

Gemeente Venlo, ruimtelijk-functionele onderbouwung supermarktontwikkelingen centrum Tegelen

Concept-nl



Gemeente Venlo, ruimtelijk-functionele onderbouwing supermarktontwikkelingen centrum Tegelen

Concept-nl

Rapportnummer:	P02456
Datum:	24 januari 2022
Projectteam BRO:	AM, RO, FS, GW
Trefwoorden:	Ruimtelijk-functionele analyse, dagelijkse artikelen, toets ladder voor duurzame verstedelijking
Bron foto kaft:	BRO
Beknopte inhoud:	Ruimtelijk-functionele analyse en laddertoets in het kader van de beoogde verplaatsing van de Jan Linders supermarkt naar de locatie Martinushof in het centrum van Tegelen en de toevoeging van een tweede supermarkt (discounter) op die locatie. De conclusie is dat de ontwikkeling voorziet in de behoefte en dat de effecten op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in Tegelen aanvaardbaar zijn.

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

pagina

1. AANLEIDING, ONDERZOEK EN CONCLUSIES	2
1.1 Aanleiding en vraagstelling	2
1.2 Onderzoeksresultaten en conclusies	5
1.3 Juridisch-planologische aspecten	6
2. KWALITATIEVE ANALYSE	9
2.1 Trends en ontwikkelingen in de sector dagelijkse artikelen	9
2.2 Winkelaanbod	11
2.3 Bevolkingsontwikkeling	16
2.4 Onbenutte plancapaciteit en plannen	16
2.5 Beleidskaders	17
3. KWANTITATIEVE ANALYSE EN EFFECTEN	19
3.1 Uitgangspunten analyse dagelijkse artikelensector	19
3.2 Economisch functioneren en distributieve uitbreidingsruimte sector dagelijkse artikelen	20
3.3 Analyse effecten	22
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	
Bijlage 2: Omvang en branchering winkelaanbod gemeente Venlo	
Bijlage 3: Leegstaande panden in Tegelen	
Bijlage 4: Europese Dienstenrichtlijn	
Bijlage 5: Beleidsmatige afbakening kernwinkelgebied Tegelen	

1. AANLEIDING, ONDERZOEK EN CONCLUSIES

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Achtergrond en aanleiding

Het winkelaanbod in het Venlose stadsdeel Tegelen (ruim. 18.800 inwoners) is in sterke mate geconcentreerd in het winkelcentrum van Tegelen. Dit winkelcentrum staat echter al geruime tijd onder druk, hetgeen onder meer tot uiting komt in een hoog leegstandscijfer. In het adviesrapport 'Detailhandel 2015-2025 in Venlo'¹, dat de basis vormt voor het detailhandelsbeleid van de gemeente Venlo², wordt het volgende over het centrum aangegeven:

“Op dit schaalniveau vormt het boodschappenaanbod de trekker van het winkelgebied. Juist hierin liggen versterkingskansen. Zo hebben de huidige supermarkten in het centrum (Jan Linders en Albert Heijn, red.) een te kleine schaal en ontbreekt discountaanbod”.

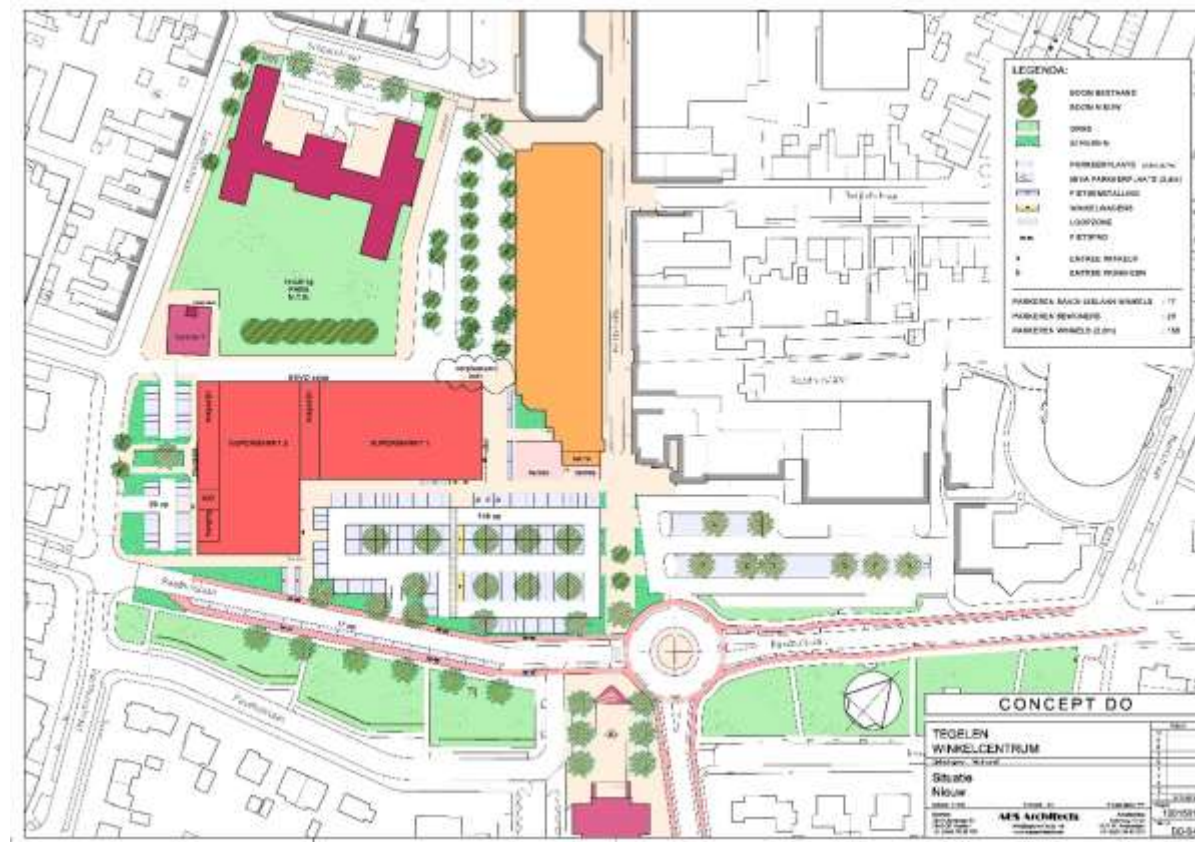
In dit verband heeft Jan Linders supermarkten uit Nieuw-Bergen het tegen het winkelcentrum van Tegelen aangelegen, voormalige bejaardentehuis Martinushof verworven en inmiddels is dit pand gesloopt. Het ligt in de bedoeling op de betreffende locatie winkelruimte te realiseren voor twee supermarkten en daarboven woningen. Daarbij zal een van de winkelpanden in gebruik genomen worden door de nu in het aanpalende blok gevestigde Jan Linders supermarkt. Dit blok, waar nu onder meer ook een Hema in gevestigd is, zal met het vertrek van Jan Linders deels een andere invulling krijgen, iets waar de ontwikkelende partijen conform afspraken met de gemeente zorg voor dienen te dragen. De tweede, nieuwe supermarkt zal een discounter worden.

De beide nieuwe supermarkten omvatten samen ca. 4.000 m² bvo, hetgeen overeenkomt met ca. 3.000 m² winkelverkoopoppervlakte (wvo). Aangezien de huidige Jan Linders ca. 1.200 m² wvo groot is, neemt het supermarktareaal in het centrum van Tegelen door de beoogde ontwikkeling per saldo toe met 1.800 m² wvo.

¹ BRO 2014

² Detailhandelsbeleid Venlo 2015-2025, Gemeente Venlo, vastgesteld 25 februari 2015

Figuur 1.1 Stedenbouwkundig plan



De nieuwe winkelruimte krijgt de bestemming “supermarkten”. Aangezien het huidige bestemmingsplan niet voorziet in de realisatie van supermarkten, is een herziening van dit bestemmingsplan noodzakelijk. Daarbij is een ‘goede ruimtelijke onderbouwing’ vereist, waarbij ook de distributieplanologische effecten van het initiatief aan de orde moeten komen. Bovendien dient ook de ‘Ladder voor duurzame verstedelijking’ doorlopen te worden. Deze ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijkingbesluiten die een ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ mogelijk maken. Bij de beoogde (her)vestiging van supermarkten gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het om detailhandelsontwikkelingen gaat en omdat er sprake is van functieverandering en nieuwbouw van een zekere omvang³.

Per 1 juli 2017 luidt de tekst van het tweede lid van art. 3.1.6: “De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het stedelijke gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien”.

³ ABRS 5 maart 2014, 201303469/1/R3 (Ekkersrijt, Son en Breugel)

De beoogde locatie voor de beide supermarkten ligt in het stedelijke gebied en daarom richt de laddertoets zich specifiek op de behoefte. Daarbij gaat het om zowel kwantitatieve als de kwalitatieve aspecten, inclusief de relatie met het (detailhandels)beleid.

Vraagstelling

De vraagstelling voor de gevraagde onderbouwing is als volgt geformuleerd:

- In hoeverre en onder welke voorwaarden is er distributieve ruimte aan te geven voor een uitbreiding van het supermarktaanbod in Tegelen en specifiek Tegelen-centrum?
- Wat is, in het licht van de algemene, regionale en lokale trends en ontwikkelingen, het perspectief van het winkelcentrum Tegelen en welke rol kunnen de beoogde supermarktontwikkelingen daarbij spelen?
- Wat zijn de effecten van de voorgenomen ontwikkeling op de consumentenverzorging, de structuur van publieksgerichte voorzieningen en de leegstand in Tegelen?
- In hoeverre past het initiatief in het beleid van de provincie, regio en gemeente?

In het licht van de vraagstelling zal de analyse zich specifiek richten op de dagelijkse artikelensector. Wel wordt in de aanbodanalyse ook het niet-dagelijkse artikelenaanbod meegenomen, evenals de leegstandsituatie.

Primair verzorgingsgebied

Omdat het centrum van Tegelen met name een rol vervult voor de inwoners van het eigen stadsdeel, wordt Tegelen (inclusief Steyl) gezien als het primaire verzorgingsgebied voor de hier aanwezige dagelijkse artikelenwinkels. Hoewel Tegelen en Steyl twee separate kernen zijn, vormen ze geografisch een aaneengesloten gebied. De afstand tussen Steyl en Tegelen is nagenoeg gelijk aan de afstand tussen Op de Hei en de rest van Tegelen. Steyl is geografisch gezien net als Op de Hei onderdeel van het verzorgingsgebied. Steyl beschikt net als Op de Hei over één supermarkt, in omvang redelijk bescheiden. De supermarkt heeft een belangrijke functie voor inwoners van Steyl (met name Oud-Steyl/Kloosterdorp), maar tegelijkertijd zijn inwoners van Steyl ook sterk georiënteerd op het centrum van Tegelen, met modern supermarkt aanbod en bovendien twee andere formules. Het aandeel omzet van buiten het primaire verzorgingsgebied (koopkrachttoevoering) ligt op een relatief hoog niveau en komt voornamelijk uit Belfeld.

Leeswijzer rapport

In de volgende paragraaf worden de conclusies van de analyses samengevat weergegeven en wordt de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen. De elementen waaruit de conclusies zijn opgebouwd, komen aan de orde in de hoofdstukken daarna.

- Hoofdstuk 2: de kwalitatieve behoefte wordt bepaald op basis van de meer algemene trends in vraag en aanbod, de huidige vraag-aanbodsituatie, de relevante ontwikkelingen in de vraag en in het winkelaanbod en de positionering van de beoogde ontwikkeling. Ook worden in dit hoofdstuk de relevante kaders vanuit het beleid gegeven.
- Hoofdstuk 3: de kwantitatieve en kwalitatieve behoefte wordt verkend binnen het verzorgingsgebied van de beoogde ontwikkeling. In dit hoofdstuk wordt tevens ingegaan op de te verwachten effecten van de verplaatsing en vergroting van de Jumbo in combinatie met de andere supermarktontwikkelingen.

1.2 Onderzoeksresultaten en conclusies

Conclusies analyses

De belangrijkste conclusies uit het onderzoek zijn:

- De bestedingen aan dagelijkse artikelen nemen al jaren geleidelijk aan toe. Ook het aandeel van de bestedingen dat via internet gaat, neemt toe, maar het aandeel van dit aankoopkanaal in de bestedingen is nog heel beperkt (ca. 3%). Wel zal er de komende jaren sprake zijn van meer groei als gevolg van de uitbreiding van de bezorgdiensten en het aantal afhaalpunten. De fysieke winkels blijven echter veruit het belangrijkste aankoopkanaal voor het boodschappen doen.
- Om te blijven voldoen aan de wensen en eisen van de consumenten ten aanzien van het assortiment en het gemak en comfort, moderniseren veel supermarkten en dat gaat veelal gepaard met schaalvergroting.
- De inwoners het stadsdeel Tegelen beschikken uitgedrukt in m² wvo over 19% meer aanbod aan dagelijkse artikelenwinkels dan het landelijke gemiddelde. Daarbij geldt echter dat het winkelaanbod in Tegelen ook een belangrijke functie heeft voor inwoners van Steyl (primaire verzorgingsgebied), Belfeld en de Duitse consument.
- Het supermarktaanbod bestaat uit vier full-service supermarkten, waarvan twee in het centrum gelegen zijn en twee min of meer solitair in Steyl en Op de Hei gelegen zijn (buurtsteunpunten). Daarnaast is er een tijdelijk vestiging van Aldi, evenals drie kleinere buitenlandse supermarkten (Turks, Pools, Bulgaars).
- In totaal kent de dagelijkse artikelensector in het centrum van Tegelen een ruime omvang. De tijdelijke vestiging van Aldi en de recente toevoeging van twee doelgroepsupermarkten dragen hier stevig aan bij. Voor deze ontwikkelingen was het dagelijks aanbod juist redelijk beperkt.
- De leegstand ligt zowel in het stadsdeel als in het centrum op een heel hoog niveau, maar is de laatste jaren wel afgenomen.
- Het planinitiatief voor de versterking van het supermarktaanbod past goed binnen de vigerende lokale, regionale en provinciale beleidskaders, omdat daarin wordt ingezet op modernisering van het bestaande aanbod en een concentratie van winkelaanbod in het kernwinkelgebied. De beoogde locatie ligt ook in het aangewezen winkelconcentratiegebied.
- Het aantal inwoners van Tegelen zal de komende jaren licht afnemen. De krimp gaat echter minder snel dan in eerdere prognoses is aangegeven.
- In de huidige situatie realiseert het dagelijkse artikelaanbod in Tegelen als geheel een omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) die beneden het landelijke gemiddelde ligt. Het aanbod in het centrum scoort daar echter ruim boven, het aanbod buiten het centrum daar ruim onder.
- Het versterkte supermarktaanbod zal, mede door de verbeterde parkeersituatie, meer bezoekers uit het stadsdeel zelf trekken (vermindering koopkrachtafvloeiing), en in beperkte mate ook meer bestedingen van buiten het stadsdeel. Ook de andere aanwezige winkels en voorzieningen in het centrum zullen daarvan profiteren.
- Door de te verwachten toename van de koopkrachtbinding en –toevloeiing als gevolg van de beoogde versterking ontstaat er, ondanks de daling van het aantal inwoners, distributieve ruimte voor een uitbreiding van het supermarktaanbod (ca. 300 m² wvo). Dit is minder dan de beoogde uitbreiding van 1.000 m² wvo (1800 m² wvo – tijdelijke vestiging van Aldi van 800 m² wvo), met als gevolg een daling van de gemiddeld gerealiseerde vloerproductiviteit het gevolg. Die daling zal zich vooral in het centrum voordoen, maar de vloerproductiviteit blijft op een aanvaardbaar niveau

beneden het landelijke gemiddelde. Daardoor is er geen verdringing van bestaand aanbod te verwachten.

- Het beoogde initiatief resulteert in een ruimer en moderner supermarktaanbod voor de inwoners van Tegelen en een versterking van het centrum van Tegelen als boodschappencentrum. Daarnaast draagt het initiatief bij aan de beleidsmatig beoogde verdere clustering van het winkelaanbod binnen het kernwinkelgebied, het verbeteren van de parkeermogelijkheden bij het winkelzwaartepunt en indirect waarschijnlijk ook aan het terugdringen van de leegstand.
- Met de verplaatsing van de Jan Linders supermarkt komt een groot pand in het winkelzwaartepunt vrij, dat geschikt is voor de vestiging van een of meerdere extra publiekstrekker met een toegevoegde waarde voor het centrum en de consumentenverzorging.
- In het licht van het huidige, matige functioneren van de buurtsteunpunten en de bevolkingskrimp, is het niet uit te sluiten dat de versterking van het centrum bijdraagt aan het eventueel moeten sluiten van een van de buurtsupermarkten. In het detailhandelsbeleid van de gemeente Venlo is dit reeds als een per saldo acceptabel risico geformuleerd. Sluiting van een van beide supermarkten resulteert weer in een hogere gemiddelde vloerproductiviteit van dagelijkse winkels.
- Omdat de eventuele omzeteffecten van het initiatief zich buiten Tegelen spreiden over een groot aantal aanbieders, waaronder bestaande vestigingen van dezelfde supermarktformules, is het ook onwaarschijnlijk dat daar winkelaanbod als gevolg van de ontwikkelingen Tegelen-centrum verdwijnt.
- Mocht een impuls voor het centrum van Tegelen uitblijven (nul-scenario) dan is het in het licht van de algemene trends en ontwikkelingen in de detailhandel waarschijnlijk dat dit winkelcentrum verder aan attractiviteit zal inboeten door een verdere verschraling van het aanbod en een toename van de leegstand.

1.3 Juridisch-planologische aspecten

Ladder voor Duurzame verstedelijking

Behoefte

Op basis van het voorgaande wordt geconcludeerd dat het planinitiatief voor de supermarkten leidt tot een verbetering van de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur in Tegelen en niet zal resulteren in een verslechtering van de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in de omliggende woongebieden. Er zal als gevolg van het initiatief normaliter geen bestaand winkelaanbod verdwijnen, hoewel dit ook niet geheel uit te sluiten is. De effecten zijn:

- Voor zowel de inwoners van Tegelen, als van de omliggende kernen geldt dat zij de beschikking krijgen over een moderner aanbod aan dagelijkse artikelenwinkels. De keuzemogelijkheden in het Tegelse kernwinkelgebied nemen voor de consument toe omdat in grotere supermarkten ook een uitgebreider assortiment gevoerd kan worden. Een grotere winkel biedt bovendien meer comfort (ruimere paden, overzichtelijke indeling, betere parkeervoorzieningen). Daarmee wordt voorzien in een kwalitatieve behoefte. De ontwikkeling draagt tevens bij aan het behoud van een aantrekkelijk hoofdwinkelcentrum met een relatief ruim en gevarieerd winkel- en voorzieningenaanbod. Ook zo bezien voorziet het initiatief in een kwalitatieve behoefte.
- Vanwege de geconstateerde distributieve ruimte voor een uitbreiding van het dagelijkse artikelaanbod in het centrum van Tegelen voorziet het initiatief ook in kwantitatieve zin in een behoefte.

De met het initiatief beoogde toevoeging van winkelruimte past nadrukkelijk in het gemeentelijke detailhandelsbeleid, omdat het om een versterking van de boodschappenfunctie gaat. Daarnaast is de locatie al specifiek aangegeven als een mogelijkheid in het beleid. Een te verwachten gevolg van het initiatief is dat het huidige Jan Linderspand vrijkomt. In dat pand kunnen conform het vigerende bestemmingsplan winkels terugkomen. De ontwikkelende partij heeft van de gemeente opdracht gekregen om voor een passende herinvulling te zorgen en is daarover momenteel met mogelijk geïnteresseerde partijen in gesprek.

Bestaand stedelijk gebied

De beoogde nieuwe locatie voor de supermarkten maakt onderdeel uit van het bestaand stedelijk gebied, waarbij de ontwikkeling wordt opgevangen door herontwikkeling van voorheen leegstaand vastgoed en een herinrichting van de openbare ruimte. Dit is in lijn met de uitgangspunten van de ladder, te weten duurzaam ruimtegebruik. Verder zijn er geen alternatieve leegstaande locaties of planinitiatieven in Tegelen die in de aangetoonde behoefte kunnen voorzien zonder afbreuk te doen aan de beleidsuitgangspunten (versterking van Tegelen-centrum als boodschappencentrum en clustering winkelaanbod aan de zuidzijde van het centrum). In aanvulling hierop is tevens een scan gemaakt waaruit blijkt dat er geen leegstaande monumentale, dan wel beeldbepalende panden zijn in het centrum die ruimte bieden voor een supermarkt met moderne maatvoering.

Europese Dienstenrichtlijn

Uit recente jurisprudentie⁴ volgt dat detailhandelsactiviteiten gezien moeten worden als 'dienst' in het kader van de Europese Dienstenrichtlijn. Dat betekent dat eventuele beperkingen die gesteld worden aan de (nieuw)vestiging van detailhandel, zeer goed gemotiveerd moeten worden. Ook eventuele vestigingsbeperkingen die zijn opgenomen in bestemmingsplannen, zoals regels omtrent branchering, minimale/maximale oppervlakte of maximaal aantal vestigingen, getoetst moeten worden aan de voorwaarden uit artikel 15, lid 3, van de Dienstenrichtlijn. Daarin is bepaald dat vestigingsbeperkingen in bestemmingsplannen niet-discriminerend, noodzakelijk en evenredig moeten zijn. In bijlage 4 zijn deze voorwaarden nader toegelicht. Onderstaand wordt op hoofdlijnen aangegeven dat vestigingsbeperkingen voldoen aan de voorwaarden uit de Dienstenrichtlijn.

De vestigingsbeperkingen in een bestemmingsplan gelden voor eenieder, ongeacht nationaliteit of vestigingsland, waarmee deze niet-discriminerend zijn. Ook kunnen vestigingsbeperkingen aan de eis van noodzakelijkheid voldoen als deze zijn gericht op het behoud van de leefbaarheid van het (stads)centrum of in de wijken en het voorkomen van leegstand in het kader van ruimtelijk beleid, want dit is een dwingende reden van algemeen belang. Van beide voornoemde voorwaarden, heeft de Raad van State al aangegeven dat hieraan bij bestemmingsplannen naar verwachting meestal wel aan voldaan wordt of kan worden. Dit geldt ook voor de beperking van de nieuwe winkelruimte in het centrum van Tegelen tot een invulling met supermarkten. Het perspectief van Tegelen-centrum is immers voornamelijk gelegen in het boodschappen doen (dagelijkse artikelen) en niet in het recreatief winkelen of doelgericht laagfrequente aankopen doen (niet-dagelijkse artikelen). Zoals ook al in het gemeentelijke beleid is aangegeven is in het kader van het versterken van de boodschappenfunctie juist een versterking van het supermarktaanbod nodig. Voor kleinere dagelijkse artikelenwinkels en niet-dagelijkse artikelenwinkels biedt het centrum van Tegelen gezien het huidige leegstandsniveau

⁴ ABRS 20 juni 2018, 201309296/5/R3 (Appingedam).

ruimschoots voldoende vestigingsmogelijkheden. Bij het niet beperken van de nieuwe winkelruimte tot de vestiging van supermarkten bestaat het risico dat de leegstand in het centrum van Tegelen nog verder toeneemt, en dat zal afbreuk doen aan de leefbaarheid van het centrum en de consumentenverzorging in Tegelen.

Bij beantwoording van de vraag of vestigingsbeperkingen in bestemmingsplannen evenredig zijn moet gemotiveerd worden dat de beperkingen evenredig zijn in relatie tot het doel ervan. Dus dat ze geschikt zijn om het nagestreefde doel (behoud leefbaarheid c.q. voorkomen leegstand) te bereiken, ze niet verder gaan dan nodig en het doel niet met minder beperkende maatregelen bereikt kan worden. Van belang hierbij is dat in algemene zin gesteld kan worden dat de regels in een bestemmingsplan een geschikt en niet te vergaand middel zijn om het doel te bereiken. Van belang hierbij is met name de wijze waarop de regeling geformuleerd is (te vergaand beperkend of niet?) en de onderbouwing die hieraan ten grondslag ligt. Hierbij moet het doel van de regeling duidelijk en goed gemotiveerd zijn vanuit ruimtelijke motieven. Hoewel dit al gebruikelijk is in de Nederlandse ruimtelijke ordeningspraktijk, is hier door de Dienstenrichtlijn nog een extra dimensie aan toegevoegd. Het onderliggende doel (bijvoorbeeld leefbaarheid van het centrum) moet feitelijk onderbouwd zijn en men kan niet volstaan met algemene ervaringsgegevens. De motiveringseis is dus aanzienlijk zwaarder geworden.

Het centrum van Tegelen heeft de afgelopen jaren te maken gehad met een krimpend primair draagvlak en daarnaast sterke veranderingen in zowel vraag en aanbod in de detailhandel. Het aantal winkels is daardoor afgenomen en de leegstand is fors toegenomen, met als gevolg een weinig aantrekkelijk winkelklimaat. In het licht van de nabijheid van Venlo met een groot en divers winkelaanbod en diverse elkaar aanvullende grote winkelcentra en daarnaast de korte afstand tot andere alternatieven, zoals Roermond met het designer Outlet Center en het Retailpark, is voor het centrum van Tegelen voor de toekomst uitsluitend een stadsdeelverzorgende functie weggelegd. Die functie wordt hoofdzakelijk bepaald door de kracht van het aanwezige dagelijkse artikelenaanbod en daarbinnen het supermarktaanbod als grootste publiekstrekker. De dagelijkse boodschappen worden namelijk nog altijd overwegend dicht bij huis gedaan, vooropgesteld dat dat aanbod voldoet aan de wensen en eisen van de consument. In 2014 is reeds geconstateerd is dat het in Tegelen aanwezige supermarktaanbod niet meer geheel voldoet aan die wensen en eisen (incompleet, te kleine winkels). De koopstroomcijfers wijzen dit ook uit (relatief veel koopkrachtafvoeiing in de dagelijkse artikelensector). Gezien de geschetste ontwikkelingen en perspectieven draagt alleen een uitbreiding van het winkelaanbod in het centrum van Tegelen bij aan het verbeteren van het functioneren als stadsdeelcentrum (zowel qua aanbod als qua levendig "hart" van het stadsdeel) als de boodschappenfunctie een impuls krijgt. Het toevoegen van meer winkelruimte voor andere soorten winkels buiten het bestaande winkelareaal zal de leefbaarheid juist ondermijnen vanwege het risico van een verder toename van de leegstand.

2. KWALITATIEVE ANALYSE

In dit hoofdstuk worden de achtergronden en overwegingen gegeven bij de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de actuele, kwalitatieve behoefte van de consument.

2.1 Trends en ontwikkelingen in de sector dagelijkse artikelen

De detailhandel in dagelijkse artikelen is volop in beweging. In het navolgende worden de meest relevante algemene trends kernachtig geschetst.

Trends in consumentengedrag⁵

- Veel consumenten verlangen tegenwoordig verantwoorde producten die gemakkelijk te bereiden of kant-en-klaar zijn op de momenten die voor de consument logisch zijn. Er wordt minder tijd dan voorheen besteed aan het boodschappen doen en het bereiden van een maaltijd. Maaltijdboxen en foodserviceconcepten stijgen dan ook in populariteit. Daarnaast zijn afhaalpunten in opkomst.
- De verandering in samenstelling van huishoudens en de vergrijzing zorgen ervoor dat er andere doelgroepen gaan ontstaan. In Nederland bereikt de vergrijzing een hoogtepunt in 2040, wanneer het land 4,8 miljoen 65-plussers telt. Deze nieuwe senioren hebben naar verwachting andere koopgewoonten dan de huidige generatie 65-plussers. Maar zij blijven behoefte hebben aan dagelijkse artikelen. Bekend is in ieder geval dat de 65-plussers geld over hebben voor gezonde en luxe voeding. Zij besteden ook niet minder in supermarkten dan de andere leeftijdsgroepen, maar kopen wel relatief veel dicht bij huis (bij de winkels in de eigen kern of wijk).
- Inzicht in hoe producten gemaakt worden, wat er aan zouten, vetten en suikers is toegevoegd en waar de grondstoffen vandaan komen, is tegenwoordig belangrijk voor de consument. Door deze bewustwording groeit het biologische segment en is er veel transparantie door ratingssites en keurmerken.
- De bestedingen in de dagelijkse artikelensector nemen al geruime tijd jaarlijks gestaag toe (om en nabij 2% per jaar). In 2018 was er zelfs sprake van een toename van ruim 3%, in de eerste helft van 2019 was de groei circa 1,5%⁶. De omzet van de supermarkten groeit daarbij veel sterker dan de omzet van de levensmiddelenpecialzaken.
- De consument koopt steeds meer levensmiddelen online. Toch is het aandeel online, ten opzichte van de totale omzet in de dagelijkse artikelensector, nog altijd zeer beperkt (ca. 3% in 2018). Uit onderzoek van Supermarkt & Ruimte blijkt dat het aandeel online bij geen enkele supermarkt-artikelgroep boven de 5% uitkomt⁷. Er is veel onzekerheid over de ontwikkeling van de online boodschappen en met name de rol van het afhaalpunt hierin. Een snelle groei zou mogelijk zijn door de opmars van innovatieve concepten als Picnic of Hello Fresh. Maar de groei kan ook achter blijven, omdat online aankopen geen prijsvoordeel opleveren, er geen ruimere keus is en de webshops niet of nauwelijks winst opleveren voor de exploitanten. Bovendien kent Nederland een zeer hoge

⁵ Onder meer gebaseerd op Rabobank (2017), Cijfers en Trends, Supermarkten.

⁶ Bron: CBS

⁷ Supermarkt en Ruimte (2015). Online supermarkt omzet deert omzet fysieke supermarkt (nog) niet.

dichtheid aan supermarkten en andere dagelijkse artikelenwinkels, waardoor de consument voor de dagelijkse inkopen gewoonlijk dus geen grote afstanden afgelegd dienen te worden.

Ontwikkeling in de sector dagelijkse artikelen

De dagelijkse artikelen sector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder zijn de laatste jaren sterk in beweging:

- De afgelopen jaren heeft over de hele linie schaalvergroting plaatsgevonden. Voor een rendabel functioneren is vaak een groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² vwo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.500 m² vwo omvatten⁸.
- Binnen de levensmiddelensector vormen supermarkten ca. 80% van het aandeel voor wat betreft omzet en werkgelegenheid. Qua vloeroppervlak is dit aandeel ca. 70%. Het marktaandeel van supermarkten ten opzichte van de speciaalzaken is al jaren gegroeid.
- De concurrentie voor (traditionele) supermarkten neemt toe. Enerzijds komen er door branchevervaging steeds meer aanbieders op de markt met een dagelijks assortiment, zoals Ikea, Xenos of Action. Anderzijds groeit ook het aandeel online. Daarnaast doen supermarkten zelf ook aan branchevervaging / blurring door zich steeds meer te vermengen met horeca, zoals de integratie van La Place door Jumbo⁹ of de actiematige verkoop van non-foodartikelen (Aldi, Lidl).
- Het merendeel van de online-verkoop wordt nog thuisbezorgd, maar verliest wel aandeel aan afhaalpunten. De belangrijkste reden hiervoor is dat de consument bij voorkeur zelf bepaalt wanneer hij of zij de boodschappen afhaalt. Een aantal grote supermarktketens oriënteert zich steeds meer op afhaalpunten terwijl tegelijkertijd nieuwe concepten starten die wel boodschappen thuis leveren zoals de online supermarkt Picnic en de maaltijdboxen van onder andere Hello Fresh.
- Supermarkten hebben te maken met een hybride consument. Een supermarkt moet daarom of zo goedkoop mogelijk zijn, of een meerwaarde creëren om consumenten te trekken¹⁰. Daarnaast ontstaan concepten met een hoge toegevoegde waarde, zoals het bieden van volledige service. Conceptontwikkeling is essentieel en hierbij moet worden ingespeeld op de locatie en de klanten die er komen.
- Mede door het veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn), een toename van gespecialiseerde supermarkten (o.a. Ekoplaza en Estafette, doelgroepsupermarkten) en kleinere gemakswinkels (Spar, AH to go en Jumbo City Stores).

Conclusie

De consument wil enerzijds meerwaarde in de vorm van service, comfort, beleving en hoogwaardige producten en anderzijds verlangt de consument goedkope producten. Een ruim en complementair supermarktaanbod past dus bij deze hybride consument. Het initiatief van Jan Linders in Tegelen speelt hiermee in op trends en ontwikkelingen in consumentengedrag en aanbod omdat de winkel groter en moderner wordt en daardoor meer keuzemogelijkheden en winkelcomfort kan bieden. Met de vestiging van een discounter nemen ook de keuzemogelijkheden toe.

⁸ Detailhandel.info (2017). Supermarkten.

⁹ Rabobank (2017), Cijfers en Trends, Supermarkten.

¹⁰ Deloitte (2015). Consumentenonderzoek 2015.

2.2 Winkelaanbod

De in deze paragraaf gepresenteerde aanbodgegevens zijn ontleend aan de Locatus retailverkenner (peildatum januari 2022). Het winkelaanbod in Tegelen is in augustus 2021 gecheckt door Locatus.

Gemeente Venlo

De gemeente Venlo kent in totaliteit een relatief ruim winkelaanbod (zie Bijlage 2). Dit geldt zowel voor de sector dagelijkse artikelen als de sector niet dagelijkse artikelen. In beide sectoren zijn de winkels gemiddeld verhoudingsgewijs ook groot. Een verklaring voor het ruime aanbod vormt de regionaal-verzorgende positie van de stad en haar vanouds grote aantrekkingskracht op het Duitse publiek.

Tegelen

Omvang en samenstelling winkelaanbod

De omvang en samenstelling van het winkelaanbod in Tegelen is in belangrijke mate beïnvloed door het elders in Venlo aanwezige, ruime aanbod. Met name het hoofdwinkelcentrum in de binnenstad, maar ook het perifere winkelcluster Trefcenter kennen een relatief zeer uitgebreid en gevarieerd aanbod en dat beperkt de mogelijkheden in Tegelen. Om een indruk te krijgen van de omvang en branchering van het aanbod in Tegelen is in de navolgende tabel een vergelijking gemaakt van het aanbod in Tegelen met hetgeen gemiddeld in Nederland in kleinere plaatsen (10.000-15.000 inwoners) voorkomt. Hieruit komt naar voren dat de omvang van het winkelaanbod in Tegelen bescheiden is te noemen, maar het aanbod is wel gevarieerd: vrijwel alle branches zijn met één of meerdere winkels vertegenwoordigd. De winkels zijn verder gemiddeld relatief kleinschalig, zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelensector.

Tabel 2.1: Omvang en samenstelling winkelaanbod Tegelen vergeleken met het gemiddelde voor plaatsen met 10.000-15.000 inwoners*

	Tegelen			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal vestigingen	m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel	Aantal vestigingen	m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	23	6.257	272	19	5.393	288
Persoonlijke verzorging	4	491	123	5	783	168
Dagelijkse artikelen	27	6.748	250	23	6.176	264
Warenhuis	1	425	425	1	539	719
Kleding en mode	6	1.083	181	14	2.287	159
Schoenen en lederwaren	1	125	125	2	665	277
Juwelier en optiek	2	150	75	4	303	78
Huishoudelijke en luxe artikelen	3	785	262	3	877	292
Antiek en kunst				1	49	82
Sport en spel	1	80	80	2	603	309
Hobby	2	183	92	2	142	95
Media	2	311	156	2	297	180
Dier en plant	6	1.648	275	6	2.685	448
Bruin- en witgoed	5	671	134	3	510	162

	Tegelen			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal vestigingen	m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel	Aantal vestigingen	m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel
Fietsen- en autoaccessoires	4	614	154	3	758	230
Doe-het-zelf	3	493	164	3	2.979	993
Wonen	8	1.296	162	9	6.188	688
Detailhandel overig	8	1.325	166	5	1.124	227
Niet-dagelijkse artikelen	52	9.188	171	60	20.004	336
Totaal detailhandel	79	15.936	198	83	26.181	316
Leegstand	19	3.017	159	15	3.201	211

* Landelijk gemiddeld m² wvo per 1.000 inwoners voor kernen met 10.000-15.000 inwoners toegepast op aantal inwoners van Tegelen.

Ontwikkeling sinds 2014

Sinds 2014 is het aantal winkels in Tegelen aanzienlijk afgenomen (-11) en de verkooppriemte met circa 490 m² wvo. Cijfers over de gemiddelde winkelomvang tonen dat een proces van schaalvergroting plaatsgevonden. Opvallend, en in tegenspraak met de eerder geschetste landelijke trends, is het feit dat de verkooppriemte in de niet-dagelijkse sector meer is afgenomen dan in de dagelijkse sector. In beide sectoren is sprake van een afname van het aantal verkooppunten.

Tabel 2.2: Ontwikkeling detailhandel Tegelen 2014-2021

Sector	2014			2021		
	Aantal winkels	M ² wvo	M ² wvo per winkel	Aantal winkels	M ² wvo	M ² wvo per winkel
Dagelijkse artikelen	32	5.928	185	27	6.748	250
Niet-dagelijkse artikelen	58	10.198	176	52	9.188	176
Totaal	90	16.126	179	79	15.636	198
Leegstand	33	4.498	136	19	3.017	159

Dagelijkse artikelensector

Per 1.000 inwoners is er ca. 445 m² wvo aan dagelijkse artikelenwinkels aanwezig. Dat is aanmerkelijk (19%) meer dan het landelijke gemiddelde van 372 m² wvo. Daarbij geldt echter dat het winkelaanbod in Tegelen ook een belangrijke functie heeft voor inwoners van Steyl, Belfeld en de Duitse consument.

Tabel 2.3: Omvang en samenstelling sector dagelijkse artikelen Tegelen (incl. Steyl)

Branche	Aantal verkooppunten	m ² wvo
Bakker	5	200
Poelier	1	30
Reform/delicatessen	2	85
Slagerij	3	95
Groente/Fruit	2	182
Supermarkt	8	6.333
Slijter	3	225
Tabak speciaalzaak	1	15
Drogisterij	2	403
Haarproducten	1	60
Zoetwaren	1	30
CBD	1	28
Totaal	30	7.686

De 8 supermarkten beslaan ca. 82% van de verkoopruimte in de dagelijkse artikelensector. Aanwezig zijn de volgende supermarkten:

Tabel 2.4: Supermarktaanbod Tegelen (incl. Steyl)

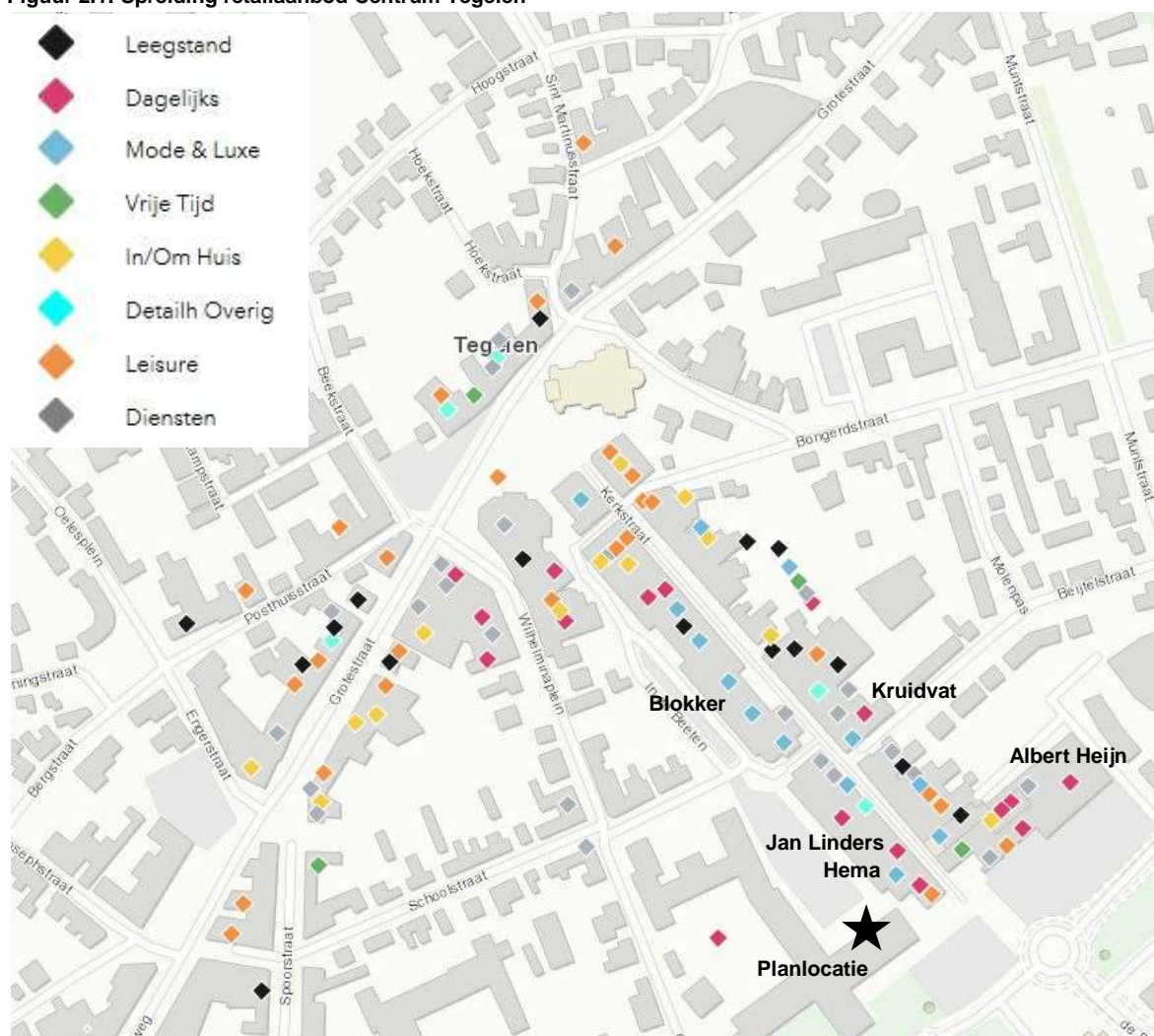
Naam	Adres	(Winkel)gebied	M ² wvo
Albert Heijn	Raadhuislaan 48	Centrum	1.245
Jan Linders	Kerkstraat 42	Centrum	1.198
Plus	Glazenapstraat 21	Verspreid (Op de Hei)	1.150
Coop	Pater Peterstraat 1	Verspreid (Steyl)	880
Aldi	Raadhuislaan 176	Centrum	800
NUR	Gasthuisstraat 11	Centrum	500
Tsarevets	Gasthuisstraat 60	Centrum	345
DENKO	Gasthuisstraat 66	Centrum	215

Centrum Tegelen

Omvang en samenstelling winkelaanbod

Ruim 55% van zowel de winkels als de verkoopruimte in Tegelen is geconcentreerd in het centrum. Dit hoofdwinkelgebied van Tegelen omvat onder meer het aanbod rond de Grotestraat, de Gasthuisstraat en aan de Kerkstraat. Behalve de winkels bevinden zich hier ook meerdere horecagelegenheden (Leisure) en ambachtelijke of zakelijke dienstverleners. De winkels zijn sterk geconcentreerd rond het voetgangersgebied Kerkstraat. Hier bevinden zich met name aan de zuidoostelijke kant van de straat ook de belangrijkste publiekstrekkingen, zoals de supermarkten en de Hema. Daarmee ligt het zwaartepunt binnen het centrum aan de zuidoostelijke kop van de Kerkstraat, te meer daar hier ook de belangrijkste parkeergelegenheid aanwezig is

Figuur 2.1: Spreiding retailaanbod Centrum Tegelen



Tabel 2.5: Omvang en samenstelling aanbod detailhandel centrum Tegelen naar hoofdbranche ten opzichte van de centra van vergelijkbare omvang detailhandel (ca. 10.000 m² vwo)

	Centrum Tegelen			Vergelijkbare centra		
	Aantal vestigingen	gem. m ² vwo	gem. m ² vwo per winkel	Aantal vestigingen	gem. m ² vwo	gem. m ² vwo per winkel
Levensmiddelen	13	4.900	377	14	3.330	241
Persoonlijke verzorging	3	431	144	3	541	214
Dagelijkse artikelen	16	5.331	333	16	3.871	237
Warenhuis	1	124	124	1	387	516
Kleding en mode	6	1.083	181	10	1.707	175
Schoenen en lederwaren	1	125	125	1	274	189
Juwelier en optiek	2	150	75	3	205	70
Huishoudelijke en luxe artikelen	3	785	262	3	749	293
Antiek en kunst				0	28	13
Sport en spel	1	80	80	1	246	213

	Centrum Tegelen			Vergelijkbare centra		
	Aantal	gem. m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel	Aantal	gem. m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel
	vestigingen	m ² wvo		vestigingen	m ² wvo	
Hobby	1	15	15	1	71	81
Media	2	311	156	1	171	153
Dier en plant	2	200	100	3	303	119
Bruin- en witgoed	5	671	134	2	296	121
Fietsen- en autoaccessoires				1	234	169
Doe-het-zelf	1	223	223	1	283	304
Wonen	5	703	141	3	821	309
Detailhandel overig	5	510	102	2	289	123
Niet-dagelijkse artikelen	35	4.980	142	34	6.064	183
Totaal detailhandel	51	10.311	202	50	9.935	201
Leegstand	16	2.371	148	9	1.302	152

Uit de tabel komt naar voren dat de samenstelling van het niet-dagelijkse artikelen aanbod redelijk overeenkomt met hetgeen gemiddeld in een centrum van deze omvang aanwezig is. Wel is het kleding en mode aanbod tamelijk beperkt en het aanbod aan woon- en bruin- en witgoedzaken tamelijk ruim. De dagelijkse artikelensector is in aantal vergelijkbaar, maar in omvang iets groter. De tijdelijk vestiging van Aldi en nieuwvestiging van doelgroepensupermarkten draagt hier aan bij.

Ten opzichte van 2014 is het aantal winkels en de verkooppriemte in het centrum iets afgenomen (toen in totaal 52 winkels met 11.984 m² wvo).

Kwaliteiten en knelpunten centrum Tegelen

In het bijlagerapport behorende bij het rapport Detailhandel 2015-2025 in Venlo uit 2014 zijn de volgende, grotendeels nog steeds geldende sterke en zwakke punten van het centrum van Tegelen benoemd:

Sterkten	Zwakten
<ul style="list-style-type: none"> • Ruim aanbod aan dagelijkse en frequent niet-dagelijkse benodigde artikelen • Boodschappencluster met ruim parkeren aan Raadhuislaan • Cultuur-historisch erfgoed • Inrichting en uitstraling buitijds • Bereikbaarheid • Gratis parkeren 	<ul style="list-style-type: none"> • Ontbreken discountsupermarkt (nu tijdelijke Aldi) • Hoog leegstandsandaal en tendens stijgende (maar recentelijk afgenomen) • Kerkstraat langgerekt • Verouderde uitstraling Centrum Passage • Parkeersituatie: verdeling parkeerdruk over parkeerlocaties en bewegwijzering naar beschikbare parkeerplaatsen • Afnemend draagvlak (nu weer sprake van toename)

Aan de positieve kant kan hierbij de aanwezigheid van centrummanagement genoemd worden, aan de negatieve het feit dat de leegstand inderdaad verder is toegenomen. De leegstand heeft een sterk negatieve impact op de algehele uitstraling van het centrum en daarbinnen het kernwinkelgebied.

Leegstand

De winkelleegstand in Tegelen is de afgelopen jaren sterk afgenomen, zoals uit tabel 2.2 blijkt. In totaliteit is de leegstand in Tegelen zeer omvangrijk te noemen. Op basis van de Locatus berekeningsmethode staat 10,2% van de verkooppunten en 11,0% van de verkoopruimte leeg in het stadsdeel. Dit is een forse afname ten opzichte van enkele jaren geleden. In het centrum liggen deze percentages iets hoger, daar bedraagt de leegstand zowel in verkooppunten als in verkoopruimte circa 13,5%. Ter vergelijking: landelijk liggen deze percentages tussen de 7 en 8%. De leegstand concentreert zich overwegend in het centrum. De kaart geeft aan dat die leegstand vooral in het kernwinkelgebied (Kerkstraat) aanwezig is, zelfs in het gedeelte met de belangrijkste publiekstrekkers. Verder is er ook leegstand in de Grotestraat, de Gasthuisstraat en het Wilhelminaplein. Geen van de leegstaande panden in het centrum is groot genoeg om een supermarkt van moderne omvang te huisvesten. Ter indicatie, het grootste pand heeft een omvang van circa 365 m² vvo (Kerkstraat 47).

In aanvulling hierop is tevens een scan gemaakt ten aanzien van monumentale, dan wel beeldbepalende panden in het centrum. Kerstraat 15a heeft een monumentale status en Kerkstraat 35 (voormalige boekhandel) is aangemerkt als beeldbepalend. Beide panden staan echter niet leeg en bieden bovendien geen ruimte voor een supermarkt met moderne maatvoering.

2.3 Bevolkingsontwikkeling

Het inwonertal van de gemeente Venlo bedraagt circa 101.988. De komende jaren neemt het inwonertal verder toe. In 2031 bedraagt het inwonertal ruim 104.000. Dit betekent een groei van ruim 2%. Voor Tegelen (incl. Steyl) geldt dat een lichte daling van het aantal inwoners wordt verwacht. De meest recente prognose van Etil geven het volgende beeld:

- 2021 18.815
- 2026 18.762
- 2031 18.734

Op basis van bovenstaande prognose blijkt dat het inwonertal in Tegelen (incl. Steyl) de komende jaren slechts zeer beperkt afneemt (-0,5%)

2.4 Onbenutte plancapaciteit en plannen

Zoals hiervoor is aangegeven, zijn er in Tegelen centrum momenteel geen leegstaande winkelpanden groot genoeg om redelijkerwijs een supermarkt te huisvesten en de bijbehorende parkeermogelijkheden te realiseren. Dit geldt ook voor de rest van Tegelen. Er zijn ook geen andere beschikbare locaties in of aan de rand van het centrumgebied waar een supermarkt zich volgens het bestemmingsplan zou mogen vestigen. De vestiging van een supermarkt buiten het centrum past overigens ook niet in het beleid. In Belfeld hebben lange tijd plannen bestaan voor de vestiging van een tweede supermarkt, maar die plannen gaan niet door.

2.5 Beleidskaders

Provinciaal beleid

De Provinciale Omgevingsvisie (POVI) schetst de provinciale ambities ten aanzien van onder meer detailhandel. De provincie streeft naar genoeg en kwalitatief goede ontwikkelruimte voor bestaande en nieuwe bedrijven in winkelgebieden. De Limburgse detailhandelssector is een belangrijke sociaaleconomische sector. Limburg heeft echter te veel winkels en daarom is het de verwachting dat het aantal winkels de komende jaren flink reduceert.

- De centrale opgave is een groei in kwaliteit bij een afnemende kwantiteit.

Ten aanzien van winkelgebieden maakt de provincie de volgende keuzes:

- Steunen en stimuleren van gemeenten bij het compacter maken en kwalitatief versterken van de bestaande winkelgebieden in steden en landelijke kernen.
- Behouden en versterken van de kwaliteit van de stedelijke centra als belangrijke ontmoetingsplekken.
- Een goede balans vinden tussen het winkelaanbod in de verschillende type winkelgebieden. In bestaande grootschalige winkelgebieden aan de rand van steden is geen ruimte voor winkels uit branches die bij uitstek huishoren in de stadscentra.

Regionaal Detailhandelsbeleid

Het provinciale detailhandelsbeleid is uitgewerkt in de 'Regionale detailhandelsvisie Noord-Limburg' uit 2016. Het centrale doel van de visie is het adequaat inspelen op ontwikkelingen en trends in de markt zodat er een gezond en gedifferentieerd winkelklimaat¹¹ in stand gehouden kan worden. Dit wil men bereiken door:

- het afstemmen van grootschalige detailhandelsinitiatieven met een bovenlokaal/regionaal effect;
- de concentratie van detailhandel in perspectiefvolle, elkaar aanvullende winkelgebieden;
- het creëren van voorzienbaarheid om restcapaciteit/leegstand buiten de winkelgebieden te saneren.

Ad. afstemmen: Voor een stadsdeelverzorgend centrum als Tegelen geldt dat bij een bruto uitbreiding van 1.000-2.500 m² die een afwijking van het bestemmingsplan vereist, afstemming in regionaal verband nodig is. Bij een initiatief van meer dan 2.500 m² is regionale instemming nodig. Dit houdt in dat het initiatief met een principebesluit van B&W aan de werkgroep economie/detailhandel wordt voorgelegd, waarin een positieve regionale instemming als voorwaardelijk is opgenomen. Het initiatief wordt met een advies aangeboden aan het RCO Ruimte om te agenderen voor besluitvorming in de PHO Ruimte.

Ad. Concentratie en voorzienbaarheid: Op dit punt wordt aangesloten bij het POL en er dient op enige wijze bij een uitbreiding van het wvo saldering plaats te vinden (onttrekking van fysieke winkelruimte en saneren restcapaciteit/leegstand in bestemmingsplannen).

¹¹ Onder winkelklimaat wordt het ondernemersklimaat, het voorzieningenniveau en de ruimtelijke kwaliteit van winkelgebieden verstaan.

Gemeente Venlo

In het detailhandelsbeleid van de gemeente Venlo wordt als een uitgangspunt voor initiatieven op het gebied van detailhandel benoemd dat de ontwikkeling dient bij te dragen aan behoud en versterking van de bestaande detailhandelsstructuur. Daartoe dienen nieuwe ontwikkelingen plaats te vinden binnen of in aansluiting op bestaande, perspectiefrijke winkelcentra. Hierbij moet gedacht worden in termen van keuzes, kwaliteit en structuur. Naast de toetsing van nieuwe initiatieven aan de benoemde algemene uitgangspunten zijn in het beleid enkele specifieke toetsingscriteria geformuleerd, te weten;

1. De ontwikkeling moet passen bij het koopgedrag dat het type winkelgebieden bedient. Voor het centrum van Tegelen is aangegeven dat het hierbij om dagelijkse boodschappen en effectief recreatief winkelen gaat.
2. Voor supermarkten gelden maximale afmetingen. Voor een winkelcentrum als Tegelen is 800 tot 2.000 m² vvo aangegeven.
3. De ontwikkeling moet passen bij het perspectief. Voor Tegelen is het perspectief als matig benoemd, waardoor er in principe geen toevoegingen plaats kunnen vinden, mits het om een versterking van het boodschappen aanbod gaat. Hierbij is nog het volgende toegevoegd: *“Schaalvergroting van bestaande supermarkten en de toevoeging discounter zijn mogelijk. Indien dit niet binnen de bestaande winkelstructuur te realiseren is, dient een boodschappencluster te worden gecreëerd aan de zuidzijde van het centrum Het vrijkomen van Martinushof biedt hiervoor kansen. Onze acties zullen erop gericht zijn om te komen tot een kleiner, minder langgerekt centrumgebied. Eventuele effecten op nabijgelegen buurtcentra zijn niet van belang”*.
4. Transformatie naar andere functies is in randgebieden altijd mogelijk.

Ten aanzien van de beide buurtsteunpunten in het stadsdeel Tegelen is aangegeven:

- Glazenapplein: perspectief redelijk, ontwikkelingsrichting stabilisatie. Met kleinschalige uitbreidingen die de functie van het centrum bevorderen, dient soepel te worden omgegaan, mits er geen negatief effect op de ruimtelijke kwaliteit en leegstandsontwikkeling in Tegelen centrum is.
- Steyl: perspectief matig, ontwikkelingsrichting stabilisatie/anders. Geen uitbreiding.

De gemeente Venlo heeft verder in mei 2018, als specificering van het Detailhandelsbeleid Venlo 2015-2025 het kernwinkelgebied van Tegelen afgebakend (zie Bijlage 6). Binnen dit kernwinkelgebied wordt ingezet op detailhandelfuncties, er buiten niet. Dat wil zeggen dat panden buiten het kernwinkelgebied waar detailhandel mogelijk is, maar die al langdurig niet als zodanig gebruikt worden, de detailhandelsmogelijkheid kunnen verliezen. De locatie van het supermarkteninitiatief is gelegen binnen het aangewezen kernwinkelgebied.

Conclusies beleidskaders

- Het initiatief voor de Tegelen centrum past zeer goed in de beleidsuitgangspunten van zowel de provincie als de regio omdat het een versterking van een bestaand winkelgebied met perspectief betreft waarbij tevens de omgevingskwaliteit verbetert.
- Het initiatief sluit tevens naadloos aan bij het gemeentelijke beleid omdat de boodschappenfunctie van Tegelen-centrum op de daarvoor beoogde plek wordt versterkt.
- Zowel de provincie als de regio geven aan dat er ook gesaldeerd dient te worden, het uit de markt nemen van (potentiële) winkelruimte, en het regionale beleid vereist dat de procedure voor instemming doorlopen wordt.

3. KWANTITATIEVE ANALYSE EN EFFECTEN

Alle in dit hoofdstuk genoemde bedragen zijn exclusief BTW en op jaarbasis.

3.1 Uitgangspunten analyse dagelijkse artikelensector

Bestedingen

Landelijk bedraagt de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking over 2019 (meest actuele) in de dagelijkse artikelenwinkels € 2.587,- (excl. BTW)¹². Dit cijfer wordt gewoonlijk naar de lokale situatie gecorrigeerd indien het inkomensniveau in het verzorgingsgebied afwijkt van het landelijke gemiddelde van € 27.000,-¹³. Het gemiddeld inkomen per inwoner in de gemeente Venlo bedraagt circa € 24.400,- en wijkt daarmee 10% af van het landelijk gemiddelde. Voor het primaire verzorgingsgebied (Tegelen en Steyl) is dit circa € 23.900 (-11,5%). Na toepassing van een correctie op het bestedingscijfer met een factor 0,4 (elasticiteit) volgt een bestedingscijfer van circa € 2.468,-.

Koopstromen

Koopkrachtbinding

In 2019 heeft in Limburg koopstromenonderzoek plaatsgevonden, dat inzicht biedt in binding en toevloeiing van bestedingen binnen de dagelijkse sector. Op het niveau van Tegelen is blijkt een binding van circa 81%. Dit in lijn met Koopstromenonderzoek uit 2014 uitgevoerd door BRO. Voor de dagelijkse artikelen sector werd toen voor het stadsdeel Tegelen een koopkrachtbinding aan het eigen aanbod van 77% gemeten (Centrum 61%, Glazenapplein 10% en Steyl 6%). De koopkrachtafvoer gaat voor het overgrote deel naar de diverse andere Venlose winkelcentra (samen 11%) en naar Duitsland (10%, met name Kaldenkirchen). Rekening houdend met de reeds aanwezige tijdelijke vestiging van Aldi zal de binding nog een aantal procentpunten hoger liggen. Voor de huidige situatie wordt uitgegaan van een binding van circa 84%.

Met de verplaatsing en vergroting van de Jan Linders én vooral door de vestiging van discounter met moderne maatvoering, zal de koopkrachtbinding redelijkerwijs verder toenemen. Een koopkrachtbinding van ca. 85% a 90% is dan reëel. In de berekeningen hanteren we 87,5%. Aangezien het centrum van Tegelen wordt versterkt, zal vooral dit winkelgebied straks meer lokale koopkracht aan zich weten te binden. Er wordt van uitgegaan dat 70% haalbaar is.

Koopkrachttoevloeiing

Op basis van het KSO Limburg volgt een toevloeiing van circa 21%, met name vanuit Belfeld en Duitsland. Bij de beoogde versterking van het aanbod in het centrum zullen de bestedingen in absolute zin toenemen, met name omdat de nieuwe discounter ook extra omzet van buiten Tegelen zal trekken (Belfeld, Venlo Zuid). De combinatie van modern full-service aanbod en een discount-supermarkt plus ruime parkeergelegenheid maakt een bezoek aan Tegelen centrum voor inwoners uit de omgeving van Tegelen extra aantrekkelijk. Voor het centrum van Tegelen acht BRO een toename van de koopkrachttoevloeiing van buiten het stadsdeel tot ca. 20% na versterking waarschijnlijk.

¹² INretail. Omzetkengetallen 2020, juli 2021.

¹³ CBS Statline. Kerncijfers wijken en buurten 2019 – inkomen.

3.2 Economisch functioneren en distributieve uitbreidingsruimte sector dagelijkse artikelen

Huidig functioneren

Op basis van de vraag- en aanbodanalyse van de bestaande situatie in de dagelijkse artikelen sector is een benadering gemaakt van het economisch functioneren en de distributieve ruimte voor een uitbreiding van het aanbod. Relevant voor de navolgende rekentabel is dat er een vertaalslag wordt gemaakt tussen de totale omzet in euro's enerzijds en het aanbod in m² wvo anderzijds. Het verband tussen beide cijfers wordt gelegd door een vergelijking met de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (vijfjaarsgemiddelde, in € per m² wvo). Opgemerkt moet worden dat het landelijke vijfjaarsgemiddelde enkel een referentie is voor het economisch functioneren.

Tabel 3.1: Benadering huidig functioneren dagelijkse artikelensector stadsdeel Tegelen

	Centrum	Overig Tegelen	Tegelen totaal
Aantal inwoners	18.815	18.815	18.815
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.468	2.468	2.468
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	46,4	46,4	46,4
Koopkrachtbinding	63 à 68%	16-21%	84%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	29,3 à 31,6	7,4 à 9,8	39,0
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de reguliere omzet	25%	10%	21%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	9,8 à 10,5	0,8-1,1	10,4
Totale omzet (€ mln.)	39,0 à 42,1	8,3-10,8	49,4
Totaal m ² wvo	5.331	2.355	7.686
Omzet per m ² wvo (€)	7.325 à 7.900	3.525-4.625	6.425
Vloerproductiviteit landelijk vijfjaarsgemiddelde (€ per m² wvo)	7.577	7.577	7.577

Uit de tabel komt naar voren dat de gerealiseerde omzet per m² wvo van het dagelijkse artikelenaanbod in Tegelen momenteel indicatief bijna 15% beneden het landelijke vijfjaarsgemiddelde ligt. Dit is met name te wijten is aan het functioneren van het aanbod buiten het centrum van Tegelen. In het centrum ligt de vloerproductiviteit rondom het landelijk gemiddelde en naar verwachting zelfs daarboven. Daarbij is al rekening gehouden met de tijdelijke vestiging van Aldi reeds onderdeel van het winkelaanbod.

Toekomstig functioneren en distributieve uitbreidingsruimte

Voor de toekomstige situatie wordt uitgegaan van een zeer lichte afname van het inwonertal in het primaire verzorgingsgebied. Vanwege de onzekerheden over de ontwikkeling van de omzetbestedingen, ook in relatie tot de groei van de internetbestedingen, worden die in de berekeningen voor 2031 voorzichtigheidshalve op het huidig niveau gehouden, evenals de op basis hiervan voor Tegelen berekende vloerproductiviteit (ten minste € 6.425). Uitgangspunt hierbij is dat het aanbod momenteel redelijk functioneert en dat in het centrum zelfs sprake is van een goed functioneren.

Tabel 3.2: Benadering toekomstig functioneren en distributieve uitbreidingsruimte dagelijkse artikelensector stadsdeel Tegelen 2025

	2031
Aantal inwoners	18.734
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.468
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	46,2
Koopkrachtbinding	87,5%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	40,5
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de reguliere omzet	21%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	10,8
Totale omzet (€ mln.)	51,2
Gemiddeld benodigde vloerproductiviteit (€ per m² wvo)	6.425
Haalbare m ² wvo	8.000
Aanwezig m ² wvo	7.686
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	Ca. 300

Uit de tabel komt naar voren dat ondanks de bevolkingskrimp er toch distributieve ruimte aan te geven is. Dit omdat de beoogde versterking zal resulteren in minder koopkrachtafvoeiing vanuit het stadsdeel naar elders en daarnaast in het aantrekken van extra kookkracht van buiten Tegelen. De berekende ruimte is echter niet geheel voldoende voor de beoogde uitbreiding van de verkoopruimte met ca. 1.800 m² wvo (per saldo circa 1.000 m² wvo, rekening houdend met de reeds aanwezige tijdelijke vestiging van Aldi). De consequentie is dat bij realisatie van het initiatief de gemiddeld gerealiseerde omzet per m² wvo in het stadsdeel als geheel zal dalen. Die daling zal zich normaliter echter vooral voordoen in het centrum zelf, zoals onderstaande tabel aangeeft. Toch blijft de hier behaalde vloerproductiviteit indicatief nog altijd acceptabel beneden het landelijke gemiddelde (ca. 10%), waardoor er theoretisch geen sprake van verdringing van bestaand aanbod zal zijn.

- Belangrijke nuance ten aanzien van de gemiddelde vloerproductiviteit is dat het dagelijks aanbod in kernen als Tegelen stabiel beneden het landelijk gemiddelde kan functioneren. Bovendien zijn er de afgelopen jaren diverse doelgroepsupermarkten bijgekomen, die nadrukkelijk een eigen publiek bedienen en bovendien een lagere vloerproductiviteit hebben dan reguliere supermarkten.

Tabel 3.3: Benadering toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector stadsdeel Tegelen

	Centrum	Overig Tegelen	Tegelen totaal
Aantal inwoners	18.734	18.734	18.734
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.468	2.468	2.468
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	46,2	46,3	46,2
Koopkrachtbinding	70%	17,5%	87,5%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	32,4	8,1	40,5
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de reguliere omzet	25%	10%	21%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	10,8	0,9	10,8
Totale omzet (€ mln.)	43,2	9,0	51,2
Totaal m ² wvo (huidig + 1.800 m ² wvo)	6.331	2.355	8.686
Omzet per m ² wvo (€)	6.825	3.825	5.900
Vloerproductiviteit landelijk vijfjaarsgemiddelde (€ per m² wvo)	7.577	7.577	7.577

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en/of de leegstandssituatie per saldo niet negatief zijn.

3.3 Analyse effecten

Effecten op de consumentenverzorging

Met de verplaatsing en vergroting van de Jan Linders supermarkt en de permanente vestiging van een discount-supermarkt met moderne maatvoering krijgen de inwoners van Tegelen de beschikking over moderner en meer uitgebreid supermarktaanbod dat beter voldoet aan de wensen en eisen van de hedendaagse consument. Door de versterking zullen er meer consumenten boodschappen in het centrum van Tegelen doen. Daarmee neemt de kans op combinatiebezoek met andere winkels ook toe en zo zal het initiatief ook bijdragen aan het behoud van de overige dagelijkse en niet-dagelijkse artikelenwinkels, horecagelegenheden en andere publieksgerichte voorzieningen in centrum Tegelen.

In z'n algemeenheid geldt dat hoe kleiner de afstand en hoe sterker de zichtrelatie is, des te groter de kans op combinatiebezoek tussen een supermarkt en andere winkels is. Dit is recentelijk nog eens opnieuw onderzocht:

In de kernverzorgende centra nemen de supermarkten een centrale rol in. Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. Een doorsnee-supermarkt trekt ca. 10.000 bezoekers per week. De andere foodspeciaalzaken, winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht van de supermarkten. Mede omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod.

Recent onderzoek¹⁴ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een hoog niveau ligt.

- Gemiddeld loopt ca. 50% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
- Voorwaarde is wel dat het voorzieningenaanbod, dichtbij moet liggen (max. 80 meter) en zichtbaar moet zijn vanaf de entree van de supermarkt.
- Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten hoger dan bij klanten van discountsupermarkten.

Ruimtelijke effecten

De nieuwe winkels komen op de beleidsmatig beoogde plek, namelijk de zuidzijde van het centrum. Dit is in de huidige situatie al het functionele zwaartepunt van het centrum, en het initiatief draagt bij aan een verdere versterking van het meest perspectiefrijke deel van het centrum. Niet alleen door de realisatie van twee nieuwe, moderne supermarkten, maar ook door de inpassing van meer parkeermogelijkheden aan deze kant van het centrum. De bronpuntfunctie¹⁵ van dit centrumdeel zal hierdoor nog extra versterkt worden. Daarnaast komt er door de verplaatsing van Jan Linders een groot pand vrij in dit deel van het centrum, hetgeen, in combinatie met de supermarktversterking, goede mogelijkheden biedt voor de inpassing van een of meerdere nieuwe of te verplaatsen winkels¹⁶.

Een versterking van de zuidelijke kop van het Tegelse winkelcentrum betekent ook dat het vestigingsklimaat in dit centrumdeel fors verbetert. Dit zal mogelijk leiden tot een afname van de leegstand hier. Niet uitgesloten is echter dat momenteel elders in het centrum of daar buiten gevestigde zaken hiernaar toe verplaatsen, waardoor de leegstand elders verder toeneemt. De kans op een per saldo toename van de leegstand als gevolg van het initiatief wordt door BRO echter als klein ingeschat. De ontwikkeling kan zelfs bijdragen aan een vermindering van de leegstand, omdat er helderheid ontstaat over de ruimtelijke ontwikkeling van het centrum, en dat kan de transformatie naar andere functies van lege panden in de centrumdelen zonder perspectief of buiten het centrum bevorderen. In dit verband is met de gemeente Venlo ook afgesproken dat een saneringstraject in gang gezet wordt¹⁷, waarbij (mogelijke) detailhandelsruimte publiekrechtelijk uit de markt genomen zal worden. Op deze wijze wordt eveneens beoogd de leegstand terug te dringen.

Effecten op andere supermarkten

Door het initiatief zullen de concurrentieverhoudingen tussen de supermarkten in Tegelen veranderen. De Jan Linders wordt de grootste en modernste full service supermarkt van Tegelen en er komt een discounter bij. Weliswaar zijn de discountsupermarkten vanwege hun relatief geringe supermarkt assortiment en aanzienlijke non-foodassortiment nog steeds behoorlijk complementair aan de full-service supermarkten, maar het serviceniveau van met name Lidl maar ook Aldi is recentelijk wel toegenomen (ruimere winkels, meer aandacht voor vers, afbakbrood).

¹⁴ DTNP, Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten onder 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra, november 2016.

¹⁵ Een bronpunt is de plek waar bezoekers hun bezoek aan een winkelgebied beginnen en weer eindigen. Meestal betreft het plekken waar een of meerdere veel publiek trekkende winkels in combinatie met veel parkeermogelijkheden aanwezig zijn.

¹⁶ De ontwikkelaar is momenteel in onderhandelingen met meerdere kandidaten voor vestiging die een versterking van winkelcentrum Tegelen zouden kunnen betekenen.

¹⁷ Hiertoe wordt samengewerkt met Rho, Adviseurs voor leefruimte.

Gezien het huidige functioneren en de geconstateerde distributieve ruimte, is niet te verwachten dat de andere supermarkten in Tegelen centrum verdrongen zullen worden. De beide aanwezige kleine supers zijn gespecialiseerd (Pools, Turks, Bulgaars) en zullen vooral een eigen publiek bedienen. Albert Hein zal extra concurrentie ondervinden, maar kan ook profiteren van de extra consumenten die de zuidelijke kop van het centrum zullen bezoeken.

Beide buurtsupermarkten kennen ieder een eigen, helder afgebakend verzorgingsgebied en zullen een primaire functie voor de inwoners van de omringende woongebieden behouden. Het aantal inwoners van hun verzorgingsgebieden zal echter verder afnemen, en de aantrekkelijkheid van Tegelen centrum als boodschappencentrum zal toenemen. Deze gecombineerde ontwikkelingen zullen met name negatief uit kunnen pakken voor het buurtsteunpunt in Steyl omdat het consumentendraagvlak hier met ca. 3.700 inwoners al heel gering is en de winkel theoretisch momenteel al een hele lage omzet per m² wvo realiseert. In dit licht kan niet uitgesloten worden dat deze supermarkt op termijn verdwijnt. Het verdwijnen van de supermarkt in Steyl betekent bovendien dat het gemiddelde economisch functioneren van dagelijkse winkels in het primaire verzorgingsgebied toeneemt.

De omzeteffecten van het initiatief zullen zich buiten Tegelen spreiden over meerdere winkelgebieden in Venlo en Nettetal en met name het daar aanwezige discountaanbod. Door de spreiding is het effect per winkel en winkelgebied gering, waardoor het niet te verwachten is dat er winkels zullen moeten sluiten

Effecten geen vernieuwing supermarktaanbod (nul-scenario)

Landelijk neemt de winkelleegstand al meerdere jaren af, zowel gemeten naar aantal panden als verkoopruimte, maar er zijn grote verschillen tussen de verschillende soorten winkelgebieden. In veel kleinere en middelgrote steden en kleinere stadsdeelcentra, wijkcentra en buurtcentra blijft de situatie aandacht vragen. Vaak bieden zij te weinig beleving, keuzemogelijkheden en zijn zij te weinig onderscheidend ten opzichte van de grotere centra én internet, vooral op het punt van het niet-dagelijkse artikelaanbod. De goed geïnformeerde, prijsbewuste en vaak ook heel mobiele consument slaat daarom het "eigen", meest nabije winkelcentrum gemakkelijk over om in een groter winkelcentrum te winkelen. Maar dat geldt veel minder voor de dagelijks of wekelijks benodigde artikelen: die worden overwegend nog het meest en het liefst het dicht bij huis gedaan. Daarmee zijn supermarkten geleidelijk aan steeds belangrijker geworden voor het functioneren van stadsdeel-, wijk- of buurtgerichte winkelcentra.

De supermarktbranche is echter al geruime tijd in beweging en men probeert steeds beter in te spelen op de (veranderende) wensen en eisen van de consument. Winkels worden in dit verband groter, en formules worden aangepast (o.a. meer vers, service en ter plekke bereide etenswaren). Dit houdt tevens in dat de concurrentie tussen de supermarkten ook verscherpt. Gaan supermarkten hier niet in mee, dan neemt hun aantrekkelijkheid voor de consument af, evenals het aantal bezoekers. Omdat, zoals eerder in dit rapport is beschreven, supermarkten zorgen voor veel combinatiebezoek met andere in een winkelcentrum aanwezige winkels en publieksgerichte voorzieningen, zal een achterblijvende kwaliteit van het supermarktaanbod in negatieve zin bijdragen aan het bezoek aan en daarmee het functioneren van het winkelcentrum Tegelen als geheel. Daarbij is een toename van de leegstand zeker niet uit te sluiten, want veel winkelondernemingen hebben na vele magere jaren, groeiende internetverkoop en soms een dalend inwonertal in het verzorgingsgebied, nog steeds moeite om het

hoofd boven water te houden. Meer leegstand heeft weer een negatieve invloed op het verblijfsklimaat in een winkelcentrum en daardoor blijven ook weer meer bezoekers weg. Zonder vernieuwing van het supermarktaanbod is het daarom waarschijnlijk dat de neerwaartse spiraal waarin winkelcentrum Tegelen al geruime tijd zit, niet omgebogen wordt, en dat het aanbod nog verder verschaalt. Het “hart” van het stadsdeel zal daarmee steeds zwakker worden.

Niet onbelangrijk hierbij is dat met een impuls, zoals het voorliggende initiatief biedt, ook het vertrouwen van de zittende ondernemers in de toekomst toeneemt. Vaak is dit voor deze groep aanleiding om zelf ook te vernieuwen en investeringen te doen die nu achterwege blijven. Daarnaast kan het te verwachten toenemende aantal bezoekers ook voor nieuwe ondernemers aanleiding zijn om zich te vestigen. Zonder een verbetering van het supermarktaanbod in Tegelen centrum, zal de beschreven vernieuwing in deze sector zich elders voordoen en daardoor zal de concurrentie voor winkelcentrum Tegelen extra toenemen. Zeker in een gebied met een krimpend aantal inwoners wordt het dan extra moeilijk om te vernieuwen en aantrekkelijk voor de consument te blijven.

Tot slot

Uit de voorgaande analyses komt naar voren dat er uitbreidingsruimte is aan te geven voor een uitbreiding van het supermarktaanbod in Tegelen-centrum en dat het initiatief voor verplaatsing en modernisering van Jan Linders in combinatie met de vestiging van een discount-supermarkt zal resulteren in een versterking van de lokale consumentenverzorging en van het centrum van Tegelen als boodschappencentrum. Het initiatief kan tevens zorgen voor nieuw elan, waardoor de neerwaartse spiraal waarin het centrum al geruime tijd zit, doorbroken kan worden. Hiermee voorziet het initiatief tevens in een reeds in het lokale detailhandelsbeleid geschetste behoefte en kan de ladder voor duurzame verstedelijking in positieve zin doorlopen worden.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Bijlage 2: Omvang en branchering winkelaanbod gemeente Venlo

Tabel B2.1: Winkelaanbod Venlo en vergelijkbare plaatsen naar omvang en samenstelling

	Venlo			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal vestigingen	m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel	Aantal vestigingen	m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	138	43.306	314	125	31.980	255
Persoonlijke verzorging	25	4.928	197	36	5.601	157
Dagelijkse artikelen	163	48.234	296	161	37.581	233
Warenhuis	3	2.068	689	3	5.854	1.913
Kleding en mode	116	34.671	299	119	25.300	212
Schoenen en lederwaren	27	4.928	183	23	4.408	188
Juwelier en optiek	23	1.773	77	26	1.781	70
Huishoudelijke en luxe artikelen	24	7.472	311	20	5.393	264
Antiek en kunst	5	1.274	255	7	562	79
Sport en spel	17	5.383	317	19	6.987	361
Hobby	13	857	66	11	1.278	114
Media	8	1.548	194	14	2.036	143
Dier en plant	34	38.774	1.140	26	10.495	412
Bruin- en witgoed	25	5.448	218	20	4.344	213
Fietsen- en autoaccessoires	19	4.492	236	20	4.020	197
Doe-het-zelf	13	27.224	2.094	12	15.417	1.260
Wonen	58	44.231	763	52	38.649	743
Detailhandel overig	52	8.363	161	41	7.162	176
Niet-dagelijkse artikelen	436	188.506	432	415	133.686	322
Totaal detailhandel	599	236.740	395	576	171.267	297
Leegstand	181	27.990	155	92	18.173	198

Bijlage 3: Leegstaande panden in Tegelen

Tabel B3.1 Lege panden Tegelen centrum

Adres	m ² in wvo
Grotestraat 46	70
Grotestraat 59	72
Grotestraat 84	228
Grotestraat 84B	20
Grotestraat 92	70
Kerkstraat 12	190
Kerkstraat 15	113
Kerkstraat 15 B	132
Kerkstraat 25 A	55
Kerkstraat 27	245
Kerkstraat 29	258
Kerkstraat 47	364
Kerkstraat 61	65
Posthuisstraat 32	200
Spoorstraat 18	44
Wilhelminaplein 3	245

Tabel B3.2 Overig Tegelen

Adres	m ² in wvo
Grotestraat 2	110
Spoorstraat 43	136
Venloseweg 106	400

Bijlage 4: Europese Dienstenrichtlijn

Het Europese Hof van Justitie heeft de prejudiciële vragen beantwoord¹⁸ die door de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State (Afdeling) aan het Hof zijn voorgelegd over de Europese Dienstenrichtlijn (richtlijn 2006/123) in relatie tot detailhandel in goederen. Uit het antwoord volgt dat de Dienstenrichtlijn van toepassing is op de uitoefening van detailhandelsactiviteiten.

Voorwaarden vestigingsbeperking Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn heeft als doelstelling dat dienstverleners in de Europese Unie zich onbelemmerd in een andere lidstaat kunnen vestigen of tijdelijk diensten kunnen verrichten. De vervolgvraag is dan of vestigingsbeperkingen zijn toegestaan die de uitoefening van detailhandelsactiviteiten beperken, zoals regels omtrent branchering, min./max. oppervlakte of max. aantal vestigingen. De Dienstenrichtlijn staat aan dergelijke beperkingen niet in de weg, mits voldaan wordt aan de voorwaarden uit artikel 15, lid 3, van de Dienstenrichtlijn inzake non-discriminatie, noodzakelijkheid en evenredigheid:

- non-discriminatie, doordat ze geen direct of indirect onderscheid maken naar nationaliteit, of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel;
- noodzakelijk, vanwege een dwingende reden van algemeen belang en;
- evenredig, doordat ze geschikt zijn voor hun doel, niet verder gaan dan nodig om hun doel te bereiken en het doel niet met andere, minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.

Non-discriminatie, noodzakelijkheid en evenredigheid

De eis omtrent **non-discriminatie** is niet aan de orde, omdat de vestigingsbeperkingen voor eenieder gelden ongeacht nationaliteit of vestigingsland.

Verder kunnen vestigingsbeperkingen aan eis van **noodzakelijkheid** voldoen als de dwingende reden van algemeen belang is gericht op het behoud van de leefbaarheid van het (stads)centrum of in de wijken en het voorkomen van leegstand in het kader van ruimtelijk beleid.

Wanneer de vestigingsbeperkingen voldoen aan de eis noodzakelijkheid, is het vervolgens van belang dat deze **evenredig** zijn in relatie tot het doel ervan. Dat wil zeggen dat de vestigingsbeperkingen geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken, dat deze niet verder gaan dan nodig is en niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt. Van belang hierbij is dat vestigingsbeperkingen die opgenomen zijn in de planregels, in feite een regeling is met voorafgaande administratieve toestemming¹⁹. Het vaststellen van een planregeling is daarmee een evenredig middel om te bewerkstelligen dat gronden in het plangebied in overeenstemming met een goede ruimtelijke ordening worden gebruikt. Bij een andere regeling dan het stellen van een algemeen verbindend voorschrift vooraf bestaat het gevaar dat het toegestane gebruik of de toegestane bebouwing niet kenbaar is of, bijvoorbeeld bij controle achteraf, dat gronden op een zodanige wijze worden gebruikt of bebouwd dat de uiteindelijk gewenste bestemming niet meer kan worden verwezenlijkt. Oftewel, als de vestigingsbeperkingen niet worden opgenomen in de planregels kunnen ontwikkelingen plaatsvinden waarvan de (in

¹⁸ Bij arrest van 30 januari 2018 (ECLI:EU:C:2018:44)

¹⁹ Zie uitspraak van ABRvS van 2 mei 2012 (ECLI:NL:RVS:2012:BW4538)

ruimtelijke zin onaanvaardbare) gevolgen niet meer ‘teruggedraaid’ kunnen worden, waarmee het doel dan ook niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.

Altijd al toets aan ‘goede ruimtelijke ordening’

Overigens, ook los van de Dienstenrichtlijn moet gemotiveerd worden dat vestigingsbeperkingen in een bestemmingsplan nodig zijn in het kader van een goede ruimtelijke ordening, dat deze niet verder strekken dan nodig is om het doel te bereiken en dat doel ook niet met minder beperkende maatregelen kan worden bereikt. Met de gebruikelijke toets aan 'de goede ruimtelijke ordening' zal dan ook in de meeste gevallen voldoende gemotiveerd zijn dat aan de Dienstenrichtlijn wordt voldaan.

Bijlage 5: Beleidsmatige afbakening kernwinkelgebied Tegelen



Bron: Publicatie “Kernwinkelgebieden Tegelen en Blerick”, Gemeentebblad 2018, nr. 88499, gepubliceerd op 2 mei 2018. Het aangegeven kernwinkelgebied is een specificering van de in het Detailhandelsbeleid Venlo 2015-2025 vastgestelde beleid. Het gebied is in samenwerking met lokale vertegenwoordigers vormgegeven. Binnen het kernwinkelgebied wordt ingezet op detailhandelsfuncties, daarbuiten niet.