.



Figuur 4.7 Impressie beoogde ontwikkeling (Den Hollander Bouwadvies & Ontwerp, 2016)

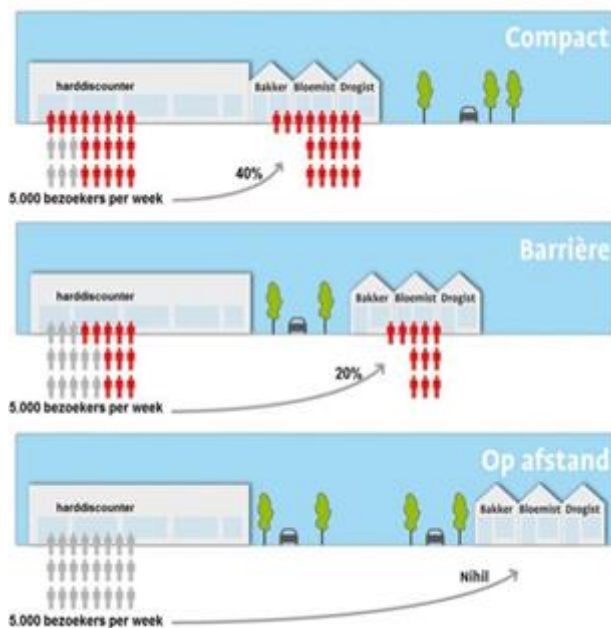
Bereikbaarheid en parkeren

De beoogde locatie ligt nabij de doorgaande routes in Tilburg, namelijk de Ringbaan-West en de Rueckertbaan / Ringbaan-Noord / Midden-Brabantweg. Het beoogde winkelcentrum is hierdoor goed bereikbaar voor het verzorgingsgebied, maar ook voor het woon-werkverkeer, bijvoorbeeld tussen De Reeshof de Tilburg-Centrum.

Met de ontwikkeling worden ca. 160 parkeerplaatsen gerealiseerd. Conform de CROW-norm zouden voor Aldi 72 parkeerplaatsen aanwezig moeten zijn (het gemeentelijk beleid maakt en hanteert een parkeerbehoefte van 3,2 / 100 m² bvo). Geconcludeerd wordt dat in ruime mate wordt voorzien in de parkeerbehoefte van Aldi, maar ook van de overige winkeliers.

Combinatiebezoek

Het grote voordeel van een integrale verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein is dat de huidige mate van combinatiebezoek tussen harddiscounter Aldi en het overige dagelijkse winkelaanbod behouden blijft. In algemene zin gelden supermarkten als consumententrekkers, waarbij overige winkels profiteren van het combinatiebezoek door consumenten tussen supermarkt en de speciaalzaken. Circa 40% van de bezoekers van discountsupermarkten doet aanvullend boodschappen bij de speciaalzaken. Van belang is de ruimtelijke situering van de speciaalzaken en de supermarkt. Indien er een barrière is tussen de supermarkt en de speciaalzaken neemt het aandeel combinatiebezoeken procentueel af (zie figuur 4.8). In de huidige en toekomstige situatie zit de harddiscountsupermarkt Aldi naast de speciaalzaken, waardoor het aandeel combinatiebezoeken relatief hoog is. Het aanwezige winkelaanbod zal in de toekomstige situatie van elkaar blijven profiteren op een nieuwe locatie.



Figuur 4.8 Schematische weergave van het gemiddelde combinatiebezoek naar ruimtelijke situering tussen service supermarkt – speciaalzaak en harddiscountsupermarkt – speciaalzaak (DTNP, 2011)

Herinvulling vertreklocatie: Bernardusplein

Met de verplaatsing van de winkels aan het Bernardusplein, zal de complete commerciële plint leeg komen te staan. Parellel aan het principeverzoek voor de verplaatsing van het winkelcentrum loopt het initiatief voor de transformatie van het Bernardusplein. De commerciële functie van de plint zal worden omgezet naar een woonfunctie. Als gevolg van de beoogde ontwikkeling zal dus geen onaanvaardbare leegstand ontstaan.

4.4. Conclusie

Geconcludeerd wordt dat de beoogde locatie aan de Lage Witsiebaan een geschikte locatie is voor de verplaatsing van winkelcentrum Bernardusplein. De huidige winkels aan het Bernardusplein zijn naar moderne maatstaven te klein, met in het bijzonder de winkel van harddiscounter Aldi. Uit de ruimtelijk relevante vestigingseisen van de Aldi, die voortkomen uit de consumentenbehoefte, wordt geconcludeerd dat de huidige locatie aan het Bernardusplein niet meer geschikt is voor de vestiging van een harddiscountvoorziening. Met de beoogde verplaatsing van het complete winkelcentrum Bernardusplein wordt ook de overige winkeliers de ruimte geboden om (beperkt) uit te breiden. Inpassing van de beoogde ontwikkeling (complete winkelaanbod van het winkelcentrum Bernardusplein) is niet inpasbaar in de bestaande leegstand of in bestaande winkelgebieden. Behoud van een (buurt)winkelcentrum, binnen de buurt/wijk, is beleidsmatig gewenst, waardoor de locatie groot genoeg moet zijn om het volledige winkelaanbod op te kunnen realiseren. De locatie Lage-Witsiebaan is een geschikt alternatief en ligt centraal in het verzorgingsgebied. De locatie is goed bereikbaar voor meerdere wijken, maar ook voor woon-werkverkeer. De winkelcentra worden ook beter verspreid over het verzorgingsgebied. Daarbij beschikt de locatie over voldoende ruimte voor de uitbreidingswens van de winkeliers aan het Bernardusplein en voldoet ook aan de minimale parkeernorm. Gekoppeld aan de ontwikkeling worden de winkelunits aan het Bernardusplein getransformeerd naar een woonfunctie. Geconcludeerd wordt dat de beoogde verplaatsing en uitbreiding van winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan voorziet in zorgvuldig ruimtegebruik en een goede ruimtelijke ordening in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.

5. Conclusie

Overheden die nieuwe stedelijke ontwikkelingen mogelijk willen maken, moeten standaard een aantal stappen zetten die borgen dat tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging en inpassing van die nieuwe ontwikkeling wordt gekomen. Deze stappen volgen de ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij moet worden voldaan aan de volgende voorwaarden:

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

5.1. Behoeft (trede 1)

Uit de relevante beleidsstukken wordt de behoefte onderschreven om zorgvuldig met bestaande winkelcentra om te gaan. Met de beoogde verplaatsing van het winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan wordt de verzorgingsstructuur in de wijk Het Zand behouden en verder versterkt door een bestaand buurtwinkelcentrum te optimaliseren op een alternatieve locatie binnen de wijk. De nieuwe locatie heeft een gunstige ligging ten opzichte van meerdere wijken. Uitbreiding van het winkelaanbod op de huidige locatie, aan het Bernardusplein, is fysiek niet mogelijk door de stedenbouwkundige structuur van de locatie.

In de wijk Het Zand, maar ook in de direct omliggende wijken, zijn overwegend full-service supermarkten gevestigd. Supermarktketen Aldi voorziet de consumenten in zijn/haar discountaankopen en completeert, samen met de hoge mate aan speciaalzaken in de wijk, het dagelijks winkelaanbod. De consument is gebaat bij het behoud van een compleet dagelijks winkelaanbod. Aldi heeft als harddiscounter een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheidt zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscounter ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument.

Uit distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat de beoogde verplaatsing en uitbreiding van het dagelijks winkelaanbod van het Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan aanvaardbaar is in relatie tot een goed woon, leef- en ondernemersklimaat. Zowel de huidige – als toekomstige marktomstandigheden bieden ruimte voor ontwikkeling. Als gevolg van de beoogde verplaatsing en uitbreiding worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het ondernemersklimaat. De ontwikkeling is er juist op gericht om de bestaande voorzieningen te behouden voor de wijk. Er is zowel in kwalitatief – als kwantitatief opzicht behoefte aan de beoogde ontwikkeling. De ontwikkeling voldoet aan trede 1 van de ladder voor duurzame verstedelijking.

5.2. Locatieafweging (treden 2 en 3)

In hoofdstuk 4 is de locatieafweging aan bod gekomen. Geconcludeerd wordt dat de beoogde verplaatsing van het complete winkelaanbod aan het Bernardusplein niet binnen de bestaande leegstand / winkelgebieden gefaciliteerd kan worden. De locatie Lage Witsiebaan is een geschikt alternatief binnen bestaand stedelijk gebied. De locatie betreft momenteel een braakliggend terrein en heeft voldoende ruimte om de uitbreidingswens van de winkeliers van het Bernardusplein te faciliteren. Behoud van een (buurt)winkelcentrum, binnen de buurt/wijk, is beleidsmatig gewenst. De beoogde locatie is vanuit ruimtelijk oogpunt een geschikte locatie. De locatie ligt centraal in het verzorgingsgebied, zorgt voor een betere spreiding van het dagelijkse winkelaanbod en is voor meerdere wijken goed bereikbaar. Daarbij is er voldoende ruimte voor de winkels, maar ook voor de parkeergelegenheid. De winkelunits aan het Bernardusplein worden, gekoppeld aan de beoogde ontwikkeling, getransformeerd naar een woonfunctie, waardoor per saldo geen leegstand ontstaat.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling voldoet aan trede 2 van de ladder voor duurzame verstedelijking, door bestaande stedelijke gronden te herontwikkelen, waarbij aandacht is voor de herinvulling van de vertreklocatie. Trede 3 is niet van toepassing, omdat de ontwikkeling plaatsvindt binnen bestaand stedelijk gebied.

5.3. Conclusie

Met de verplaatsing van het winkelcentrum Bernardusplein naar de locatie Lage Witsiebaan is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik en een goede ruimtelijke ordening in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking. Op basis van ruimtelijk relevante argumenten voldoet de beoogde locatie aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.