

RUIMTE REGIE RESULTAAT



R
Rho
ADVISEURS
VOOR
LEEFRUIMTE

ADVIESRAPPORT

|

Gemeente Roerdalen

Ruimtelijk-economische onderbouwing commerciële functies Angsterweg 16 Vlodrop

ruimtelijk-economische onderbouwing

identificatie

projectnummer:

400083.20160743

projectleider:

mr. A.J.C.A. van Zitteren

auteur(s):

M.G.M.C. Geerts MSc en mr. A.J.C.A. van Zitteren

planstatus

datum:

2017-10-17

opdrachtgever:

P. Janssen Holding B.V.



Inhoud

1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Bestaande situatie	4
1.3 Nieuwe situatie	5
1.4 Onderzoeksvraag	6
1.5 Leeswijzer	7
2. Beleidskader	8
2.1 Rijksbeleid	8
2.2 Provinciaal beleid	11
2.3 Gemeentelijk beleid	14
2.4 Conclusie	14
3. Supermarktontwikkelingen	16
3.1 Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Vlodrop	16
3.2 Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector (supermarkten) gemeente Roerdalen en Vlodrop	17
3.3 Invloed kooptoeerisme	20
3.4 Supermarktsegmenten en de positionering van Aldi en Naanhof	20
3.5 Economische analyse	25
3.6 Te verwachten effecten	30
3.7 Uitgangspunten ruimtebeslag	32
3.8 Locatieafwikkeling	35
3.9 Conclusie	37
4. Aanvullende commerciële functies	38
4.1 Initiatief	38
4.2 Zelfstandige horeca	39
4.3 Ambulante handel	41
4.4 Aanvullende detailhandel	43
4.5 Conclusie	47
5. Algemene conclusie	49
5.1 Actuele regionale behoefte en te verwachten effecten	49
5.2 Locatieafweging en ontsluiting	50
5.3 Eindconclusie	51

1.1. Aanleiding

De firma P. Janssen Holding B.V., is eigenaar van het perceel plaatselijk bekend Angsterweg 16 te Vlodrop, kadastraal bekend sectie F, perceelnummers 1590, 1812, 1813 en 1815. Daarnaast is inmiddels het perceel Angsterweg 12, kadastraal bekend sectie F, perceelnummer 1514 door de initiatiefnemer gekocht en wordt dit perceel ook betrokken bij de voorgestane ontwikkeling.



Afbeelding 1.1: Kadastrale kaart met begrenzing plangebied Angsterweg 16 in rood

De eigenaar en initiatiefnemer wenst een duurzame en toekomstbestendige invulling te geven aan de locatie, waarbij ruimte wordt gegeven aan groei voor de bestaande detailhandelsvestigingen alsmede toevoeging van nieuwe detailhandel en toevoeging van zelfstandige horeca om meer service te bieden en de verblijfsduur van de consument te verlengen.

Het voornemen is in de vorm van principe-aanvragen bij de gemeente naar voren gebracht.

De gemeente heeft naar aanleiding van deze aanvragen aangegeven in principe hieraan medewerking te willen verlenen indien door middel van een ruimtelijk-economisch onderzoek wordt aangetoond dat de leefbaarheid niet wordt aangetast en de impact van de ontwikkeling op de omgeving inzichtelijk wordt gemaakt (schrijven van 8 maart 2016 – (kenmerk 20160308/REO/D0) en schrijven van 21 februari 2017 (kenmerk 2017/01/31/REO)).

De gemeente wenst daarvoor een goede onderbouwde ruimtelijke-economische analyse te ontvangen met inbegrip van een gedegen aanvullende kwalitatieve onderbouwing en een volwaardige laddertoets.

In deze adviesrapportage wordt hieraan invulling gegeven.

1.2. Bestaande situatie

Op dit moment is op de bestaande locatie aanwezig c.q. vergund:

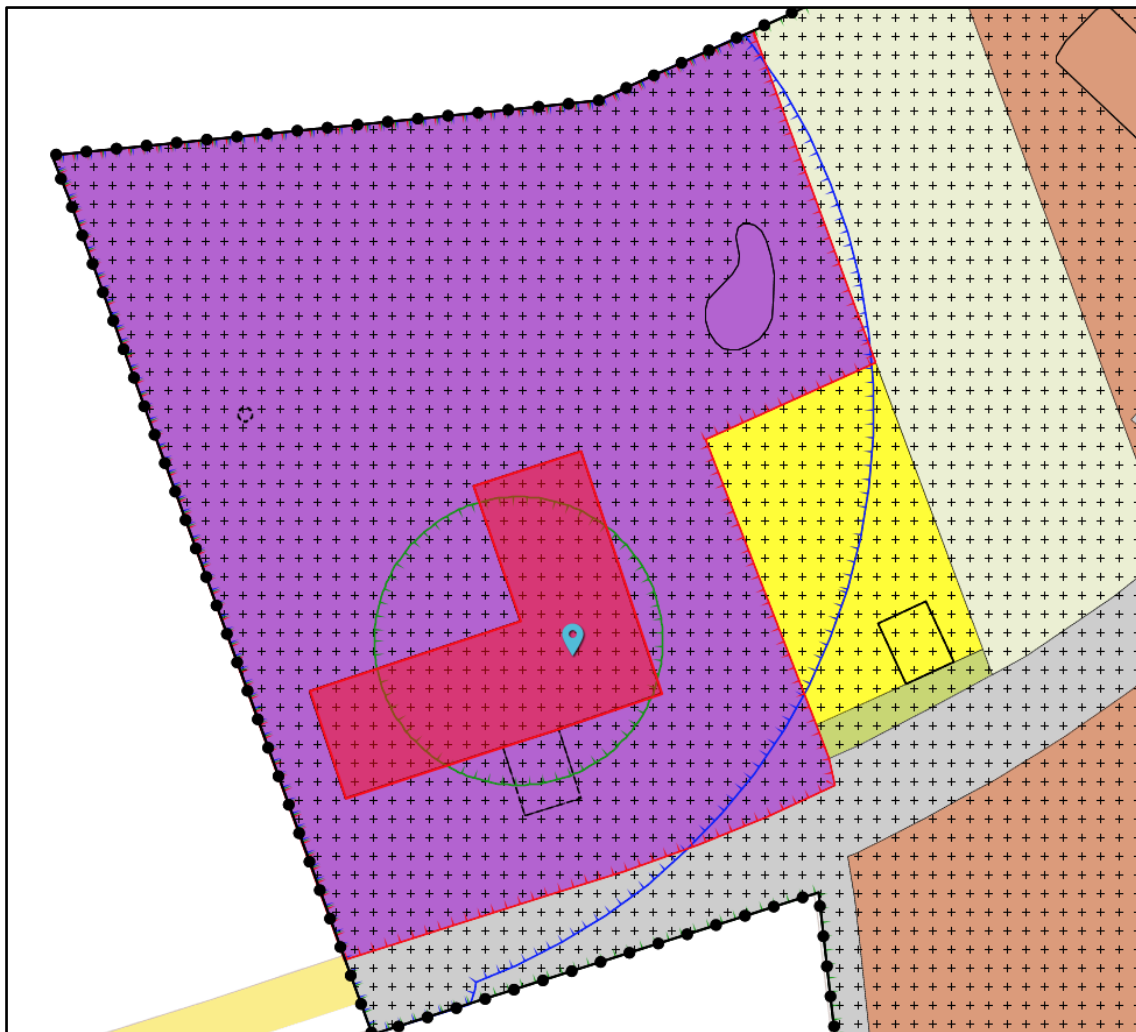
- een Aldi vestiging (detailhandel) met een winkelvloeroppervlak van circa 625 m²;
- een Naanhof vestiging (detailhandel) met een winkelvloeroppervlak van circa 640 m²;
- een verkooppunt voor motorbrandstoffen (detailhandel);
- ondersteunende horeca behorende bij het verkooppunt motorbrandstoffen (horeca) tot maximaal 150 m²;
- parkeervoorzieningen.

De locatie aan de Angsterweg 16 is juridisch-planologisch vastgelegd in het bestemmingsplan '1^e herziening Kern en Roerdalen' zoals vastgesteld door de gemeenteraad van Roerdalen op 21 april 2016. De locatie is bestemd tot 'Bedrijf' (artikel 4) en bevat enkele specifieke aanduidingen, zoals de bouwaanduidingen bouwvlak en maatvoering (maximale bouwhoogte en goothoogte – 7 meter), de functieaanduidingen 'specifieke vorm van bedrijf – angsterweg 16' en 'verkooppunt motorbrandstoffen met LPG' en de gebiedsaanduidingen 'milieuzone-verontreinigingslocatie' en 'Veiligheidszone – LPG'.

Ter plaatse van de aanduiding 'specifieke vorm van bedrijf - angsterweg 16' is detailhandel toegestaan met een vloeroppervlakte van maximaal 600 m² per detailhandelsvestiging binnen het opgenomen bouwvlak. Het maximaal aantal te vestigen detailhandelsvestigingen is niet juridisch-planologisch vastgelegd. Planologisch is 1.710 m² beschikbaar voor detailhandel.

Binnen de bedrijfsbebouwing en op de gronden bestemd tot 'Bedrijf' is het tevens toegestaan een eenvoudige en beperkte horecavoorziening met een oppervlak tot 150 m² en gesitueerd in het verlengde van het verkooppunt motorbrandstoffen in gebruik te nemen op basis van een verleende omgevingsvergunning.

Dit specifieke gebruik van een deel van de bedrijfsbebouwing in strijd met het bestemmingsplan is door het college van burgemeester en wethouders toegestaan bij besluit van 11 mei 2015 (kenmerk MZ/2014/09017) gelet op het bepaalde in artikel 2.1. 2.2. en 2.12 van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht en met toepassing van artikel 4 lid 9 van bijlage II van het Besluit ruimtelijke ordening.



Afbeelding 1.2: functieaanduiding 'specifieke vorm van bedrijf – Angsterweg 16' (rode arcering)

1.3. Nieuwe situatie

Zoals in de aanleiding aangegeven wenst initiatiefnemer op de locatie Angsterweg 16 te Vlodrop ruimte voor groei van de bestaande detailhandelsvestigingen, toevoeging van nieuwe detailhandel alsmede toevoeging van zelfstandige horeca en 3 standplaatsen voor ambulante handel.

Het geheel wenst hij complementair aan elkaar op de bestaande vestigingslocatie te ontwikkelen om de bezoekende consument meer service te bieden alsmede de aantrekkingskracht voor de consument en verblijfsduur te vergroten.

Het beoogde programma bestaat concreet uit de volgende onderdelen:

- *Uitbreiding Aldi door middel van nieuwbouw*
Aldi heeft nadrukkelijk aangegeven het bestaande winkelvloeroppervlak te willen uitbreiden naar een nieuw te bouwen winkel van 1.200 m² vvo op de huidige vestigingslocatie. Momenteel omvat de bestaande winkel 625 m² vvo. De netto uitbreiding omvat 575 m² vvo.
- *Uitbreiding Naanhof B.V. in bestaande bedrijfsbebouwing*
Ook Naanhof heeft aangegeven naar de toekomst toe haar winkel te willen uitbreiden. Momenteel omvat de winkel circa 640 m² vvo. De winkelketen wil graag doorgroeien naar circa 1.000 m² vvo. De netto uitbreiding omvat 360 m² vvo.

- *Zelfstandige horeca (maximaal 150 m²) in bestaande bedrijfsbebouwing*
Aanvullend op de supermarktfunctie van Aldi en Naanhof wenst initiatiefnemer te beschikken over een zelfstandige horecavoorziening, waarbij de consument terecht kan voor een kop koffie, een broodje of iets van de grill en niet over een horecavoorziening gekoppeld aan het verkooppunt voor motorbrandstoffen. Naast het specifieke assortiment van Aldi en Naanhof wenst de (Duitse) consument ook te beschikken over enige winkelbeleving. Met een kleinschalige zelfstandige horecavoorziening van maximaal 150 m² vloeroppervlak kan een stukje beleving worden toegevoegd aan de boodschappentrip. Binnen deze 150 m² is de zichtbare ruimte voor consumenten gesitueerd (tafels, stoelen en kassa e.d.; excl. keuken). De horecavoorziening zal ondergeschikt zijn aan de supermarktfunctie en zal dan ook dezelfde openingstijden hanteren. De voorziening wordt gehuisvest in de bestaande bedrijfsbebouwing op de vestigingslocatie.
- *Standplaatsen ten behoeve van ambulante handel (maximaal 3) in de buitenruimte*
Aanvullend op de zelfstandige horeca wenst initiatiefnemer te beschikken over 3 standplaatsen ten behoeve van ambulante handel op het buitenterrein van de vestigingslocatie. Het gaat hier primair om de verkoop van etenswaren, zoals bijvoorbeeld een poffertjeskraam. Het initiatief omvat maximaal 3 standplaatsen.
- *Aanvullende commerciële functies tot circa 265 m² vwo binnen de bestaande bedrijfsbebouwing*
Tot slot omvat het initiatief de mogelijkheid om het aantal commerciële functies uit te breiden, mede gericht op de Duitse kooptourist, binnen het bestaande bouwvlak. De omvang van de detailhandel is gemaximeerd op één locatie (de herinvulling van bestaande bebouwing op het perceel Angsterweg 16 te Vlodrop, te weten de vrijkomende bedrijfsruimte in de bestaande bedrijfsbebouwing op het perceel) na verplaatsing van de Aldi vestiging ten gevolge van nieuwbouw op de vestigingslocatie Angsterweg 16 en de uitbreiding van de Naanhof met winkelvloeroppervlak binnen de bestaande bedrijfsbebouwing.
In het kader van flexibele planvorming is op voorhand niet te zeggen hoe deze circa 265 m² tot 300 m² vwo na uitbreiding van de Naanhof met winkelruimte wordt verdeeld. Het concept 'shop-in-shops' leent zich bijvoorbeeld uitstekend voor de beoogde ontwikkeling, waardoor meerdere verkooppunten binnen deze 265 m² tot 300 m² vwo tot de mogelijkheden behoren. Juridisch-planologisch is per detailhandelsvestiging een winkelvloeroppervlak tot 600 m² binnen de bestaande bedrijfsbebouwing toegestaan op basis van de vigerende bestemmingsregeling.
- *Sanering winkelmeters en dynamisch voorraadbeheer*
Conform het provinciale beleidskader (hoofdstuk 2) moeten ruimtelijke keuzes leiden tot een goede balans in de winkelvoorraad. Bij nieuwe detailhandelsontwikkelingen kan daarom overwogen worden om detailhandelsmeters op 'oude' locatie te saneren, ook wel dynamisch voorraadbeheer genoemd. In samenwerking met de gemeente Roerdalen heeft initiatiefnemer een aantal overeenkomsten gesloten:
 - Saldering detailhandelsmeters aan de Boomstraat 4 in Posterholt: totaal 780 m² vwo.
 - Saldering detailhandelsmeters aan de Irenelaan 18/18a in Posterholt: totaal 480 m² vwo.
 - Saldering detailhandelsmeters Bergerweg 21 Vlodrop: totaal 220 m² vwo.
 In totaal wordt dus 1.480 m² vwo detailhandel gesaneerd ten behoeve van de beoogde ontwikkeling aan de Angsterweg 16 in Vlodrop.

1.4. Onderzoeksvraag

De gemeente wenst op basis van het voornemen van de ondernemer een goede onderbouwde ruimtelijke-economische analyse te ontvangen met inbegrip van een gedegen aanvullende kwalitatieve onderbouwing en een volwaardige laddertoets. Daarbij dient inzicht en antwoord gegeven te worden op de aspecten: *duurzame ontwrichting en duurzame verstedelijking*.

In deze adviesrapportage wordt hieraan invulling gegeven.

Duurzame ontwricting

De voorgestane ontwikkelingen op de locatie Angsterweg 16 te Vlodrop mogen géén significant negatieve effecten hebben op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de omgeving. Dat wil zeggen de ontwikkelingen mogen geen 'duurzame ontwricting' van het voorzieningenniveau opleveren.

Voor de vraag of er een duurzame ontwricting zal ontstaan komt volgens constante jurisprudentie geen doorslaggevende betekenis toe aan de vraag of overaanbod in het verzorgingsgebied en mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvestigingen zal ontstaan. Wel relevant is of voor de inwoners van een bepaald gebied niet een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft: kunnen zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun dagelijkse en/of geregelde boodschappen doen.

In de uitspraak van 18 september 2013 heeft de Raad van State het criterium of er sprake zal zijn van "duurzame ontwricting van het voorzieningenniveau" aangescherpt. De afdeling geeft in deze uitspraak aan dat het aspect van 'duurzame ontwricting' uitsluitend nog van toepassing kan zijn als het gaat om detailhandel dat voorziet in eerste levensbehoeften. Dat wil zeggen alles wat aan voeding, kleding en huishoudelijke artikelen etc. onontbeerlijk is om te kunnen leven.

Ladder voor duurzame verstedelijking

Daarnaast dient vanuit een goede ruimtelijke ordening onderzocht te worden of de beoogde ontwikkeling aan de Angsterweg 16 in Vlodrop past binnen de kaders van duurzame verstedelijking, zoals geformuleerd in artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening.

Deze 'ladder voor duurzame verstedelijking' is in het kader van zorgvuldig ruimtegebruik opgenomen, waarbij de leegstandseffecten van belang zijn.

Zowel de rijksoverheid, de provincie Limburg als de gemeente Roerdalen vragen derhalve bij nieuwe ruimtelijke besluiten waarbij er sprake is van een 'stedelijke ontwikkeling' expliciet de behoefte te onderbouwen in het kader van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' (de zogenaamde "laddertoets"). Zie hiervoor verder hoofdstuk 2.

Stedelijke ontwikkeling

De eerste stap is of een ontwikkeling kan worden aangemerkt als 'stedelijke ontwikkeling'. De begripsdefiniering is als volgt: 'een ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen'. Rekening houdend met jurisprudentie kan de uitbreiding van het supermarktaanbod worden aangemerkt als stedelijke ontwikkeling. Dit geldt niet voor de beoogde horecevoorziening. De horeca is ondergeschikt en wordt gehuisvest binnen de bestaande bedrijfshuisvesting. Dit geldt ook voor de aanvullende detailhandel. Juridisch-planologisch is per detailhandelsvestiging een winkelvloeroppervlak tot 600 m² binnen de bestaande bedrijfsbebouwing toegestaan op basis van de vigerende bestemmingsregeling.

Ruimtelijk verzorgingsgebied

Vanwege de aard en omvang van het beoogde programma wordt de gemeente Roerdalen als primair verzorgingsgebied gehanteerd.

In deze adviesrapportage wordt verder invulling gegeven aan het bovenstaande.

1.5. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 worden, voorafgaand aan de beantwoording van de onderzoeksvragen, enkele relevante rijks-, provinciale en gemeentelijke beleidsuitgangspunten beschreven.

In de hoofdstukken 3 en 4, wordt de onderzoeksvraag beantwoord aan de hand van een beschrijving van wat de actuele regionale behoefte is voor de beoogde ontwikkeling, inclusief een verkenning naar de mogelijke effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat, en de toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt in de supermarktontwikkelingen, de voorgestane aanvullende detailhandelsontwikkeling en de zelfstandige horeca-ontwikkeling en ambulante handel. Het afsluitende hoofdstuk 5 bevat een algemene conclusie.

2. Beleidskader

2.1. Rijksbeleid

De ladder voor duurzame verstedelijking (ladder) is een instrument voor efficiënt ruimtegebruik. Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als **nieuwe stedelijke ontwikkelingen**, waaronder detailhandelsontwikkelingen, planlogisch mogelijk worden gemaakt. Op 1 juli 2017 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd, waarbij een nieuwe laddersystematiek geldt. Dit is opgenomen in artikel 3.1.6 van het Bro. Het artikel bestaat uit de volgende onderdelen:

1. Een bestemmingsplan alsmede een ontwerp hiervoor gaan vergezeld van een toelichting, waarin zijn neergelegd:
 - a. een verantwoording van de in het plan gemaakt keuze van bestemmingen;
 - b. een beschrijving van de wijze waarop in het plan rekening is gehouden met de gevolgen voor de waterhuishouding;
 - c. de uitkomsten van het in artikel 3.1.1 Bro bedoelde overleg;
 - d. de uitkomsten van het met toepassing van artikel 3:2 van de Algemene wet bestuursrecht verrichte onderzoek;
 - e. een beschrijving van de wijze waarop burgers en maatschappelijke organisaties bij de voorbereiding van het bestemmingsplan zijn betrokken;
 - f. de inzichten over de uitvoerbaarheid van het plan.
2. De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.
3. Indien in een bestemmingsplan als bedoeld in het tweede lid toepassing is gegeven aan artikel 3.6, eerste lid, onder a of b, van de wet kan bij dat bestemmingsplan worden bepaald dat de beschrijving van de behoefte aan een nieuwe stedelijke ontwikkeling en een motivering als bedoeld in het tweede lid eerst wordt opgenomen in de toelichting bij het wijzigings- of het uitwerkingsplan als bedoeld in dat artikel.
4. Een onderzoek naar de behoefte als bedoeld in het tweede lid, heeft, in het geval dat een bestemmingsplan, bedoeld in het tweede lid, ziet op de vestiging van een dienst als bedoeld in artikel 1 van de Dienstenwet en dit onderzoek betrekking heeft op de economische behoefte, de markt vraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van die vestiging, slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.

De laddertoets moet worden uitgevoerd wanneer er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. In artikel 1.1.1 onder i van het Bro is een nadere omschrijving van het begrip stedelijke ontwikkeling vastgelegd: *'Ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen'*. In het Bro is geen ondergrens voor de minimale omvang vastgelegd. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving.

Formele toepassing

Toetsing aan de ladder is formeel vereist bij een beleidsmatige afweging indien dit is opgenomen in een provinciale verordening (artikel 4.1 Wro) of in een gemeentelijke beleidsregel ten aanzien van de toepassing van planologische besluiten.

Materiele toepassing

De ladder voor duurzame verstedelijking is van toepassing op een ruimtelijk besluit dat valt binnen het formele toepassingsbereik van de ladder en voorziet in een stedelijke ontwikkeling als bedoeld in artikel 1.1.1. lid 1 aanhef en onder i Bro.

“stedelijke ontwikkeling: ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen”

Deze definitie is gelijk aan de definitie die in de ‘Omgevingsverordening Limburg 2014’ voor het begrip stedelijke ontwikkeling wordt gehanteerd.

Indien een ontwikkeling niet onder deze definitie valt, behoeft de ‘Ladder voor duurzame verstedelijking’ niet te worden toegepast.

De Ladder voor duurzame verstedelijking moet wel worden gevolgd wanneer planologisch “nieuwe stedelijke ontwikkelingen” mogelijk worden gemaakt. Daarbij wordt de afbakening van het begrip ‘nieuwe stedelijk ontwikkeling’ door de jurisprudentie vormgegeven.

Het al dan niet toenemen van het ruimtebeslag is een belangrijk criterium voor het aanmerken van een ontwikkeling als een nieuwe stedelijke ontwikkeling.

Indien er sprake is van een (geringe) toename van bouwmogelijkheden, dan is er doorgaans sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling: zie in deze zin ABRvS 2 juni 2014, ECLI:NL:RVS:2014:2143 r.o. 7.5 (functiewijziging met een toename van het bebouwde oppervlak) en ABRvS 5 maart 2014, ECLI:NL:RVS:2014:743, r.o. 11.2.4, ABRvS 25 juni 2014, ECLI:NL:RVS:2014:2331 r.o. 6.2 en ABRvS 24 december 2014, ECLI:NL:RVS:2014:4648 r.o. 16.3 (nieuwbouw en functiewijziging na sloop). Aangezien er voor de nieuwe Aldiwinkel bebouwing wordt toegevoegd, is er sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling.

Indien er in het geheel geen sprake is van toename van het ruimtebeslag, dan is de Afdelingslijn dat er geen sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Zo overweegt de Afdeling in haar uitspraak van 10 december 2014:

“12.6. Het betoog van Lunchroom Deli en andere dat het plan in zoverre in strijd is met artikel 3.1.6, tweede lid, van het Bro, omdat is voorzien in een functiewijziging binnen de bestaande bebouwing, kan niet slagen. In deze situatie is geen sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling als bedoeld in het Bro, aangezien de bebouwing reeds aanwezig is en er geen nieuw beslag op de ruimte plaatsvindt. Van belang daarbij is dat het plan naar het oordeel van de Afdeling slechts is gericht op een verruiming van de gebruiksmogelijkheden.”

Zie in deze zin tevens ABRvS 21 januari 2015, ECLI:NL:RVS:2015:96 r.o. 5.1. en 20 april 2016-201503895/1). In laatstgenoemde uitspraak werd bepaald dat wanneer een plan ten opzichte van het vorige bestemmingsplan niet voorziet in uitbreiding van de bebouwingsmogelijkheden (en dus niet in nieuw ruimtebeslag), maar uitsluitend in uitbreiding van de gebruiksmogelijkheden er geen sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling.

Dat we te maken hebben met een nieuwe stedelijke ontwikkeling wordt bevestigd door de Afdelingsuitspraak van 18 februari 2015, ECLI:NL:RVS:2015:428.

De Afdeling overweegt: *“Voor zover [appellant sub 1] en anderen betogen dat in de Staat van bedrijfsactiviteiten deels bedrijfsactiviteiten staan genoemd waarvoor de units in de bedrijfsverzamelgebouwen niet eerder mochten worden verhuurd, oordeelt de Afdeling dat het plan hiermee niet voorziet in een zodanige functiewijziging dat om die reden sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Zoals zij eerder heeft overwogen (uitspraak van 10 december 2014 in zaak nr. 201310814/1/R1) is daarbij van belang dat met een verruiming van de gebruiksmogelijkheden geen nieuw beslag op de ruimte plaatsvindt.”*

Dit suggereert dat er functiewijzigingen – zonder enige toename van bebouwing – kunnen zijn die wel “zodanig” zijn, dat zij kunnen worden aangemerkt als een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Dit kan het geval zijn indien door de gebruikswijziging er sprake is van een toename van het aantal winkelmeters en een dergelijke toename gevolgen kan hebben voor de winkelleegstand. En daarmee voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat ter plaatse, hetgeen uit een oogpunt van goede ruimtelijke ordening tot een onaanvaardbare situatie ter plaatse kan leiden. In onderhavige geval is sprake van een functiewijziging ter plaatse van de nieuwe winkel en worden daar ook winkelmeters toegevoegd.

Verder staat in de nota van toelichting op het Bro onder meer dat de Ladder vergt dat *“bij iedere ontwikkeling van winkelmeters met lokale en interlokale effecten”* beschreven dient te worden op welke wijze rekening is gehouden met het tegengaan van winkelleegstand en waarom niet de voorkeur is gegeven aan herstructurering of transformatie van bestaande winkelpanden (Stb. 2012, 388, p. 16). De nota van toelichting spreekt niet slechts van toename van winkelmeters door extra bebouwing.

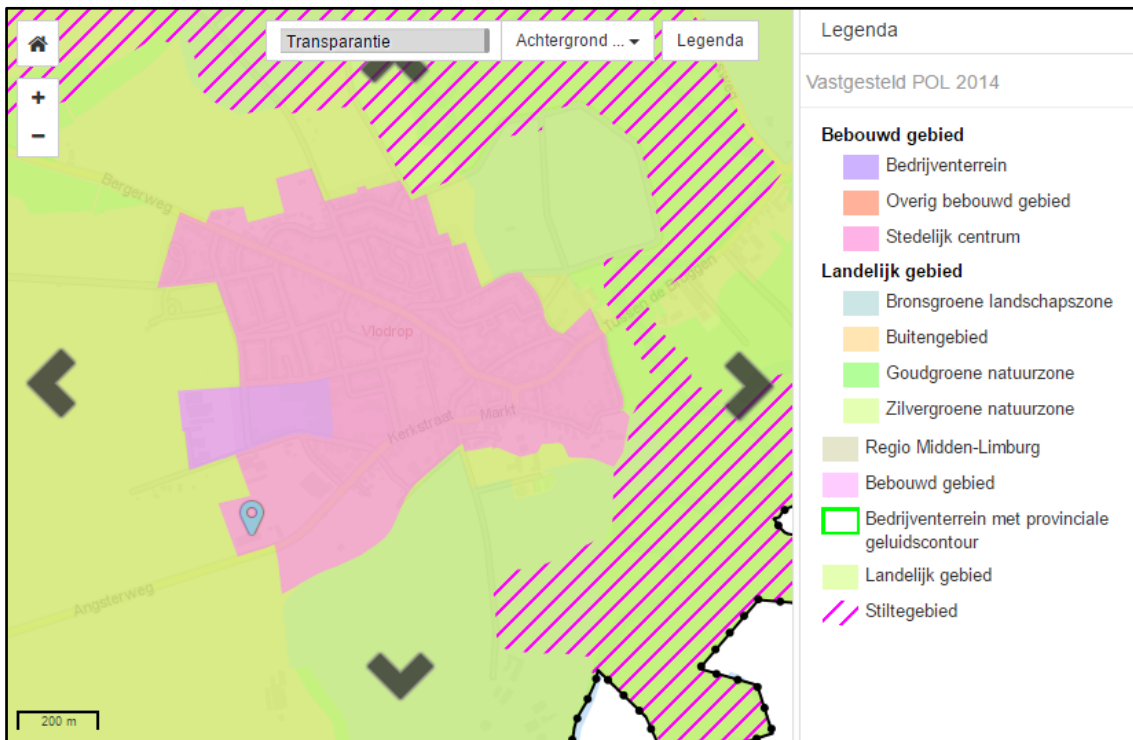
In deze zin overweegt de Afdeling in haar uitspraak van 5 maart 2014, No. 201303469/1/R3, r.o. 11.2.7 (eerder aangehaald) met betrekking tot de eerste trede: *“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”*

Conclusie

Op basis van bovenstaande wordt geconcludeerd dat het planvoornemen voorziet in een nieuwe stedelijke ontwikkeling en dat derhalve de ladder moet worden doorlopen. Aangezien de ontwikkeling plaatsvindt binnen bestaand stedelijk gebied is het met name van belang de behoefte aan de extra winkelmeters goed te verantwoorden. In hoofdstuk 3 van deze ruimtelijk-economische onderbouwing wordt hier specifiek op ingegaan.

2.2. Provinciaal beleid

Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL 2014)



Afbeelding 2.1 Uitsnede projectlocatie POL (POL, 2014)

In het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL 2014) staat de visie centraal om de kwaliteit van de fysieke leefomgeving te verbeteren. De grote variatie in omgevingskwaliteiten is een kenmerk en sterk punt van Limburg. Om daaraan recht te doen, onderscheiden we in dit POL zeven globaal afgebakende gebiedstypen. Dit zijn zones met elk een eigen karakter, herkenbare eigen kernkwaliteiten, en met heel verschillende opgaven en ontwikkelingsmogelijkheden. Binnen het bebouwd gebied onderscheiden we de volgende zones:

- stedelijk centrum;
- bedrijventerrein;
- overig bebouwd gebied.

In afbeelding 2.1 is te zien dat de projectlocatie aan de Angsterweg 16 is gelegen binnen het bebouwde gebied, ook wel bestaand stedelijk gebied genoemd.

Binnen het bebouwd gebied wordt de projectlocatie aangemerkt als 'overig bebouwd gebied'. Dit wordt omschreven in het POL (2014) als gemengde woon/werkgebieden met voorzieningen, deels met een stedelijk karakter, deels met een dorps karakter.

Voor de regio Midden-Limburg is het behouden en versterken van een voortreffelijk vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven een belangrijke uitdaging. Het verder versterken van de economische structuur met focus op voor de regio krachtige sectoren zijnde maakindustrie, agribusiness, logistiek, leisure & retail, zorg, het bevorderen van innovaties, het benutten van de cross-overs tussen deze sectoren en andere sectoren zijn belangrijke opgaven voor de regio.

Ten aanzien van detailhandel heeft de provincie de ambitie om een gezonde detailhandelsmarkt te creëren die goed inspeelt op maatschappelijke ontwikkelingen.

De belangrijkste kwalitatieve uitdagingen zijn:

- De kwaliteit van de binnensteden als belangrijke ontmoetingsplaatsen behouden en waar mogelijk versterken. Daar liggen de grootste kansen voor vernieuwing. Die kwaliteit wordt uiteraard niet alleen bepaald door winkels, maar door de mix daarvan met voorzieningen, cultuurhistorische objecten, kantoren, ambachtelijke bedrijven en binnenstedelijk wonen.
- Voor dorpskernen en wijken is de opgave vooral om het voorzieningenniveau en daarmee de leefbaarheid zoveel mogelijk op peil te houden. Dat zal echter niet overal op het niveau van nu kunnen, dat vraagt om keuzes.
- Er moet gewerkt worden aan de kwaliteit van de grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden. Deze gebieden hebben waarschijnlijk het meeste last van de ontwikkeling van online winkelen en van de economische teruggang. De opgave zal per winkelgebied sterk uiteenlopen. Er zijn centra met een aantrekkingskracht ver buiten de eigen regio.

De keuzes die gemaakt worden moeten leiden tot een goede balans tussen de winkelvoorraad in respectievelijk de binnensteden, de grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden en dorpskernen en wijken. De keuzes ten aanzien van winkelgebieden worden op lokaal niveau genomen. Daar gaat het om de vraag hoe we de kwaliteit van de winkelgebieden kunnen behouden of versterken, bijvoorbeeld door verbindingen met andere functies zoals wonen, werken, cultuur, recreatie en horeca. Er zullen keuzes gemaakt worden over het compacter maken van winkelgebieden.

De provincie Limburg heeft ten aanzien van detailhandelsontwikkelingen aandacht voor dynamisch voorraadbeheer. Volgens de principes van het dynamisch voorraadbeheer moet een nieuwe ontwikkeling gepaard gaan met het verdwijnen van bestaande voorraad elders in de regio. De meeste beslissingen over de ontwikkeling van winkelvoorzieningen worden op lokaal niveau genomen. Daar gaat het om de vraag hoe we de kwaliteit van de winkelgebieden kunnen behouden of versterken, bijvoorbeeld door verbindingen met andere functies zoals wonen, werken, cultuur, recreatie en horeca. Er zullen keuzes gemaakt worden over het compacter maken van winkelgebieden.

Voor de uitvoering van het beleid zijn de regionale detailhandelsvisies het uitgangspunt. Voor de beoogde ontwikkeling in Vlodrop is de detailhandelsvisie Midden-Limburg van toepassing. Deze visie bevat gezamenlijke ambities en opgaven, gezamenlijke principes en spelregels (toegespitst op de regionale situatie) en een gezamenlijke werkwijze. De visie is stevig en niet-vrijblijvend, maar wel realistisch (rekening houdend met de markt) en flexibel (met ruimte om in overleg in te spelen op nieuwe ontwikkelingen). Belangrijke marktpartijen en stakeholders worden in dit traject betrokken.

Momenteel wordt gewerkt aan het regionale beleidskader Werklocaties voor de regio Midden-Limburg. Op basis van het Provinciaal Omgevingsplan (POL 2014) worden voor de thema's bedrijventerreinen, detailhandel en kantoorlocaties gezamenlijke uitvoeringsafspraken opgesteld die samen het regionaal beleidskader werklocaties gaan vormen. Dit beleidskader bevat ook een invulling van het dynamisch voorraadbeheer. Het detailniveau van dit beleidskader is onderdeel van het uitwerkingsproces. Dit detailniveau is immers afhankelijk van de problematiek en de mate waarin de noodzaak c.q. wens voor de gemeenten aanwezig is. Vervolgens zal afhankelijk van het regionaal beleidskader gekomen worden tot voorstellen over gebiedsgerichte herstructurering en herontwikkeling van leegstand alsmede de eventuele noodzaak tot investeringen en gezamenlijke fondsvorming voor alle werklocaties.

Het planvoornemen voorziet in de uitbreiding van het aantal vierkante meters wvo detailhandel ter plaatse van de Angsterweg 16 in Vlodrop. Deze ontwikkeling is gesitueerd binnen het bestaande bebouwd gebied en is aangewezen als "overig bebouwd gebied". De ontwikkeling speelt in op de maatschappelijke ontwikkelingen doordat rekening wordt gehouden met de behoeften van de consument en tevens met de Duitse kooptoerist die steeds vaker in Nederland boodschappen komt doen.

Indien de uitbreiding hier niet plaats kan vinden zal de bedrijfscontinuïteit van de Aldi hier onder druk komen staan met uiteindelijke leegstand tot gevolg. Het beleid van de provincie is juist gericht op het op peil houden van het voorzieningenniveau in de dorpen van Limburg. De uitbreiding draagt bij aan deze instandhouding.

Tot slot sluit het planvoornemen aan op het beleid ten aanzien van dynamisch voorraadbeheer. De toevoeging van het aantal m² wvo ter plaatse van de Angsterweg zal namelijk gesaldeerd worden op de locaties Boomstraat 4, Irenelaan 18/18a en Bergerweg 21.

Omgevingsverordening Limburg 2014

Bij het Provinciaal Omgevingsplan (POL 2014) hoort de 'Omgevingsverordening Limburg 2014'. De juridische doorwerking van het omgevingsbeleid wordt in deze verordening geregeld. Naast bepalingen die voor iedereen gelden (gedragsregels), bevat de Omgevingsverordening ook een hoofdstuk "Ruimte", waarin instructieregels richting gemeenten zijn opgenomen.

De te maken regionale bestuursafspraken worden in de 'Omgevingsverordening Limburg 2014' geborgd. De 'Omgevingsverordening Limburg 2014' is, net als het Provinciaal Omgevingsplan (POL 2014), op 12 december 2014 vastgesteld door Provinciale Staten en is per 16 januari 2015 in werking getreden.

De basis 'Omgevingsverordening Limburg 2014' is op 1 januari 2011 in werking getreden. De Omgevingsverordening Limburg 2014 is vervolgens gewijzigd ten opzichte van de omgevingsverordening van 1 januari 2011, doordat het POL 2014 bepaalde dat er een nieuw hoofdstuk Ruimte aan de Omgevingsverordening moest worden toegevoegd. Dat hoofdstuk Ruimte is gericht op de doorwerking van het ruimtelijke beleid van het POL 2014 naar gemeentelijke ruimtelijke plannen.

Wijzigingsverordeningen

Na vaststelling van het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL 2014) zijn de gemeenten in regionaal verband (Noord/Midden/Zuid) aan de slag gegaan met de uitwerking van de volgende acht thema's: wonen, bedrijventerreinen, kantoren, detailhandel, landbouw, vrijetijdseconomie, energie en Nationaal Landschap Zuid-Limburg. Dit proces heeft in elk van de drie regio's geresulteerd in regionale bestuurlijke afspraken over deze thema's. Deze afspraken zijn verwerkt via de wijzigingsverordening in het POL. Daarnaast zijn ook enkele andere wijzigingen doorgevoerd die eisen stellen aan de inhoud van ruimtelijke plannen (o.a. bestemmingsplan).

De relevante afspraken ten aanzien van het thema detailhandel zijn de volgende:

- Een ruimtelijk plan voor een gebied gelegen in de regio Midden-Limburg voorziet niet in de toevoeging van vestigingsmogelijkheden voor detailhandel aan de bestaande voorraad detailhandel alsmede aan de bestaande planvoorraad detailhandel anders dan in overeenstemming met de algemene opgaven en principes van het POL2014 en de bestuursafspraken regionale uitwerking POL2014 voor de regio Midden-Limburg;
- De toelichting bij het ruimtelijke plan voor een gebied gelegen in de regio Midden-Limburg bevat een verantwoording van de wijze waarop invulling is gegeven aan het bepaalde in het bovenstaande lid respectievelijk het tweede lid respectievelijk het derde lid;
- De toelichting bij een ruimtelijk plan bevat een beschrijving van het proces van voorbereiding van het initiatief, de planvoorbereiding en indien aan de orde de verantwoording van de afstemming in (sub-)regionaal verband.

Het planvoornemen voorziet niet in de toevoeging maar uitsluitend in de uitbreiding van een bestaande detailhandelsvestiging.

Op 11 november 2016 hebben Provinciale Staten van Limburg de 'Wijzigingsverordening Omgevingsverordening Limburg 2014' vastgesteld. Publicatie heeft plaatsgevonden in het Provinciaal Blad op 20 december 2016 (jaargang 2016, nr. 6791) en vervolgens is de verordening op 21 december 2016 in werking getreden. Hieronder zijn twee voor onderhavige ontwikkeling relevante aspecten nader belicht.

Kruimelgevallen

Door een wijziging van de omschrijving van het begrip 'ruimtelijk plan' worden de zogenoemde 'kruimelgevallen' ook onder de werking van de verordening gebracht. Dat betekent dat omgevingsvergunningen die worden verleend met toepassing van artikel 2.12, lid 1 sub a onder 2^o van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo), in samenhang met artikel 4 van Bijlage II van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro), ook moeten voldoen aan de verordening. Gezien de aanzienlijke

verruiming van de kruimelgevallenregeling sinds 1 november 2014, was dat nog een hiaat in de verordening.

Borging bestuursafspraken en regionale structuurvisies

Met deze wijzigingsverordening is weer een belangrijke stap gezet in het kader van de nadere (juridische) uitwerking van het Provinciaal Omgevingsplan 2014. Zo voorziet de verordening in de juridische borging van de eerder met de Limburgse gemeenten gemaakte bestuursafspraken over c.q. de regionale structuurvisies voor de thema's wonen, detailhandel, kantoren, bedrijventerreinen en vrijetijdseconomie. In de verordening is daartoe voorzien in bepalingen die stellen dat een ruimtelijke plan niet mag voorzien in ontwikkelingen die onder voornoemde thema's vallen en die niet voldoen aan die bestuursafspraken, dan wel de regionale structuurvisie.

Binnen het kader van de bestuursafspraken werkt de regio Samenwerking Midden-Limburg (SML) momenteel aan het 'Regionaal beleidskader werklocaties Midden - Limburg'. Op basis van dit beleidskader worden winkelvoorzieningen regionaal afgestemd. Het regionale afwegingskaders/toetsingskader is nog niet formeel vastgesteld. Geadviseerd wordt om de ontwikkeling regionaal te melden.

Formele toepassing

Toetsing van het planvoornemen aan de ladder voor duurzame verstedelijking is formeel vereist bij een beleidsmatige afweging aangezien dit is opgenomen in de 'Omgevingsverordening Limburg 2014' (artikel 2.2.2).

Artikel 2.2.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

1. Een ruimtelijk plan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, houdt rekening met het bepaalde in artikel 3.1.6, tweede lid, van het Besluit ruimtelijke ordening.
2. Bij een ruimtelijk plan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, worden tevens de mogelijkheden van herbenutting van leegstaande monumentale en beeldbepalende gebouwen, zoals bedoeld in artikel 2.2.3, onderzocht.
3. De toelichting bij het ruimtelijk plan bevat een verantwoording over de wijze waarop invulling is gegeven aan het bepaalde in het eerste en tweede lid.

Materiele toepassing

De ladder voor duurzame verstedelijking is van toepassing op een ruimtelijk besluit dat valt binnen het formele toepassingsbereik van de ladder en voorziet in een stedelijke ontwikkeling als bedoeld in artikel 2.2.1 van de 'Omgevingsverordening Limburg 2014.

Artikel 2.2.1 Begrippen

In deze paragraaf wordt verstaan onder:

- stedelijke ontwikkeling: ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen;
- monumentale gebouwen: krachtens de Monumentenwet 1988 aangewezen beschermde monumenten (rijksmonumenten), alsmede de in een gemeentelijke monumenten- of erfgoedverordening opgenomen gebouwen van plaatselijk of regionaal belang;
- beeldbepalende gebouwen: gebouwen met historische karakteristieken en/of deel uitmakend van een beschermd stads- of dorpsgezicht als bedoeld in de Monumentenwet 1988

Zoals eerder geconcludeerd voorziet het planvoornemen in een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Om aan te tonen dat het planvoornemen voldoet aan de ladder voor duurzame ontwikkeling, en daarmee ook aan de omgevingsverordening Limburg 2014, wordt de behoefte aan de uitbreiding van het aantal vierkante meters detailhandel in onderhavig rapport (met name in hoofdstuk 3) verantwoord.

2.3. Gemeentelijk beleid

Structuurvisie Roerdalen 2030 (2012)

De gemeente Roerdalen heeft zich in algemene zin ten doel gesteld om in de gemeente een aantrekkelijk leef- en werkklimaat te creëren voor de bewoners en de bezoekers. De structuurvisie is een soort van handleiding voor de toekomst van de gemeente met heldere uitgangspunten voor de verschillende partijen.

De veranderende bevolkingssamenstelling en de krimp van de bevolking leidt tot een kleiner draagvlak voor voorzieningen en de daarbij behorende accommodaties. Het in stand houden van het huidige voorzieningenniveau en accommodaties binnen Roerdalen staat hiermee onder druk. Het verdwijnen van voorzieningen en faciliteiten voor de inwoners kan op gespannen voet komen te staan met het op peil houden van de leefbaarheid binnen de gemeente. Leegstand kan leiden tot verloedering van de omgeving en achteruitgang van de ruimtelijke kwaliteit. De veranderende verhouding tussen jong en oud is een ander voorbeeld van een oorzaak die kan leiden tot het onder druk komen staan van de leefbaarheid. De ruimtelijke, sociale, economische en culturele kwaliteit moet gewaarborgd blijven.

De veranderende bevolkingssamenstelling van Roerdalen (vergrijzing, ontgroening etc.) heeft, samen met de gevolgen van de recente economische crisis, ertoe geleid dat ontwikkelingen op het gebied van bijvoorbeeld woningbouw en natuurontwikkeling beperkt zijn. De beschikbare financiële middelen zijn zowel voor overheden, ontwikkelaars als burgers minder ruim beschikbaar dan enkele jaren geleden. Het creëren van een aantrekkelijk leef- en werkklimaat voor de bewoners en bezoekers in een aantrekkelijk landschap blijft echter een belangrijke opgave. Daarbinnen moet ruimte worden gegeven aan (nieuwe) economische ontwikkelingen en initiatieven om de gemeente ook vanuit economisch perspectief aantrekkelijk te houden voor de huidige bewoners en potentiële nieuwe investeerders. Het accent ligt daarbij op de ontwikkeling van moderne en innovatieve agrarische bedrijven en steeds meer op recreatie en toerisme en zorg. Vanwege de grote gevolgen van de demografische ontwikkelingen in Roerdalen voor bijna alle aspecten binnen het dorp, is de gekozen 'krimpstrategie' van groot belang. Het begeleiden van de krimp in combinatie met het benutten van kansen verdient de aandacht. Daarbij is het behouden van levensvatbare, vitale en levensloopbestendige dorpen met goede voorzieningen een belangrijke opgave.

Daarvoor moet onder meer goed gekeken worden naar slimme combinaties en oplossingen op maat, zoals een grotere concentratie van bepaalde voorzieningen in een kern. Ook de bereikbaarheid van voorzieningen is hierbij van groot belang. Tevens zal rekening gehouden moeten worden met het feit dat de leefstijl van 'vragers' en 'aanbieders' veel bepalender kan zijn voor het draagvlak (en daarmee het aanbod) van voorzieningen dan de toename of afname van de bevolking of samenstellende delen hiervan. Tevens kan worden gezocht naar combinaties van gemeente met externe partijen bij het realiseren van voorzieningen.

Met de uitbreiding van de reeds aanwezige detailhandelsvestigingen ter plaatse krijgen de betreffende bedrijven de kans een toekomstbestendige bedrijfsvoering op te zetten. Daarmee wordt een bijdrage geleverd aan het waarborgen van de ruimtelijke en economische kwaliteit maar tevens aan het behoud van een levensvatbare, vitale en levensloopbestendig dorp met goede voorzieningen.

Met het planvoornemen worden meerdere voorzieningen geconcentreerd op een voor eenieder goed bereikbare locatie aan de rand van de kern.

2.4. Conclusie

De beoogde totaalontwikkeling aan de Angsterweg 16 in Vlodrop sluit aan op de provinciale – en gemeentelijke beleidsuitgangspunten ten aanzien van detailhandelsontwikkelingen.

De projectlocatie is een bestaand cluster aan winkelvoorzieningen en wordt in het Provinciaal Omgevingsplan (POL 2014) aangemerkt als 'overig bebouwd gebied'. Dit wordt omschreven in het POL

2014 als gemengde woon/werkgebieden met voorzieningen, deels met een stedelijk karakter, deels met een dorps karakter.

Voor de regio Midden-Limburg is het behouden en versterken van een voortreffelijk vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven een belangrijke uitdaging. Het verder versterken van de economische structuur met focus op voor de regio krachtige sectoren zijnde maakindustrie, agribusiness, logistiek, leisure & retail, zorg, het bevorderen van innovaties, het benutten van de cross-overs tussen deze sectoren en andere sectoren zijn belangrijke opgaven voor de regio. Deze ambitie wordt onderschreven in de Structuurvisie Roerdalen 2030. De veranderende bevolkingssamenstelling en de krimp van de bevolking leidt tot een kleiner draagvlak voor voorzieningen en de daarbij behorende accommodaties. Het in stand houden van het huidige voorzieningenniveau en accommodaties binnen Roerdalen staat hiermee onder druk. Daarbij is het behouden van levensvatbare, vitale en levensloopbestendige dorpen met goede voorzieningen een belangrijke opgave.

Met de ontwikkeling aan de Angsterweg 16 wordt invulling gegeven aan het principe van dynamisch voorraadbeheer. Ten behoeve van de detailhandelsontwikkeling wordt in totaal 1.480 m² wvo gesaldeerd.

De bestaande locatie met haar bijzondere aantrekkingskracht, ook voor Duitse consumenten vanwege de aanwezige detailhandelsfuncties en geografische ligging, en goede bereikbaarheid biedt de mogelijkheid door slimme combinaties en oplossingen op maat, zoals een grotere concentratie van bepaalde voorzieningen, het vitale karakter van de kern naar de toekomst toe te behouden en te versterken.

De beoogde ontwikkeling voorziet in een dergelijke 'slimme combinatie' door een bepaald voorzieningenniveau voor de kern Vlodrop te behouden en verder te versterken. Tevens kan met de versterking van het winkelcluster ook de leefbaarheid in Vlodrop en omgeving op peil blijven.

3. Supermarktontwikkelingen

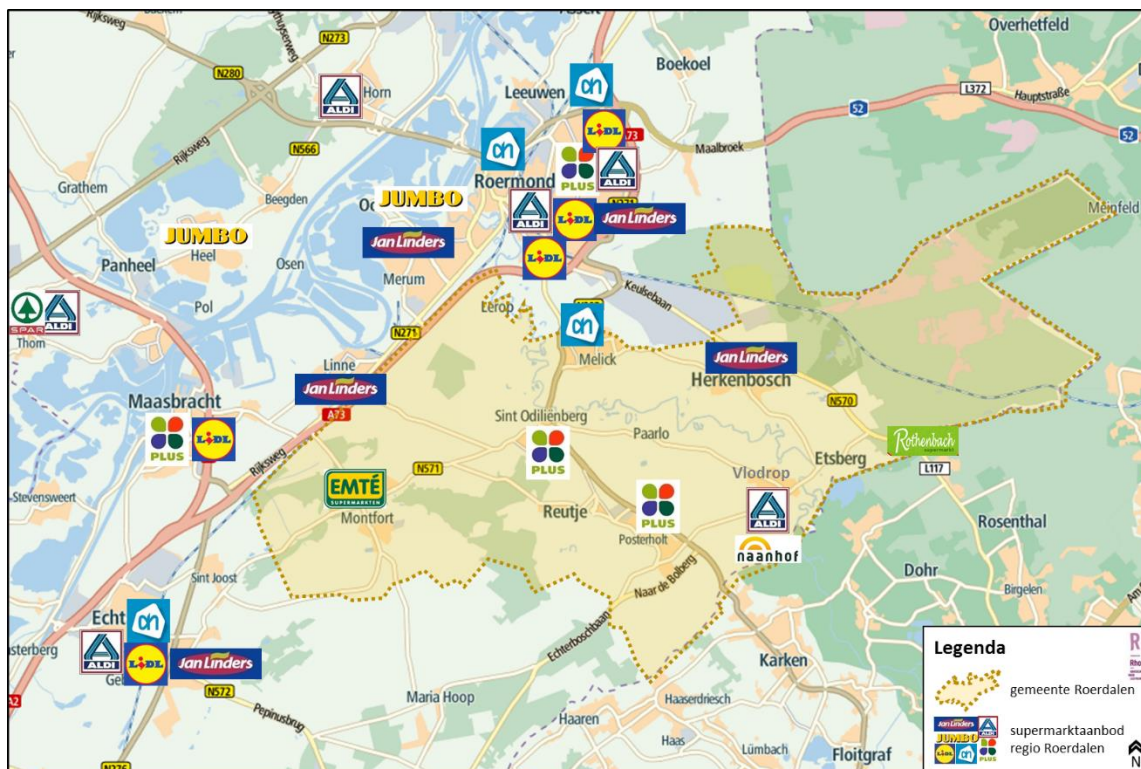
De uitbreiding van het supermarktaanbod wordt aangemerkt als stedelijke ontwikkeling in de zin van de ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6 lid 2 Bro). De behoefte voor de beoogde uitbreidingen van Aldi en Naanhof (supermarkten) aan de Angsterweg 16 in Vlodrop kan op de volgende wijze in beeld worden gebracht.

- Eerst wordt een beeld geschetst van de huidige supermarktsituatie in Vlodrop en het verzorgingsgebied van Vlodrop: omvang verzorgingsgebied, omvang winkelaanbod, vergelijking omvang winkelaanbod met kernen van een vergelijkbare omvang. Op basis van deze inventarisatie wordt de relevante regio bepaald.
- Vervolgens wordt de invloed van het kooptoerisme in beeld gebracht.
- De kwalitatieve behoefte wordt geschetst met de beoordeling van de segmentering van het supermarktaanbod en de positionering van harddiscounter Aldi en Naanhof binnen de supermarktstructuur als complementaire winkelvoorziening in de dagelijkse goederensector.
- Vervolgens is een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd, rekening houdend met de bekende bevolkingsontwikkeling enerzijds en de beoogde ontwikkeling van het winkelaanbod in de planperiode 2017-2027 anderzijds.

Tot slot geeft het hoofdstuk inzicht in de toets aan 'ladder duurzame verstedelijking' en bevat een conclusie.

3.1. Verzorgingsgebied dagelijkse goederensector Vlodrop

Op basis van de inventarisatie naar het supermarktaanbod in de regio van de gemeente Roerdalen wordt geconcludeerd dat de kernen in de gemeente Roerdalen, waaronder Vlodrop, een gemeentelijke verzorgende functie hebben voor de dagelijkse boodschappen. Voor een aanvullend dagelijks - en niet-dagelijks winkelaanbod zal de consument uit de gemeente Roerdalen uitwijken naar Roermond (afbeelding 3.1).



Afbeelding 3.1 Regionale supermarktstructuur (Locatus, 2017; ligging supermarkten is indicatief)

Relevante regio

In het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking moet de relevante regio van een stedelijke ontwikkeling worden afgebakend. Omdat afstand het belangrijkste criterium is bij de keuze voor een supermarkt (Deloitte Consumententrends, 2016) wordt de gemeente Roerdalen gerekend tot het primaire verzorgingsgebied. De gemeente Roerdalen beschikt over een vrij compleet winkelaanbod in de dagelijkse goederensector, waardoor de consument niet hoeft uit te wijken naar andere gemeenten. Het secundaire verzorgingsgebied bestaat uit enkele omliggende kernen, maar vooral ook de omliggende kernen in Duitsland. Herkenbosch en Vlodrop hebben een grote aantrekkingskracht op de Duitse consument. Dit blijkt onder andere uit de specifieke supermarktformules als Naanhof en Rothenbach, maar ook door de vestiging van twee grootschalige tuincentra (tuincentrum Daniels en tuincentrum Schmitz).

3.2. Analyse winkelaanbod dagelijkse goederensector (supermarkten) gemeente Roerdalen en Vlodrop

De grotere kernen in de gemeente Roerdalen beschikken ieder over een eigen supermarkt (afbeelding 3.2). Albert Heijn, Emté, Plus (2x) en Jan Linders gelden daarbij als reguliere (full-service) supermarkten die een breed en diep assortiment verse en verpakte artikelen bieden in alle prijsklassen. Inwoners van de gemeente kunnen bij deze supermarkten in beginsel voor alle dagelijkse goederen terecht. Het supermarktaanbod wordt aangevuld met enkele speciaalzaken, zoals bakkers en slaggers.



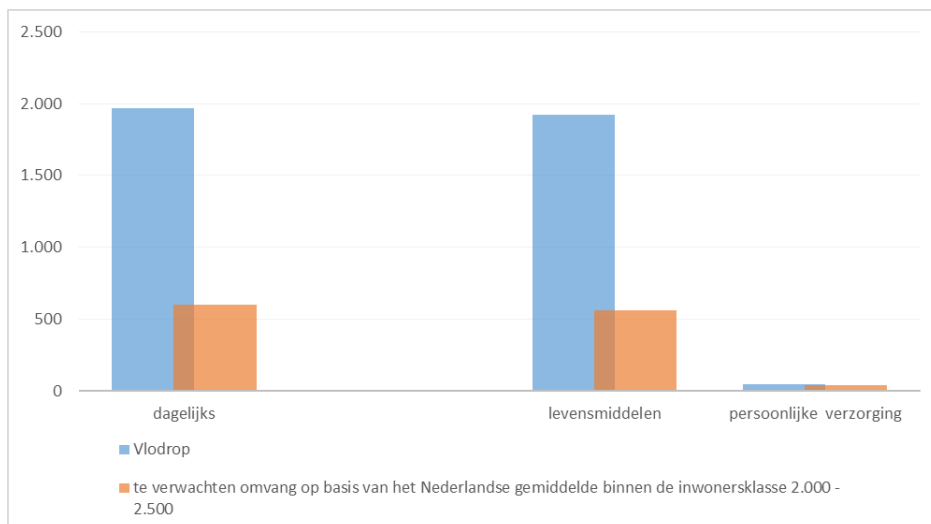
Afbeelding 3.2 Supermarktaanbod gemeente Roerdalen (Locatus, 2017; ligging supermarkten indicatief)

De gemeente Roerdalen beschikt over één (hard)discount-supermarkt, namelijk de Aldi in Vlodrop. Harddiscounters verkopen een specifiek assortiment met hoofdzakelijk eigen merken tegen de allerlaagste prijzen. Vergeliken met reguliere supermarkten is het assortiment klein. Verder kent Vlodrop nog twee relatief kleinschalige supermarkten: Naanhof en Rothenbach. Deze supermarktketens zijn vooral gericht op de Duitse consument. Het assortiment van deze supermarkten is dan ook specifiek afgestemd op producten die in Duitsland duurder zijn, zoals onder meer koffie. Het ‘kooptoerisme’ wordt in de volgende paragraaf nader toegelicht.

Vergelijking winkelaanbod

In de vorige paragraaf is geconcludeerd dat de detailhandel in de gemeente Roerdalen primair een verzorgingsfunctie heeft voor de eigen gemeente, maar secundair ook voor de Duitse consument. Vlodrop is hier een voorbeeld van. Het dagelijks winkelaanbod is relatief groot ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde in kernen binnen de inwonersklasse 2.000 – 2.500 (afbeelding 3.3).

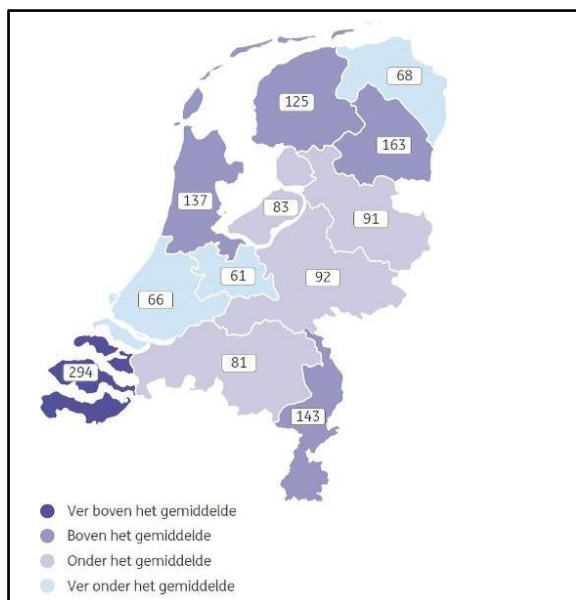
Met dit bovengemiddelde winkelaanbod wordt de gemeentelijk/bovenlokale verzorgingsfunctie van het supermarktaanbod in Vlodrop benadrukt.



Afbeelding 3.3 Vergelijking winkelaanbod Vlodrop met het te verwachten winkelaanbod op basis van het Nederlandse gemiddelde voor kernen binnen de inwonersklasse 2.000 tot 2.500 inwoners (Locatus, januari 2017)

3.3. Invloed kooptoeerisme

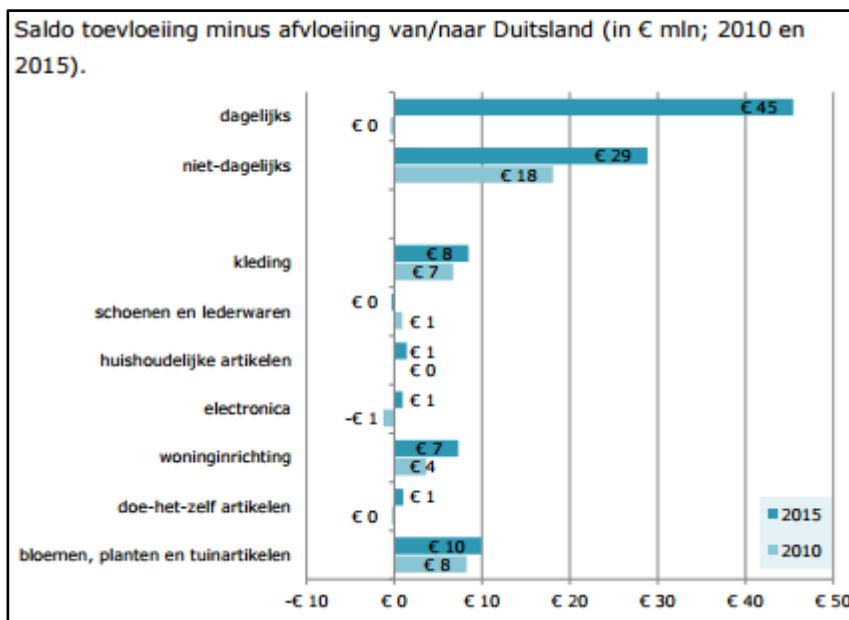
Het verblijfstoerisme in Nederland groeit fors, dit komt met name doordat veel meer buitenlandse toeristen arriveren. Het aantal overnachtingen door buitenlandse gasten steeg van 2012 tot en met 2015 met ruim 25%. Het aantal nachten dat Nederlandse toeristen verbleven steeg met 5% (ING Toerisme Index, 2016). De ING Toerisme Index geeft een indicatie van het regionale belang van het toerisme. Hieruit blijkt dat Limburg bovengemiddeld scoort (afbeelding 3.4).



Afbeelding 3.4 Regionaal/economisch belang toerisme per provincie (ING Toerisme Index, 2016)

Het inkomende toerisme heeft ook gevolgen voor de bestedingen bij winkels. De specifieke ligging van Vlodrop, nagenoeg tegen de Duitse grens aan, maakt dat bestedingen vanuit het grensgebied effecten hebben op het winkellandschap. Met name vanuit Duitsland, vanuit de regio's Erkelenz, Heinsberg, Krefeld en Mönchengladbach, komen veel bezoekers in de regio Roermond-Venlo. Belangrijke trekpleisters zijn de tuincentra in de gemeente Roerdalen (Daniels en Schmitz), maar voor de dagelijkse boodschappen ook de supermarkten Aldi, Naanhof en Rothenbach in Vlodrop.

Uit recent koopstromenonderzoek Oost-Nederland van 2015 blijkt dat toevloeiing vanuit Duitsland meer dan vier keer zoveel is geworden, van € 20 miljoen in 2010 naar € 87 miljoen in 2015. Hoewel ook de Nederlanders veel in Duitsland winkelen betekent dit nog steeds een 'toevloeiingsoverschot' van € 45 miljoen (afbeelding 3.5).



Afbeelding 3.5 Toevloeiingsoverschot Duitsland – Oost-Nederland (Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2015)

Op basis van de analyse van Oost-Nederland kan worden aangenomen dat de toevloeiing van Duitsland naar de regio Roermond/Venlo ten opzichte van 2010 naar alle waarschijnlijkheid ook minimaal is verdubbeld. Deze ontwikkeling blijkt ook uit het succes van de grenswinkels in Vlodrop die profiteren van de toenemende mate van het Duitse kooptoeisme. Dit is bevestigd in het klantherkomstonderzoek (Bijlage 1).

Klantherkomstonderzoek

Uit een uitgevoerd klantenherkomstonderzoek voor de locatie Angsterweg 16 blijkt, dat circa 45% van de klanten van de Aldi-supermarkt in Vlodrop afkomstig is uit Duitsland¹. Uit dit onderzoek blijkt ook dat vooral de zondag populair is onder de Duitse bezoekers. Dit heeft uiteraard te maken met feit dat de supermarkt in Vlodrop op zondag open is in tegenstelling tot supermarkten in Duitsland. Daarnaast is de boodschappentrip van de Duitse kooptoeist vaak ook een 'dagje uit', waardoor zondag een geschikte (vrije) dag is. Het betreffende klantenherkomstoverzicht is als bijlage bij deze notitie gevoegd.

Assortiment

Naast de Aldi-vestiging ligt een filiaal van de firma Naanhof. Deze winkel heeft een opvallend assortiment verse en verpakte levensmiddelen met bijvoorbeeld relatief veel koffie en versbereide kip. Met dit assortiment richt Naanhof zich nadrukkelijk op Duitse consumenten die vanwege het prijsverschil specifieke producten in Nederland komen kopen. Ook de winkelbeleving speelt hierbij een grote rol. Dit is te zien bij de supermarkt in Rothenbach, die eveneens nabij de Duitse grens ligt. Hier komt de Duitse consument graag boodschappen doen door de mix van horeca en detailhandel. De laatste jaren is echter het prijsverschil met Duitsland afgenomen. De winkelbeleving speelt ook een grote rol. Veel Duitsers zien het winkelen in Nederland als dagje uit. In bepaalde gevallen is het winkelen in Nederland een gewoonte geworden die van generatie op generatie is overgedragen.

¹ In week 15 van 2014 is steekproefsgewijs op twee representatieve momenten van de dag en drie representatieve dagen van de week (week- en weekenddag) geteld welk aandeel de Duitse klanten op het totaal aantal bezoekers heeft (omvang totale steekproef: 189 bezoekers; Bijlage 1).

In afbeelding 3.6 is een impressie opgenomen van de parkeerplaats bij Rothenbach, waar overwegend Duitse kentekens zijn te zien.

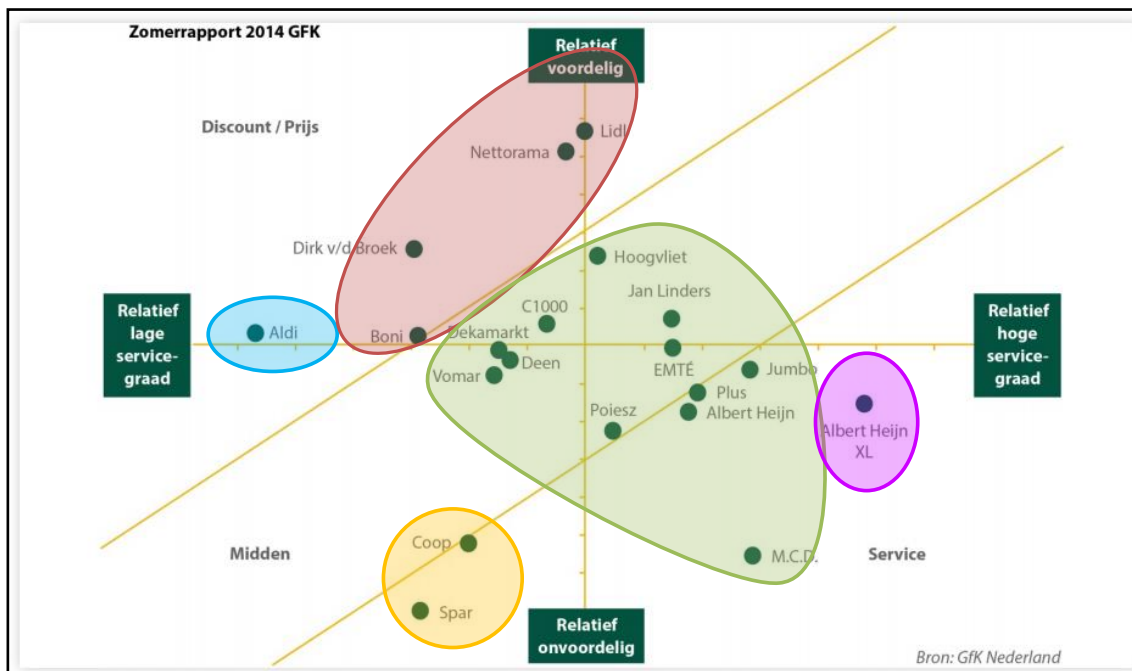


Afbeelding 3.6 Impressie bezetting parkeerplaatsen bij Rothenbach met overwegend Duitse kentekens

3.4. Supermarktsegmenten, bezoekmotief en de positionering van Aldi en Naanhof

Voor een sterke detailhandelsstructuur is het van belang dat het supermarktaanbod compleet is. In Nederland kennen we diverse supermarkten die op basis van functie en kenmerken kunnen worden ingedeeld in 5 categorieën (afbeelding 3.7):

- **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 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 harddiscount 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.



Afbeelding 3.7 Positionering supermarktketens (GfK, zomer 2014²); arcering Rho

Geconcludeerd wordt dat de gemeente Roerdalen overwegend beschikt over full-service supermarkten met filialen van Albert Heijn (1x), Emté (1x), Jan Linders (1x) en Plus (2x). De vestiging van Aldi vertegenwoordigt het harddiscountsegment binnen de gemeente Roerdalen. De winkels van Naanhof en Rothenbach zijn bijzondere vormen van supermarkten. Dit wordt hieronder nader toegelicht.

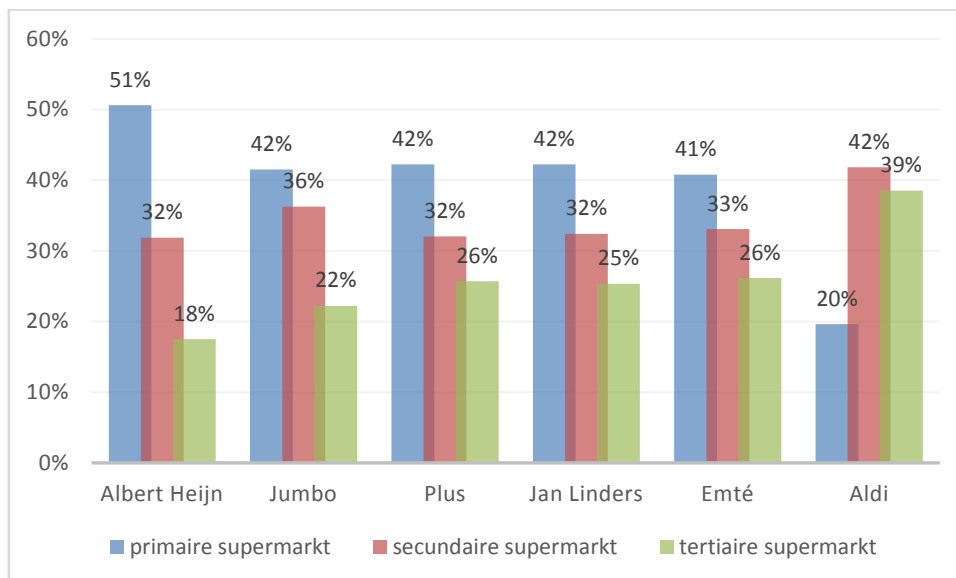
3.4.1. Bezoekmotief supermarkten

De verschillen tussen supermarktketens leiden tot verschillende typen winkelgedrag. Dit winkelgedrag is het gevolg van de verschillende functies van supermarktformules voor de consument. Het volgende onderscheid wordt gemaakt:

- De primair bezochte supermarkt (waar men het grootste deel van de dagelijkse boodschappen doet): betreft vooral de full-service supermarkten en de goedkope service-supermarkten.
- De secundair bezochte supermarkt (waar men vrijwel elke week aanvullend koopt, bijvoorbeeld versartikelen en/of discountaankopen): betreft vooral de harddiscounter Aldi en de buurtsupermarkten.
- De tertiair bezochte supermarkten (waar men minimaal één keer per maand komt, bijvoorbeeld voor specifieke aanbiedingen en/of bulkaankopen): kan iedere supermarktformule betreffen. Onder meer de harddiscounter Aldi wordt door consumenten aanvullend bezocht voor specifieke aankopen (in bulk). Dit bezoekmotief geldt ook voor de supermarkten Naanhof en Rothenbach in Vlodrop.

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 het merendeel van de bezoekers primaire klant is (afbeelding 3.8).

²) Onderzoeksbureau GfK heeft ook eind 2014 en in de zomer van 2015 haar onderzoeksresultaten gepresenteerd. GfK heeft er echter voor gekozen om de onderzoeksmethodiek aan te passen, waardoor de resultaten niet meer bruikbaar zijn voor dit onderzoek.



Afbeelding 3.8 Functie van enkele supermarktformules voor de consument (Deloitte, 2016; bewerking Rho)

3.4.2. Positionering harddiscounter Aldi binnen de supermarktstructuur

De harddiscounter Aldi heeft de volgende unieke kenmerken ten opzichte van de overige supermarkten in Nederland:

- 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 Aldi Nord, 2015). Het Aldi assortiment bestaat voor bijna 98% uit eigen merken. 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. Momenteel experimenteert Aldi ook met de verkoop van A-merken in een aantal filialen, maar dit is slechts een beperkt deel van het assortiment. Aldi wil zich dan ook blijven profileren als harddiscounter.
- Ook het assortiment van andere goedkope supermarkten is groter. Zo heeft Lidl een basisassortiment van circa 1.500 artikelen (neemt momenteel snel in omvang toe tot circa 3.000 tot 5.000 artikelen³⁴⁵), wat in iedere winkel verschillend kan zijn, bijvoorbeeld met of zonder een bakkerij. Lidl betrad de Nederlandse markt als harddiscounter, maar analisten zien Lidl de laatste jaren uitgroeien tot een service-supermarkt (DistriFood, 2016). Nettorama heeft een assortiment van circa 5.000 artikelen.
- 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.

Om het lage prijsniveau te behalen biedt een harddiscounter een lager serviceniveau dan andere supermarkten. Dit vertaalt zich bijvoorbeeld in verkoop uit displayverpakkingen (soort dozen), waardoor minder vakkenvullers nodig zijn. Waar andere supermarkten ook service-elementen toevoegen (cadeaubonnen, toegangsbewijzen en bijvoorbeeld stomerijdiensten etc.) blijft dit bij een harddiscounter achterwege. Uit het voorgaande wordt geconcludeerd dat harddiscounter Aldi een supermarkt is waar men 'ook' heen gaat, naast een bezoek aan één of meerdere andere supermarkten. Hiermee

³ 'Jumbo zoekt vergelijking met Lidl', DistriFood, 26 oktober 2015. Geraadpleegd op:

<http://www.distriFood.nl/formules/nieuws/2015/10/jumbo-zoekt-vergelijking-met-lidl-10193167>

⁴ 'Lidl opent testwinkel met meer vers en service', Food, 27 oktober 2015. Geraadpleegd op:

<http://www.retaildetail.nl/nederland/nl-food/item/18176-lidl-test-pilotstore-met-meer-vers-en-service>

5 Maatschappelijk jaarverslag Lidl, 2013/2014.

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 supermarkten. Doorgaans bevinden de secundair en tertiair bezochte supermarkten zich op grotere afstand, omdat deze minder frequent worden bezocht.

Jurisprudentie

De complementariteit en onderscheidenheid van de Aldi-formule is bevestigd in een tweetal uitspraken. In een recente uitspraak van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State (ABRVs): 201604262/1/R2, is bewezen dat op basis van ruimtelijk-economische argumenten een Aldi buiten het hoofdwinkelgebied gefaciliteerd kan worden door een onderscheid te maken in typen supermarkten en de ruimtelijke gevolgen van deze typen met de bijbehorende kenmerken. Dit is eerder bevestigd in de uitspraak 201306171/1/R2. De belangrijkste overwegingen hierbij waren als volgt:

- Aldi heeft een groter verzorgingsgebied dan andere supermarkten.
- Een goede ruimtelijke ordening van supermarkten houdt in dat inwoners van een gebied op een aanvaardbare afstand hun boodschappen kunnen doen. Voor de discountaankopen is dat, door het grote verzorgingsgebied, vaak een locatie die gunstig ligt ten opzichte van meerdere kernen.
- Het autogebruik bij Aldi is hoger dan bij andere supermarkten en daarmee ook de parkeerbehoefte. In de CROW-kencijfers (publicatie 317) is daarom een aparte categorie “discountsupermarkt” opgenomen.
- Door de relatief hoge parkeerbehoefte heeft een Aldi-locatie relatief veel ruimte nodig.

In het volgende hoofdstuk wordt dieper op deze ruimtelijke kenmerken van harddiscounter ingegaan.

Specifieke omzet per winkelmeter voor Aldi

Aldi is altijd terughoudend geweest met het publiceren van bedrijfsgegevens. Recent is daar verandering in gekomen met het publiceren van een Maatschappelijk jaarverslag over 2015. Ook heeft Aldi bekend gemaakt dat de omzet excl. BTW in Nederland over 2015 € 2,1 miljard bedroeg.

De afgelopen jaren heeft Aldi gewerkt aan het verbeteren van het winkelbestand. Zo is de gemiddelde omvang van een Aldi gegroeid van ruim 450 m² wvo 10 jaar geleden, naar 726 m² wvo nu (2016).

Toch is de gemiddelde omvang van (nieuwe) Aldi supermarkten relatief klein ten opzichte van nieuwe full-service supermarkten en nieuwe Lidl-supermarkten.

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

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

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

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

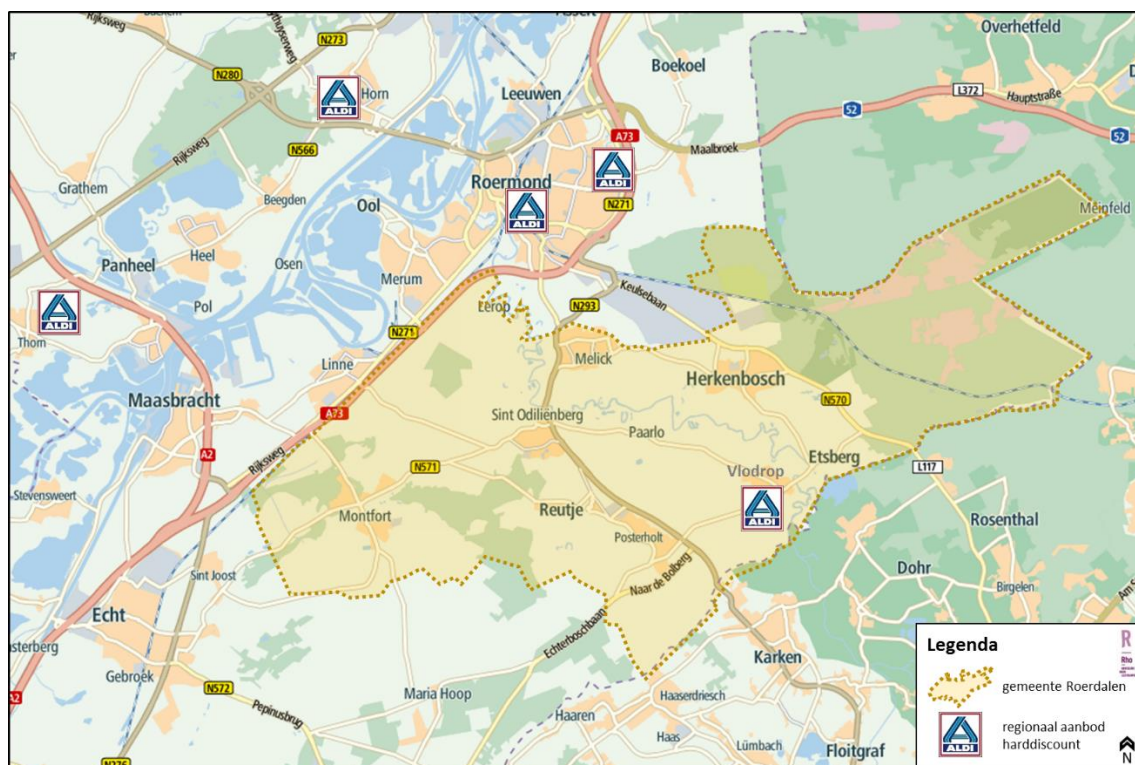
Kortom, Aldi heeft als harddiscounter een bijzondere positie binnen de Nederlandse supermarktstructuur en onderscheid zich qua winkelomvang, assortiment en service waardoor de harddiscounter ook een specifieke aanvullende functie heeft voor de consument.

3.4.3. Regionale spreiding harddiscountsegment

De harddiscountsupermarkt vervult een specifieke rol binnen het koopgedrag van consumenten. Als vermeld, doen consumenten bij harddiscounters vooral aanvullende (bulk)aankopen bovenop de boodschappen die bij de reguliere supermarkten en specialzaken worden gekocht. Dit consumentengedrag maakt het marktaandeel van een harddiscounter relatief laag ten opzichte van de marktaandelen van de reguliere supermarkten in een verzorgingsgebied. Deze positie van harddiscounters binnen de winkelstructuur maakt dat er buiten de grote steden 'markt' is voor één harddiscounter op iedere 20.000 tot 25.000 inwoners.

De relevante regio voor de beoogde ontwikkeling van Aldi omvat in ieder geval de gemeente Roerdalen (20.699 inwoners). Omdat consumentengedrag redelijk voorspelbaar is, kan worden nagegaan of ook vanuit de overige plaatsen rond de gemeente Roerdalen behoefte bestaat aan de vestiging van Aldi.

De huidige locatie aan de Angsterweg in Vlodrop is een goed bereikbare locatie voor het primaire verzorgingsgebied, de gemeente Roerdalen. In de regio zijn nauwelijks alternatieven voor de harddiscountaankopen. Aldi heeft twee vestigingen in Roermond en vestigingen in Horn en Thorn. Deze vestigingen liggen relatief ver van de gemeente Roerdalen. Op basis van de regionale spreiding wordt een beperkte koopkrachttoevloeiing verwacht van buiten de gemeente Roerdalen. De koopkrachttoevloeiing is groter vanuit het Duitse verzorgingsgebied, zoals eerder aangetoond met klantherkomstonderzoek (afbeelding 3.9).



Afbeelding 3.9 Aldi-vestigingen in de regio Roerdalen (Locatus, 2016; ondergrond: TomTom, 2016)

3.4.4. Positionering Naanhof

Naast de Aldi-vestiging ligt een filiaal van de firma Naanhof. Deze winkel heeft een opvallend assortiment verse en verpakte levensmiddelen met bijvoorbeeld relatief veel koffie en versbereide kip. Naanhof is een moderne verswinkel waar de klant alles op versgebied kan vinden. Het bedrijf geldt als de specialist in vers vlees, wild, gevogelte, brood & banket, groenten & fruit en ambachtelijke vleeswaren en kaas. De Naanhof winkels onderscheiden zich van de gewone supermarkten. Dit blijkt niet alleen uit het versassortiment, maar ook uit de diepgang in de verschillende productassortimenten. Dit resulteert in een winkel welke de ouderwetse groenteboer, bakker, slager en poelier verenigt met de moderne supermarkt. Zeer populair onder de klanten zijn de luxe vlaaien. Ook de warme grill- en broodjescorner is in de wijde omtrek bekend. Kippenboutjes en gebakken kippen, spareribs, spek en ijsbeen worden ter plekke gegrild en verpakt in speciale warmhoud/grillzakken. De broodjes met warm vlees worden ook vers bereid. Uniek voor Limburg en omgeving is het enorme assortiment aan Duitse koffiespecialiteiten, waaronder gemalen koffie, espresso bonen en koffie pads. De overige winkelfiliaal zijn gesitueerd in Nuth en Vaals (Zuid Limburg). Overigens zijn deze vestigingen qua winkelvloeroppervlak fors groter dan de bestaande vestiging in Vlodrop.

Met bovenstaand assortiment richt Naanhof zich nadrukkelijk op Duitse consumenten die vanwege het prijsverschil specifieke producten in Nederland komen kopen. In de regio heeft supermarkt Rothenbach een vergelijkbare functie als Naanhof. Rothenbach ligt eveneens nabij de Duitse grens. Zowel Naanhof als Rothenbach zijn niet op te vatten als volwaardige supermarkten, maar zijn juist een aanvulling op het lokale winkelaanbod. De winkel zal vooral tertiair worden bezocht door de consument. Zowel Naanhof als Rothenbach vormen daarom nauwelijks een concurrent voor de supermarkten in het algemeen en voor Aldi in het bijzonder. Qua assortiment is Naanhof een aanvulling op de Aldi en een bijzondere toevoeging en unieke winkelvestiging in midden Limburg met verse en verpakte levensmiddelen

3.5. Economische analyse

De economische analyse gaat in op de huidige marktomstandigheden, maar ook op de toekomstige marktomstandigheden inclusief de demografische ontwikkeling van de gemeente Roerdalen en de ontwikkelingen in het dagelijks winkelaanbod.

3.5.1. Distributieplanologische analyse huidige situatie

De uitgangspunten voor de distributieplanologische marktanalyse, waarbij de omvang van de totale bestedingen bij de winkels in dagelijkse goederen in gemeente Roerdalen worden vergeleken met de gemiddelde omzet in deze sector (nodig voor duurzaam functioneren) zijn weergegeven in tabel 3.2. Hierbij zijn de overwegingen vermeld ten aanzien van het hanteren van deze variabelen. Op basis van de Notitie omzetkengetallen (2016; gegevens over 2015) wordt met dagelijkse goederen bedoeld: levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelen speciaal zaken) en persoonlijke verzorging (apotheken en drogisterijen).

De uitgangspunten zijn gebaseerd op de voor dit doel gebruikelijke, herleidbare en meest actuele bronnen.

Tabel 3.2 Uitgangspunten economische analyse

Variabele	Overwegingen	Uitgangspunt	Bronnen
Inwonertal	Gemeente Roerdalen. Gegevens per 1-1-2016.	Huidig: 20.686 inwoners	Kerncijfers wijken en buurten, CBS, 2017; gegevens over 2016
Gemiddelde winkelomzet dagelijkse goederen per persoon per jaar	<p>Het onderzoek richt zich op de detailhandel in dagelijkse goederen. Ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek is door de Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij (StiDEM) in samenwerking met verschillende partners, waaronder Rho, de notitie 'Omzetkengetallen 2015' gepubliceerd. Deze notitie bevat een uniforme berekening van de meest actuele omzetkengetallen. De omzetkengetallen bestaan uit de omzet per hoofd en de omzet per vierkante meter. Uitgangspunt zijn de kengetallen over de winkelomzet. Dit is het deel van de detailhandelsomzet welke via de winkel (aan de toonbank) wordt verkocht.</p> <p>De cijfers zijn gecorrigeerd op inkomenselasticiteit. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,25. Het gemiddelde inkomen per inwoner in de gemeente Roerdalen ligt 0,9% onder het Nederlandse gemiddelde. De correctiefactor op de bestedingen in de dagelijkse goederensector van de consument uit de gemeente Roerdalen is -0,22% (-0,9% * 0,25). De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen in de gemeente Roerdalen bedraagt € 2.408,- (€2.413 * 0,9978%).</p>	Dagelijks: € 2.408,- bestedingen per persoon per jaar.	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
Omvang winkel-aanbod	Voor de aanbodgegevens is dataleverancier Locatus geraadpleegd.	Huidig: 9.721 m² wvo	Locatus, januari 2017
Koopstromen	<p>Voor de regio zijn geen recente koopstroomgegevens beschikbaar. Omdat de belangrijkste reden van de consument om te kiezen voor een bepaalde winkel nabijheid is wordt de koopkrachtbinding geschat op 90%.</p> <p>Uit klantherkomstonderzoek van Rho uit 2014 is gebleken dat 45% van de consumenten die boodschappen doet bij de Aldi in Vlodrop afkomstig is uit Duitsland. Uit de omliggende gemeenten wordt weinig koopkracht-toevoeiing verwacht. Het effect van het Duitse kooptoerisme zal landinwaarts verder verwateren. Alles overwegend wordt de koopkrachttoevoeiing voor de gemeente Roerdalen geschat op 40% in de huidige situatie.</p> <p>Koopkrachtbinding is het deel van de bestedingen van inwoners van de gemeente Roerdalen dat in de winkels in de eigen kern terecht komt. Koopkrachttoevoeiing is het deel van de omzet van de winkels in de gemeente Roerdalen, dat afkomstig is van consumenten van buiten de gemeente.</p>	Koopkracht-binding: dagelijks: 90% Koopkracht-toevoeiing: dagelijks: 40%	Klantherkomst-onderzoek Rho, 2014
Gemiddelde winkelomzet per m² wvo	Het onderzoek richt zich op de detailhandel in dagelijkse goederen. Het betreft de meest recente cijfers voor deze sector uit de Notitie omzetkengetallen 2015, gepubliceerd in juni 2016.	Dagelijks: € 7.518,- vloerproductiviteit per m ² wvo per jaar.	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015

Distributieplanologische marktanalyse

In tabel 3.3 zijn, op basis van de gegevens zoals in tabel 3.2 gepresenteerd, de huidige marktomstandigheden in de sector dagelijkse goederen in de gemeente Roerdalen weergegeven.

Tabel 3.3 Distributieplanologische marktanalyse huidige situatie

	2017	bron	berekening
inwonertal marktgebied	20.686	CBS, 2017; gegevens over 2016	
bestedingen dagelijkse goederen (excl. btw)	€ 2.408	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015	
bestedingspotentieel	€ 49.810.000		<i>(inwonertal * gemiddelde besteding; incl. afronding)</i>
koopkrachtbinding (%)	90%	<i>inschatting</i>	
gebonden bestedingen €	€ 44.830.000		<i>(bestedingspotentieel * koopkrachtbinding %; incl. afronding)</i>
koopkrachttoevloeiing (%)	40%	<i>inschatting op basis van klantherkomstonderzoek ter plaatse, Rho, 2014</i>	
koopkrachttoevloeiing €	€ 29.890.000		<i>((gebonden besteding / (1 - % toevloeiing)) - gebonden besteding; incl. afronding)</i>
totale omzet in marktgebied	€ 74.720.000		<i>(gebonden besteding € + koopkrachttoevloeiing €; incl. afronding)</i>
gemiddelde vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 7.518	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015	
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	9.940		<i>(totale omzet marktgebied / gem. vloerproductiviteit; incl. afronding)</i>
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	9.721	Locatus, 2017	
berekende vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 7.690		<i>(totale omzet marktgebied / omvang winkelaanbod; incl. afronding)</i>
omzetclaim marktgebied	€ 73.080.000		<i>(gem. vloerproductiviteit * omvang winkelaanbod; incl. afronding)</i>
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	2%		<i>((berekende vloerproductiviteit - gem. vloerproductiviteit) / gem. vloerproductiviteit; incl. afronding)</i>
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 1.640.000		<i>(totale omzet marktgebied - omzetclaim marktgebied; incl. afronding)</i>
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	220		<i>((totale omzet marktgebied / gem. vloerproductiviteit) - omvang winkelaanbod; incl. afronding)</i>

Momenteel functioneert de detailhandel in dagelijkse goederen in de gemeente Roerdalen bovengemiddeld – de vloerproductiviteit (omzet per m² wvo) ligt met 2% hoger dan het landelijk gemiddelde. Dit geeft aan dat de markt, bij de huidige omstandigheden, ruimte biedt voor ontwikkeling. De marktruimte is berekend op circa 220 m² wvo.

3.5.2. Relevante trends en ontwikkelingen

Demografisch

De toekomstige behoefte aan nieuwe winkelmeters is voor een groot deel afhankelijk van de demografische ontwikkeling van een gemeente of kern. Op basis van de meest recente bevolkingsprognose van de provincie Limburg wordt geconcludeerd dat de gemeente Roerdalen gaat krimpen (Progneff, 2015). Voor de komende planperiode, in 2027, wordt rekening gehouden met een inwoneraantal van 19.215 inwoners in de gemeente Roerdalen. Dit is een bevolkingsafname van circa 7%.

Saldering winkelmeters c.q. dynamisch voorraadbeheer

Tot slot wordt rekening gehouden met de invulling aan het principe van dynamisch voorraadbeheer. De percelen aan de Boomstraat 4 en Irenelaan 18/18a in Posterholt en het perceel Bergerweg 21 in Vludrop zullen worden herbestemd ten behoeve van de beoogde ontwikkeling aan de Angsterweg 16 in Vludrop. Met de herbestemming worden 1.480 m² wvo gesaldeerd.

3.5.3. Distributieplanologische analyse toekomstige situatie

Supermarkten worden ontwikkeld om voor langere tijd economisch-duurzaam te functioneren. Hiertoe is een distributieplanologische marktanalyse gemaakt voor de komende planperiode, rekening houdend met bovenstaande negatieve bevolkingsprognose. In tabel 3.4 zijn de uitgangspunten voor de toekomstige analyse weergegeven.

Tabel 3.4 Uitgangspunten economische analyse

Variabele	Overwegingen	Uitgangspunt	Bronnen
inwonertal	Gemeente Roerdalen. Gegevens per 1-1-2016. Voor de toekomst is gebruik gemaakt van de bevolkingsprognose van de provincie Limburg (Progneff, 2015).	Huidig: 20.686 inwoners Toekomstig: 19.215 inwoners	Kerncijfers wijken en buurten, CBS, 2017 Progneff, 2015
Gemiddelde winkelomzet dagelijkse goederen per persoon per jaar	Het onderzoek richt zich op de detailhandel in dagelijkse goederen.	Dagelijks: € 2.408,- bestedingen per persoon per jaar.	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
Omvang winkelaanbod	Voor de aanbodgegevens is dataleverancier Locatus geraadpleegd. Voor de ontwikkelingen in het winkelaanbod is rekening gehouden met de uitbreidingsinitiatieven van zowel Aldi als Naanhof: <ul style="list-style-type: none"> • Aldi: van 625 m² wvo naar 1.200 m² wvo. Netto toevoeging: 575 m² wvo. • Naanhof: van 640 m² wvo naar 1.000 m² wvo. Netto toevoeging: 360 m² wvo. • Omdat Naanhof (een deel) van de oude winkellocatie van Aldi wil betrekken zal in het dpo rekening worden gehouden met de nieuwbouw van Aldi (1.200 m² wvo). • Saldering winkelmeters: - 1.480 m² wvo. 	Huidig: 9.721 m² wvo Toekomstig: 10.141 m² wvo	Locatus, januari 2017
Koopstromen	Voor de toekomstige situatie wordt verwacht dat de koopkrachtbinding van 90% hetzelfde blijft. Als gevolg van de beoogde uitbreidingen zal de koopkrachttoevoeiing verder toenemen.	Koopkrachtbinding: dagelijks: 90%	Klantherkomston der-zoek Rho, 2014

	Uitgangspunt is de berekende koopkrachttoevloeiing uit het klantherkomstonderzoek uit 2014 in de kern Vlodrop. De koopkrachttoevloeiing wordt gehanteerd voor de gehele gemeente Roerdalen en bedraagt 45%.	Koopkrachttoevloeiing: dagelijks: 45%	
Gemiddelde winkelomzet per m² wvo	Het onderzoek richt zich op de detailhandel in dagelijkse goederen. Het betreft de meest recente cijfers voor deze sector uit de Notitie omzetkengetallen 2015, gepubliceerd in juni 2016.	Dagelijks: € 7.518,- vloerproductiviteit per m ² wvo per jaar.	Notitie omzetkengetallen , 2016; gegevens over 2015

Distributieplanologische marktanalyse

In tabel 3.5 zijn, op basis van de gegevens zoals in tabel 3.4 gepresenteerd, de toekomstige marktomstandigheden in de sector dagelijkse goederen in de gemeente Roerdalen weergegeven.

Tabel 3.5 Toekomstige marktontwikkelingen sector dagelijkse goederen gemeente Roerdalen

	2017	2027	bron
inwonertal marktgebied	20.686	19.215	CBS, 2017; Progneff (2015)
bestedingen dagelijkse goederen (excl. btw)	€ 2.408	€ 2.408	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
bestedingspotentieel	€ 49.810.000	€ 46.260.000	
koopkrachtbinding (%)	90%	90%	<i>inschatting</i>
gebonden bestedingen €	€ 44.830.000	€ 41.630.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	40%	45%	<i>inschatting op basis van klantherkomstonderzoek ter plaatse, Rho, 2014</i>
koopkrachttoevloeiing €	€ 29.890.000	€ 34.060.000	
totale omzet in marktgebied	€ 74.720.000	€ 75.690.000	
gemiddelde vloerproductiviteit (excl. btw) te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	€ 7.518	€ 7.518	Notitie omzetkengetallen, 2016; gegevens over 2015
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	9.940	10.070	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	9.721	9.721	Locatus, 2017
berekende vloerproductiviteit (excl. btw)	€ 7.690	€ 7.790	
omzetclaim marktgebied	€ 73.080.000	€ 73.080.000	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	2%	4%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 1.640.000	€ 2.610.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	220	350	
nieuwbouw Aldi	-	1.200	
saldering winkelmeters Boomstraat 4 Posterholt	-	-780	
saldering winkelmeters Irenestraat 18/18a Posterholt	-	-480	
saldering winkelmeters Bergerweg 21 Vlodrop	-	-220	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	220	630	
huidige omzet ten opzichte van het gemiddelde	2%	7%	

Uit de distributieplanologische analyse voor de gemeente Roerdalen wordt geconcludeerd dat de berekende marktruimte voor de huidige situatie gaat toenemen, enerzijds als gevolg van de stijging van de koopkrachttoevloeiing en anderzijds door de saldering van winkelmeters ten behoeve van de beoogde ontwikkeling. Bij een versterking van het winkelaanbod zal de koopkrachttoevloeiing licht toenemen, met name vanuit Duitsland. Tegelijkertijd neemt de behoefte aan winkelmeters iets af door de voorspelde demografische ontwikkeling van de gemeente Roerdalen. In dit kader wordt geconcludeerd dat de saldering van winkelmeters voorsorteert op de afnemende behoefte aan winkelmeters. Rekening houdend met de relevante ontwikkelingen in het winkelaanbod (verschuiving supermarkten Aldi en Naanhof en saldering winkelmeters) wordt geconcludeerd dat er in de markt een evenwicht ontstaat, waarbij voldoende ontwikkelingsruimte is voor bijvoorbeeld bestaande aanbieders om uit te breiden.

Door invulling te geven aan het principe van dynamisch voorraadbeheer wordt per saldo geen nieuwe winkelmeters toegevoegd, maar 280 m² wvo aan de markt onttrokken (1.480 m² wvo minus 1.200 m² wvo). De marktomstandigheden bieden voldoende ontwikkelruimte voor de uitbreiding van de reeds gevestigde aanbieders Aldi en Naanhof. Beide supermarkten beschikken over een relatief kleine winkel en willen de winkel optimaliseren naar moderne maatstaven om een duurzame exploitatie mogelijk te maken naar de toekomst toe. De te verwachten effecten zijn zowel vanuit kwantitatief – als kwalitatief oogpunt aanvaardbaar. De berekende omzet per m² wvo ligt zelfs boven het landelijke gemiddelde met - 7%. Op basis van de distributieplanologische analyse wordt geconcludeerd dat na de beoogde uitbreidingen nog altijd voldoende omzet is te behalen voor de overige aanbieders in de dagelijkse goederensector in de gemeente Roerdalen om economisch-duurzaam te kunnen functioneren.

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 gaan veranderen. Een sterke veranderende bevolkingsontwikkeling, nieuwe kencijfers over de gemiddelde besteding en – winkelomzet per m² wvo of nieuwe koopstroomgegevens hebben invloed op distributieplanologische marktanalyse.

Omdat bovenstaande kwantitatieve berekening indicatief is, is het van belang om ook de kwalitatieve aspecten van een ontwikkeling 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 ontvruchting. De ontwikkeling van Aldi en Naanhof (uitbreiding) is juist gericht op het behoud van beide supermarktvoorzieningen ter plaatse en de dagelijkse voorzieningenstructuur te versterken. Door te voorzien in uitbreiding wordt de economisch-duurzame exploitatie versterkt (ook naar de toekomst toe) en is er geen sprake van een duurzame ontvruchting. Met behoud van de supermarkten in Vlodrop wordt juiste een duurzame ontvruchting voorkomen (zie hierna verder paragraaf 3.6).

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

3.6. Te verwachten effecten

Economische effect op de regio

Door de specifieke positionering van Aldi en Naanhof in de regio, wordt geen substantiële invloed op de regionale detailhandelsstructuur verwacht met de relatief kleinschalige uitbreidingen. Daarnaast blijkt uit distributieplanologisch onderzoek ook na de relatief kleinschalige uitbreidingen van Aldi en Naanhof een duurzame exploitatie mogelijk blijft voor de overige aanbieders.

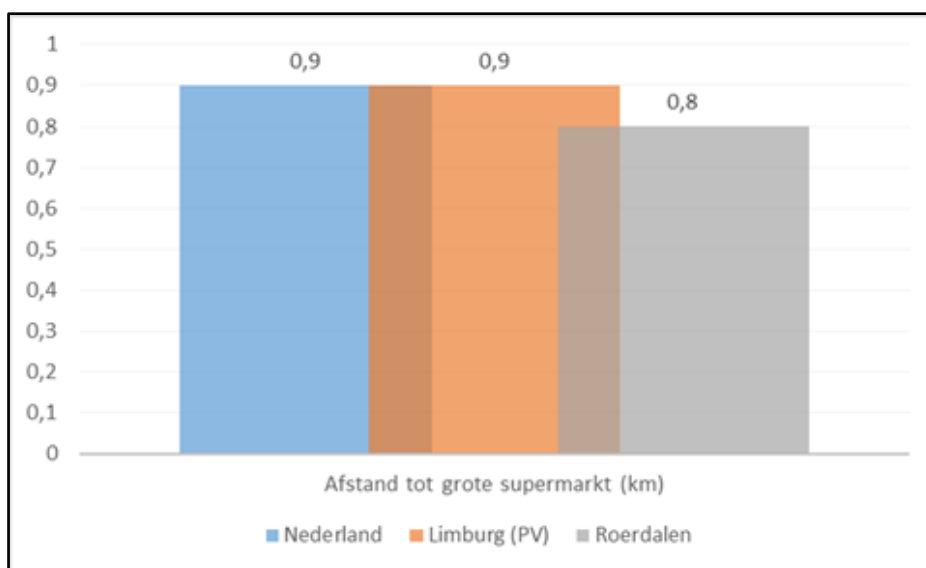
Vanuit kwalitatief oogpunt is in dit hoofdstuk geconcludeerd dat er een behoefte bestaat aan onderscheidende en complementaire voorzieningen in de gemeente Roerdalen. De gemeente Roerdalen heeft in de grote kernen overwegend full-service supermarkten, een harddiscounter (Aldi te Vlodrop) en bijzondere supermarkten (o.a. Naanhof te Vlodrop. De ontwikkeling (uitbreiden van de bestaande vestigingen op de locatie aan de Angsterweg) sluit aan bij de beleidsuitgangspunten door de dagelijkse winkelvoorzieningen te blijven garanderen naar de toekomst toe.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling binnen de regio geen onaanvaardbare invloed heeft op het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Duurzame ontwrichting supermarkten

Zoals vermeld in de inleiding is duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau alleen aan de orde bij eerste levensbehoeften (ABRvS, uitspraak: 201208105/1/R2). Over de vraag wanneer er sprake is van 'duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau' is in de jurisprudentie een vaste lijn ontstaan. Om te kunnen spreken van duurzame ontwrichting is niet doorslaggevend dat zich een overaanbod in het verzorgingsgebied of mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvestiging voor zal doen. Het doorslaggevende criterium is of ook na het sluiten van een of meer voorzieningen voor inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in die zin dat zij op een aanvaardbare afstand van of in hun woonplaats hun dagelijkse inkopen kunnen doen. In figuur 3.2 is te zien dat iedere kern in de gemeente Roerdalen beschikt over een 'supermarkt'. In algemene zin heeft Nederland een fijnmazige winkelstructuur. Deze structuur is dus ook waarneembaar in de gemeente Roerdalen. Iedere inwoner kan zijn/haar dagelijkse boodschappen bij de supermarkt in de buurt doen. Daarbij is het naastgelegen dorp relatief dichtbij, waardoor geen duurzame ontwrichting van de dagelijkse voorzieningenstructuur verwacht wordt.

Uit een vergelijking met de gemiddelde afstand tot een grote supermarkt wordt geconcludeerd dat de inwoners uit de gemeente Roerdalen een relatief korte afstand moeten overbruggen naar een grote supermarkt. De gemiddelde afstand is zelfs korter dan het Nederlandse – en Limburgse gemiddelde (afbeelding 3.10).



Afbeelding 3.10 Gemiddelde afstand tot een grote supermarkt in kilometers (CBS, 2017; gegevens over 2015)

In het kader van de meest recente bevolkingsprognoses is het van belang om duurzame ontwrichting te voorkomen en de bestaande voorzieningen te behouden voor de gemeente. Om een duurzame exploitatie naar de toekomst mogelijk te maken is voor zowel Aldi als Naanhof een groter winkelvloeroppervlak noodzakelijk. De ontwikkeling is er dan ook op gericht om het supermarktaanbod voor langere tijd te behouden, zodat de inwoners van de gemeente Roerdalen in het algemeen en inwoners van Vlodrop in het bijzonder in staat zijn om op aanvaardbare afstand hun dagelijkse boodschappen te doen.

Geen verslechtering van het ondernemersklimaat

Verwacht wordt dat de marktomstandigheden niet substantieel wijzigen als gevolg van de beoogde uitbreidingswensen van Aldi en Naanhof. Hier wordt aan toegevoegd dat ondernemers altijd rekening moeten houden met ontwikkelingen en innovaties van concurrenten in welke vorm dan ook, want deze kunnen altijd effect hebben op de omzetmogelijkheden van een winkel.

Uit het distributieplanologisch onderzoek blijkt dat de detailhandel in de dagelijkse goederensector zowel in de huidige als toekomstige situatie bovengemiddeld functioneert. Na de ontwikkeling van Aldi en Naanhof zal de detailhandel in de dagelijkse goederensector goed blijven functioneren, doordat per saldo geen nieuwe winkelmeters worden toegevoegd. Door invulling te geven aan het principe van dynamisch voorraadbeheer wordt 1.480 m² wvo aan de markt onttrokken, terwijl de ontwikkeling 1.200 m² wvo omvat. De uitbreidingen hebben daarom in beginsel geen onaanvaardbare gevolgen voor het ondernemersklimaat in de gemeente Roerdalen. De beoogde supermarktontwikkelingen aan de Angsterweg 16 in Vlodrop heeft dientengevolge geen substantieel effect op het ondernemersklimaat.

Het bieden van ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel wordt gezien als positief voor het ondernemersklimaat, omdat het bedrijven de ruimte biedt om te ontwikkelen en te ondernemen. Ook in het kader van een goed woon- en leefklimaat is het van belang dat bestaande voorzieningen behouden blijven voor de gemeente Roerdalen. Als gevolg van bevolkingskrimp wordt gevreesd voor leegstand en het verdwijnen van voorzieningen. Door bestaande, leegstaande, detailhandelslocatie te saneren wordt leegstand voorkomen. Met de ontwikkeling wordt dan ook het principe van dynamisch voorraadbeheer toegepast en worden belangrijke voorzieningen geclusterd. De beoogde ontwikkeling sluit aan bij de beleidsuitgangspunten van de provincie Limburg en de gemeente Roerdalen om bestaande voorzieningencusters te behouden en waar mogelijk te versterken.

3.7. Uitgangspunten ruimtebeslag

Voor de locatieafweging is het van belang om het ruimtebeslag van de beoogde winkels inzichtelijk te maken en af te zetten tegen de leegstand in de gemeente Roerdalen. Bij een zorgvuldige ruimtelijke afweging is het van belang dat er geen onaanvaardbare leegstand ontstaat als gevolg van de beoogde ontwikkeling.

Winkelruimte Aldi



Afbeelding 3.11 Impressie moderne Aldi-winkel (Aldi, 2016)

In figuur 3.12 is te zien dat de Aldi zal worden verplaatst op het terrein aan de Angsterweg 16. In de loop van 2012 is Aldi gekomen tot een geactualiseerd vestigingsbeleid. Dit beleid is gebaseerd 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.

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 (afbeelding 3.11).

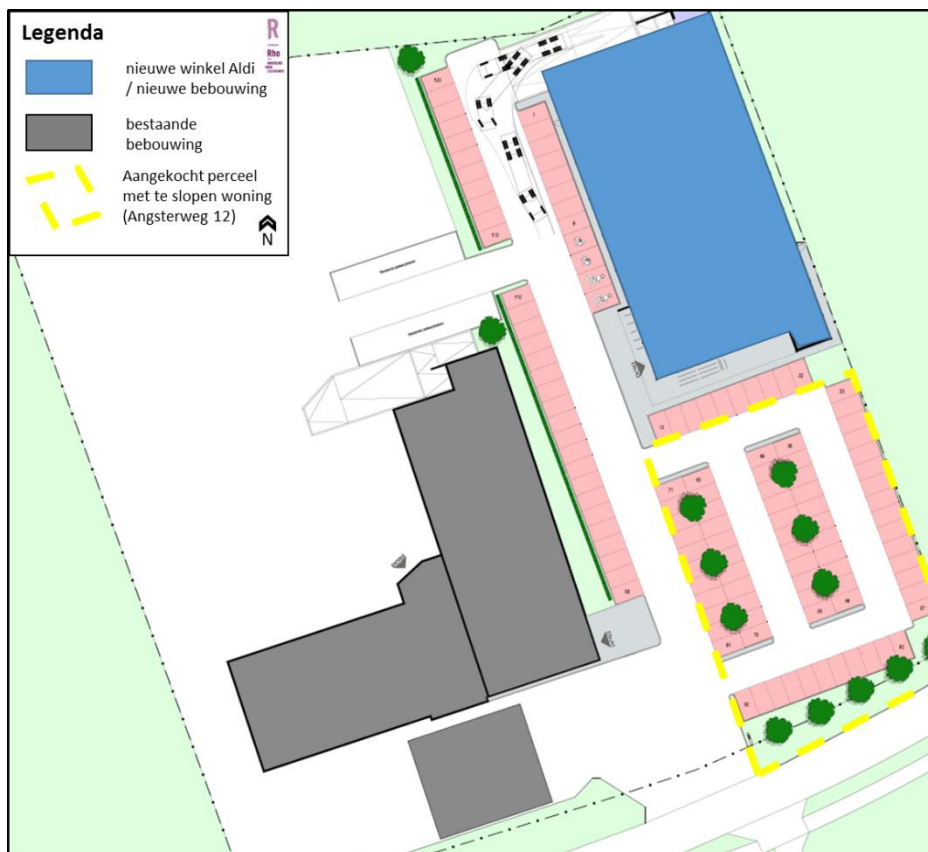
Ten behoeve van kostenbeheersing wordt door Aldi wel vastgehouden aan het kleine assortiment van circa 1.200 artikelen dat vooral wordt verkocht vanuit dozen.

Aldi hanteert voor haar supermarkten een standaardmaat van 19,7 x 61 meter= circa 1.200 m² vwo. Inclusief de ondersteunende ruimten (magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten) is de gewenste standaardmaat van circa 1.500 m² bruto vloeroppervlak (bvo), mede afhankelijk van de ruimtelijke/stedenbouwkundige context.

Om tot een efficiënte verkaveling te komen met voldoende parkeerplaatsen voor de beoogde ontwikkelingen wordt de winkel van Aldi verplaatst naar de noordoostelijke hoek van het perceel. Aldi hanteert voor haar supermarkten een standaardmaat van 19,7 x 61 meter= circa 1.200 m² vwo. Deze breedte is op de huidige locatie op het perceel niet te realiseren omdat anders de entree van de bevoorrading en het parkeren wordt geblokkeerd.

Door de verkaveling te optimaliseren wordt daarnaast ruimte gecreëerd voor de uitbreiding van Naanhof en aanvulling van detailhandel binnen de bestaande bedrijfsbebouwing op de vestigingslocatie.

De beoogde supermarktontwikkeling (Aldi) is globaal gevisualiseerd op afbeelding 3.12.



Afbeelding 3.12 Supermarktontwikkeling Aldi (blauwe arcering)

Winkelruimte Naanhof

Naast Aldi heeft ook Naanhof aangegeven dat zij op termijn willen uitbreiden. Deze uitbreiding kan met de beoogde verplaatsing van Aldi op het terrein gefaciliteerd worden binnen de bestaande bebouwing.

Bereikbaarheid en autogebruik Aldi en Naanhof

Om de volgende redenen moet een harddiscounter – 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 harddiscounter, 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, 2015⁶).
- 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.

⁶ Door Rho adviseurs 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 Aldi-supermarkt berekend.

Parkeerbehoefte Aldi en Naanhof

Momenteel heeft de parkeervoorziening bij Aldi en Naanhof circa 100 ingerichte parkeerplaatsen. Ten behoeve van de beoogde ontwikkeling wordt ruimte gereserveerd voor de uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen op het achterterrein van het bedrijfsperceel. Aldi kent een specifieke parkeerbehoefte. 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 (afbeelding 3.13).

discountsupermarkt									
	Parkeerkcijfers (per 100 m ² bvo)								aandeel bezoekers
	centrum		schil centrum		rest bebouwde kom		buitengebied		
	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.	
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.	96%
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.	

Afbeelding 3.13 Parkeerkcijfers discountsupermarkt (CROW, 2012)

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling voldoende capaciteit biedt voor het aantal benodigde parkeerplaatsen (zie plantoelichting).

3.8. Locatieafweging

Bij een zorgvuldige ruimtelijke afweging is het van belang dat onderzocht wordt of een nieuwe stedelijke ontwikkeling ingepast kan worden binnen de bestaande leegstand (binnen de relevante regio) en in of in aansluiting bij bestaande winkelgebieden (gemeentelijk en provinciaal beleid).

Leegstandsanalyse

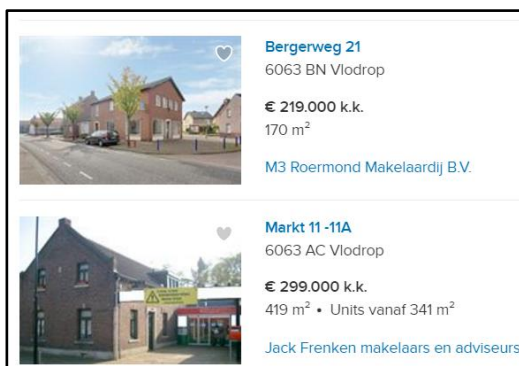
De leegstand binnen de relevante regio, de gemeente Roerdalen, is momenteel benedengemiddeld ten opzichte van het provinciale gemiddelde. De indicatieve gemiddelde omvang per verkooppunt bedraagt 131 m² vwo. Hieruit kan worden afgeleid dat de leegstand overwegend kleinschalig is.

De leegstand in winkelmeters in Vlodrop is lager dan het gemiddelde in de provincie Limburg en de gemeente Roerdalen (tabel 3.6). De relatief lage leegstand geeft een indicatie dat de detailhandel in Vlodrop momenteel goed functioneert. De gemiddelde omvang per leegstaande winkel in Vlodrop bedraagt circa 149 m² vwo (Locatus, 2017). Dit geeft een indicatie dat de leegstand in Vlodrop overwegend kleinschalig is. De leegstand in het aantal verkooppunten is echter wel bovengemiddeld. Het gaat om 7 leegstaande panden in Vlodrop.

Tabel 3.6 Winkelleegstand Vlodrop vergeleken met provincie en gemeente (Locatus, januari 2017).

	winkelmeters (in m ² vwo)			verkooppunten		
	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)
provincie Limburg	2.389.293	370.923	16%	17.574	1.845	10%
gemeente Roerdalen	37.583	3.031	8%	253	23	9%
Vlodrop	21.209	1.043	5%	48	7	15%
te verwachten omvang op basis van het Nederlandse gemiddelde binnen de inwonersklasse 2.000 - 2.500 inwoners	2.710	330	12%	27	1	4%

De kleinschalige omvang van de leegstand blijkt ook uit de winkelpanden in Vlodrop die via Funda worden aangeboden (afbeelding 3.14). Momenteel worden slechts twee winkelpanden aangeboden: Bergerweg 21 en Markt 11 in Vlodrop.



Afbeelding 3.14: Aangeboden winkelpanden in Vlodrop (Funda in Business, per 31 januari 2017)

Uit de aanbodsinventarisatie wordt geconcludeerd dat de beoogde supermarktonthontwikkelingen van Aldi en Naanhof niet binnen de bestaande leegstand, waaronder mede begrepen leegstaande monumentale en beeldbepalende monumenten, kunnen worden gefaciliteerd in het centrumgebied van Vlodrop.

Dit geldt eveneens voor de parkeerbehoefte die beide supermarkten genereren.



Afbeelding 3.15: Overige aangeboden winkelpanden gemeente Roerdalen (Funda in Business, per 31 januari 2017)

Ook elders in de gemeente Roerdalen worden geen winkelpanden aangeboden met voldoende ruimte om de beoogde ontwikkeling te kunnen faciliteren (afbeelding 3.15). Momenteel worden slechts drie winkelpanden aangeboden in Posterholt en Montfort, naast de twee leegstaande winkelpanden in Vlodrop.

Functionele relatie huidige locatie

De integrale ontwikkeling kan volledig gefaciliteerd worden op de huidige locatie van Aldi en Naanhof. Het perceel aan de Angsterweg biedt voldoende ontwikkelingsmogelijkheden voor de uitbreiding van zowel Aldi, Naanhof als enkele kleinschalige aanvullende voorzieningen. Daarbij sluit de ontwikkeling op de huidige locatie aan op de beleidsuitgangspunten door een bestaande detailhandelslocatie te herontwikkelen/optimaliseren. De locatie biedt voldoende ontwikkelruimte ten aanzien van het winkeloppervlakte met bijbehorende parkeren. Daarbij is de locatie goed bereikbaar voor vrijwel alle kernen binnen de gemeente, maar ook voor de Duitse consumenten.

3.9. Conclusie

3.9.1. Behoeft

In dit hoofdstuk is aangetoond dat er sprake is van zowel een kwantitatieve – als kwalitatieve behoefte bij de consument aan de uitbreiding van het supermarktaanbod aan de Angsterweg 16 in Vlodrop. Zowel de Aldi als de Naanhof zijn complementaire supermarktformules binnen de regio en hebben een relatief grote aantrekkingskracht op de Duitse kooptoerist. De gemeente Roerdalen kent verder alleen full-service supermarkten, terwijl Aldi een harddiscounter is. Naanhof is een bijzondere aanbieder die zich vooral richt op het Duitse kooptoerisme. Tevens blijkt uit distributieplanologisch onderzoek dat zowel de huidige als toekomstige marktomstandigheden mogelijkheden bieden voor ontwikkeling.

3.9.2. Te verwachten effecten

De nieuwe stedelijke ontwikkeling aan supermarktmeters (winkelvloeroppervlak) kan binnen bestaand stedelijk gebied worden gevestigd. Bovendien heeft een dergelijke toename aan winkelvloeroppervlak geen negatieve gevolgen voor de winkelleegstand in Vlodrop, doordat de vrijkomende winkelmeters in de bestaande bedrijfsbebouwing op de vestigingslocatie ingevuld worden met aanvullende detailhandel. Daarnaast wordt ten behoeve van de beoogde ontwikkeling 1.480 m² wvo aan de detailhandelsvoorraad in de gemeente Roerdalen onttrokken. Het percelen aan de Boomstraat 4 en Irenestraat 18/18a in Posterholt en het perceel Bergerweg 21 in Vlodrop zullen worden herbestemd.

Op basis van distributieplanologisch onderzoek wordt geen duurzame ontwrichting of onaanvaardbare of marktversturende effecten verwacht. Met de ontwikkeling kan positief worden bijgedragen aan de beleidsuitgangspunten door het bestaande voorzieningenaanbod te behouden en verder te versterken in algemene zin en voor Vlodrop in het bijzonder. De ontwikkeling draagt bij aan het behoud en versterking van het dagelijks winkelaanbod in Vlodrop en de gemeente Roerdalen. Tevens wordt een duurzame ontwrichting (in Vlodrop) voorkomen doordat de beide bedrijven kunnen investeren in een uitbreiding ten behoeve van een duurzame toekomstige exploitatie en behoud van beide voorzieningen voor Vlodrop en Roerdalen kan worden gewaarborgd.

3.9.3. Ladder voor duurzame verstedelijking

Op basis van het bovenstaande wordt geconcludeerd dat de supermarktontwikkeling aan de Angsterweg 16 in Vlodrop aansluit op de uitgangspunten van zorgvuldig ruimtegebruik. Er is behoefte aan het behoud en versterking van het supermarktaanbod op een strategisch geschikte locatie.

4. Aanvullende commerciële functies

4.1. Initiatief

Naast de beoogde uitbreiding van het winkelvloeroppervlak van de bestaande supermarkten Aldi en Naanhof bestaat de wens/behoefte om ook nog aanvullende voorzieningen te faciliteren op de locatie Angsterweg 16 in Vlodrop. Het initiatief omvat de volgende aanvullende en ondergeschikte commerciële functies:

- zelfstandige horeca (maximaal 150 m²);
- ambulante handel (maximaal 3 standplaatsen);
- aanvullende detailhandel (maximaal 300 m² vvo).

Met de aanvullende commerciële voorzieningen zouden de supermarkten nog beter kunnen aanhaken op de wensen van de Duitse kooptoeeristen, maar ook op de belevingswaarde van de consument. Hiermee kan de verblijfsduur van de Duitse kooptoeerist in de gemeente worden verlengd en het herhaalbezoek toenemen. Ook kan hiermee de aantrekkingskracht van Vlodrop en omgeving op Duitse consumenten verder worden vergroot.

De aanvullende commerciële functies zijn ondergeschikt aan de supermarktfunctie van de Aldi en Naanhof. De openingstijden van deze aanvullende functies zijn dan ook gelijk aan die van de supermarkten.

Invloed kooptoeerisme

In het vorige hoofdstuk is uitvoerig de invloed van het kooptoeerisme beschreven. Uit klantherkomstonderzoek blijkt dat circa 45% van de huidige klanten van Aldi uit Duitsland afkomstig is. Dit betreft dus een aanzienlijk deel van de klanten. Voor Duitsers is het lucratief om in Nederland inkopen te doen. Vooral frisdrank, kaas en koffie worden massaal ingeslagen. Duitsland heft een verbruiksbelasting op koffie, de zogenaamde Kaffeesteuer. Veel Duitsers zien het boodschappen doen in Nederland bovendien als 'dagje uit'. Een typerend voorbeeld is het naastgelegen Rothenbach. Naast de (kleine) supermarkt en de nabijgelegen tuincentra Daniels en Schmitz zijn hier verschillende commerciële verkooppunten gevestigd langs de weg bij de Duitse grens. Het concept van Rothenbach bestaat uit een combinatie van kleinschalige horeca en detailhandel (afbeelding 4.1).



Afbeelding 4.1 Impressie van het Duitse kooptoeerisme in Rothenbach

Het bezoekmotief van Rothenbach is vooral toeristisch/recreatief door de sterke (en gelijkmatige) mix van detailhandel en horeca. Hier is een friettent, een bloemenwinkel, een groentewinkel en een visspecialzaak gevestigd op de route tussen de grens en tuincentra Daniels en Schmitz. In Rothenbach is de invloed van het Duitse kooptoerisme in de regio duidelijk waarneembaar.

Omdat de supermarkten Aldi en Naanhof ook relatief veel Duitse consumenten trekken bestaat de behoefte aan aanvullende commerciële voorzieningen. In tegenstelling tot Rothenbach zijn de beoogde aanvullende commerciële functies aan de Angsterweg 16 ondergeschikt aan de supermarktfunctie van Aldi en Naanhof. Zo wordt slechts één horecaverkooppunt toegestaan, 3 standplaatsen ten behoeve van ambulante handel en mag de aanvullende detailhandel niet meer dan 300 m² vwo per detailhandelsvestiging omvatten. Kortom, de functies zijn gemaximeerd. Daarnaast worden voor de aanvullende commerciële functies aan de Angsterweg 16 dezelfde openingstijden gehanteerd als bij de supermarkten. Hierna worden de ruimtelijk-economische effecten van de aanvullende detailhandel verder uitgewerkt.

4.2. Zelfstandige horeca

4.2.1. Behoeft

In Nederland zijn concepten met een mix van retail en horeca beter bekend als 'blurring'. In het buitenland zijn nieuwe 'blurring' concepten al langer populair, ter versterking van de winkelbeleving. In Duitsland is de keten 'Kauf dich Glücklich' met circa twintig filialen verspreid door heel het land met een concept waarin horeca en retail worden gecombineerd. Naast de winkelwaren kunnen consumenten ook gaan zitten voor een wafel uit de bakkerij of een ijsje. In de zaak is niet alleen ruimte gemaakt voor horeca, maar ook voor een groot terras. Een ander voorbeeld uit Duitsland is Mutterland uit Hamburg. De delicatessenzaak biedt allerlei lokale en vaak huisgemaakte levensmiddelen zoals jam, chocolade/bonbons, thee/koffie, pasta, kruiden en wijnen, maar ook serviesgoed en kleine cadeautjes. Daarnaast worden hier dagelijks verse maaltijden bereid die bezoekers in het horecadeel van de zaak kunnen opeten of kunnen meenemen voor thuis of onderweg (Seinpost, 2015).

Supermarkten zijn, in tegenstelling tot bijvoorbeeld horeca of speciaalzaken, het meest geschikt om het opkomende fenomeen blurring te faciliteren (Beleidsmonitor 2017 van het Food Service Instituut Nederland, 2016). Als de hoofdactiviteit retail is, levert de toevoeging van horeca bijna een verdubbeling van de besteding van de consument op. Het aantal locaties waar eten en drinken wordt verkocht blijft groeien er komen meer gemaks- en eetwinkels, combi's van food en non-food (FSIN, 2016).



Afbeelding 4.2 Impressie blurring

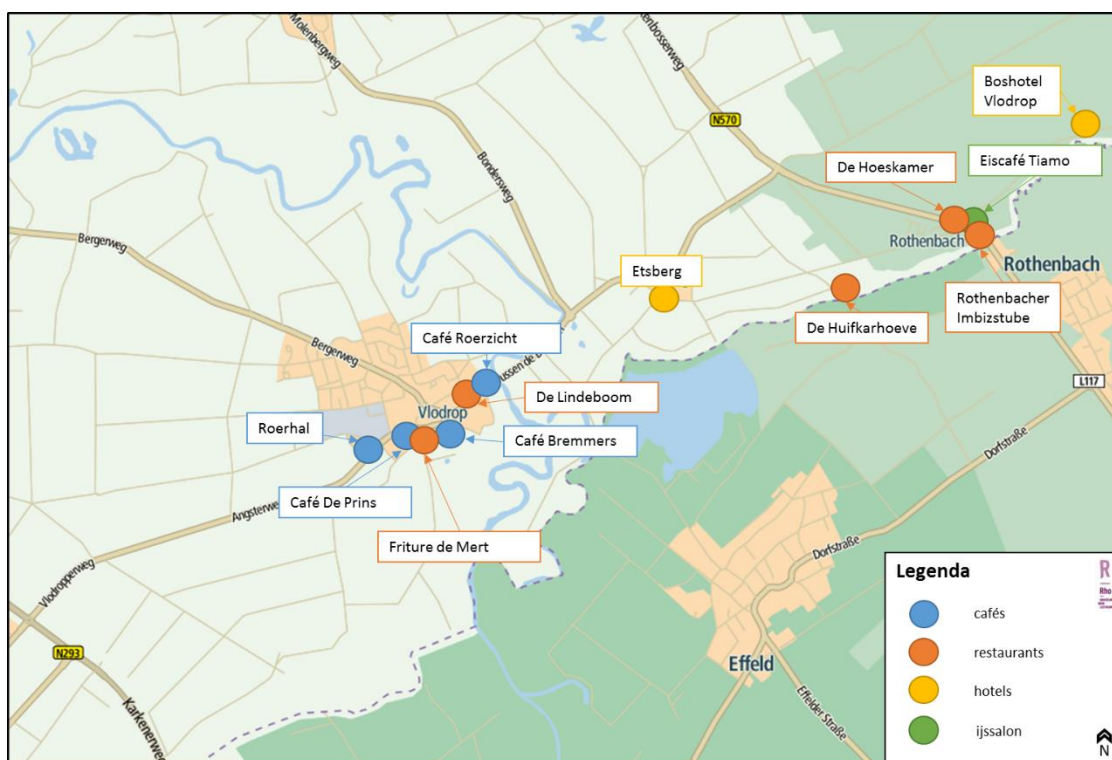
Naast de toenemende behoefte aan 'blurring' concepten neemt ook de vraag naar daghoreca toe. Ten opzichte van 2015 is de vraag naar daghoreca in 2016 gestegen (Rabobank Cijfers & Trends, 2016). De stijgende consumentenbestedingen hebben een direct positief effect op de vraag. De concurrentie vanuit andere branches neemt toe nu retailers meer beleving en horeca in hun concepten doorvoeren om de

gast te blijven trekken. Een dagje funshoppen is nog nooit zo populair geweest. De vraag neemt ook verder toe door het toenemend aantal buitenlandse toeristen.

Het beoogde initiatief om een zelfstandige horecavestiging mogelijk te maken sluit aan bij de landelijke trend en de toenemende behoefte aan 'blurring' concepten en daghoreca. In combinatie met het Duitse kooptoeisme is een dergelijk concept aan de Angsterweg zeer kansrijk. In Duitsland zijn deze concepten al gangbaar en dit is dan ook te zien bij het horeca/detailhandel cluster Rothenbach. De boodschappentrip van de consument kan verlengd worden door het supermarktbezoek te combineren met een rustmoment. Geconcludeerd wordt dat er sprake is van een behoefte aan zelfstandige horeca als aanvullende functie op supermarkten aan de Angsterweg 16 in Vlodrop.

4.2.2. Te verwachten effecten op het reguliere horeca aanbod

Vlodrop heeft momenteel 12 horeca-verkooppunten (Locatus, januari 2017). In afbeelding 4.3 staat een groot deel van het horeca-aanbod in Vlodrop gecategoriseerd weergegeven. Een groot deel van het horeca-aanbod is geconcentreerd in de kern Vlodrop en rond Rothenbach. In Vlodrop zijn vier cafés gevestigd, één restaurant en één frituur. Nabij Rothenbach zijn twee café/restaurants gevestigd, één frituur en één ijs salon. Verder kent Vlodrop twee hotels in het buitengebied.



Afbeelding 4.3 Inventarisatie horeca-verkooppunten Vlodrop (ondergrond: TomTom, 2016)

Verwacht wordt dat de ontwikkeling van één zelfstandig horeca-verkooppunt aan de Angsterweg 16 geen significant negatieve effecten heeft op het overige horeca-aanbod in Vlodrop. Eerder is vermeld dat de horecafunctie ondergeschikt is aan de supermarktfunctie, waardoor ook de openingstijden van de horecagelegenheid gelijk is aan die van de supermarkt. De openingstijden van het reguliere horeca-aanbod zijn ruimer en wijkt af van de openingstijden van de supermarkten Aldi en Naanhof, grofweg tussen 8:00 en 20:00. Restaurants openen veelal pas om 12:00 en sluiten om 23:00. Cafés zijn vaak tot 2:00 geopend. Dit reguliere aanbod aan horeca bedient een ander segment dan het beoogde horeca-verkooppunt aan de Angsterweg 16. Het winkelend publiek kan hier een kop koffie drinken of een broodje voor of na het boodschappen doen. Het horecaverkooppunt is dan ook vooral gericht op de bestaande bezoekers van de supermarkt en het Duitse kooptoeisme. Het overige toerisme, bijvoorbeeld fietsers, zullen waarschijnlijk gebruik blijven maken van de reguliere horeca in Vlodrop. Een terras nabij een dorpsplein is voor een toerist doorgaans aantrekkelijker dan horeca nabij een supermarktcluster met

tankstation. Het beoogde horeca-verkooppunt is onderscheidend en complementair ten opzichte van het huidige aanbod. De relatief beperkte toevoeging (maximaal 150 m²) zal geen structuur versturende werking hebben op het reguliere horeca aanbod in Vlodrop.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling van een zelfstandig horecaverkooppunt, ondergeschikt aan Aldi en Naanhof, aansluit bij de behoefte van de consument aan nieuwe concepten met de integratie van retail en horeca. In combinatie met het kooptoerisme is een dergelijk concept op de locatie Angsterweg 16 zeer kansrijk. Op basis van de analyse worden dan ook geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Vlodrop.

4.2.3 Ladder voor duurzame verstedelijking

Ruimtebeslag

Het bedrijfsvloeroppervlak van de zelfstandige horeca voorziening bedraagt maximaal 150 m² en wordt gehuisvest binnen de bestaande bedrijfsbebouwing op de vestigingslocatie Angsterweg 16 te Vlodrop. De 150 m² omvat het voor consumenten zichtbare deel van de horecagelegenheid (tafels, stoelen en kassa e.d.). De thans beschikbare en vergunde ruimte voor een ondersteunende horecavoorziening behorende bij het verkooppunt motorbrandstoffen (horeca) op de vestigingslocatie Angsterweg 16 te Vlodrop wordt hiervoor aangewend.

Nieuwe stedelijke ontwikkeling

De voorgestane zelfstandige horecavoorziening wordt niet aangemerkt worden als een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' die getoetst moet worden aan de 'ladder voor duurzame verstedelijking'.

Er is namelijk geen sprake van nieuw ruimtebeslag aangezien de huisvesting van de horecavoorziening plaatsvindt in bestaande bedrijfsbebouwing. Bovendien is de functionele gebruikwijzing niet zodanig van aard en omvang dat dit gevolgen kan hebben voor de leegstand hetgeen uit een oogpunt van goede ruimtelijke ordening tot een onaanvaardbare situatie ter plaatse kan leiden voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Een zelfstandige horecavoorziening ondersteunend aan het totale detailhandelsconcept op de vestigingslocatie Angsterweg 16 te Vlodrop wordt in plaats van ondersteunende horeca behorende bij het verkooppunt motorbrandstoffen juridisch-planologisch mogelijk gemaakt. Daarbij wordt het toegelaten bedrijfsvloeroppervlak feitelijk niet vergroot ('maximaal 150 m² in plaats van 'tot een maximum van 150 m²').

Ruimtelijk zou de zelfstandige horeca wel binnen de bestaande leegstand in het centrum van Vlodrop gefaciliteerd kunnen worden. Het is echter wenselijk de horeca functioneel te verbinden met de supermarkten, waardoor de vestiging in het centrum niet zinvol is.

4.3. Ambulante handel

4.3.1. Behoeft

Een ander concreet en vernieuwend concept voor de Angsterweg 16 in Vlodrop is het toestaan van ambulante handel als aanvulling op het supermarktcluster. Het initiatief omvat maximaal 3 standplaatsen ten behoeve van ambulante handel. Ambulante handel is het meest bekend in de vorm voor marktkramen (tweederde van de ambulante handel). Marktkramen en verkoopwagens vinden gewoonlijk een standplaats op markten, brinken en pleinen, of op daarvoor gereserveerde ruimten. Ruim 2% van de detailhandelsomzet wordt via ambulante handel gerealiseerd (Detailhandel.info, 2016).

Het initiatief voorziet in horeca-gerelateerde ambulante handel, zoals een poffertjeskraam of worstjestent ("imbiss").

Het initiatief toont grote gelijkenissen met de recente opmars van de zogenaamde 'foodtrucks'. Een foodtruck specialiseert zich vaak in één keuken. In Amerika zijn er bijvoorbeeld foodtrucks die alleen donuts verkopen, maar dan hebben ze wel vijftig verschillende soorten. Er zijn ook trucks die dagelijks

naar de boerenmarkt gaan en steeds een ander gerecht aanbieden. De hipste trucks in de vrolijkste kleuren (afbeelding 4.4).



Afbeelding 4.4 Impresie foodtruck (Food Truck Festival TREK Den Bosch, 2015)

De laatste jaren is er ook sprake van een opkomst van zogenaamde foodfestivals. Als gevolg hiervan zijn er in korte tijd ook veel foodtrucks bijgekomen. De NOS schatte het aantal foodtrucks vorig jaar op zo'n 450 stuks (Van Spronsen en Partners, 7 juni 2016).

Net als de zelfstandige horeca kan een dergelijk concept van een foodtruck/horeca gerelateerde ambulante handel een kansrijke aanvulling zijn op de boodschappentrip, ook met de huidige koopstromen vanuit het kooptoerisme.

4.3.2. Te verwachten effecten op de weekmarkt

In Vlodrop vindt iedere zaterdag een weekmarkt plaats op de Markt van 10:00 tot 16:00. Op deze weekmarkt (zaterdag) staan de laatste jaren nog maar 5 marktkramen (in betere tijden circa 20 kramen). Het betreft 1 groenteboer, 1 kraam met onderkleding, 1 viskraam, 1 kaaskraam en 1 frietkraam. Deze weekmarkt is vooral gericht op de dagelijkse boodschappen, zoals groente- en fruit, kaas en verse vis, maar ook frequent benodigde niet-dagelijkse goederen zoals textiel.

De beoogde ambulante handel aan de Angsterweg 16 in Vlodrop onderscheidt zich van de reguliere ambulante handel (de markt) vanwege het bezoekmotief en door zich te richten op horeca gerelateerde concepten van ambulante handel. Waar de markt in Vlodrop overwegend wordt bezocht voor de dagelijkse boodschappen is de ambulante handel op het perceel Angsterweg 16 gericht op het kooptoerisme.

Daarnaast worden slechts drie standplaatsen toegestaan aan de Angsterweg 16 in Vlodrop, waardoor het initiatief qua aard en omvang verschilt van de reguliere weekmarkt in Vlodrop. Verwacht wordt dan ook dat de mogelijkheid voor ambulante handel met drie standplaatsen aan de Angsterweg 16 niet zal leiden tot onaanvaardbare effecten op de weekmarkt.

Geconcludeerd wordt dat met de horeca-gerelateerde ambulante handel (maximaal 3 standplaatsen) nog beter worden aangehaakt op de wensen van de Duitse kooptoerist (frequente bezoekers). Hiermee kan de verblijfsduur van de Duitse kooptoerist in de gemeente worden verlengd en zal het herhaalbezoek toenemen.

Gezien de aard en omvang van de beoogde ambulante handel worden dan ook geen onaanvaardbare effecten verwacht op de weekmarkt van Vlodrop.

4.3.3 Ladder voor duurzame verstedelijking

Ruimtebeslag

Het ruimtebeslag voor de 3 standplaatsen bedraagt maximaal 30 m². De standplaatsen worden gesitueerd in de onbebouwde buitenruimte van de vestigingslocatie Angsterweg 16 te Vlodrop.

Nieuwe stedelijke ontwikkeling

De voorgestane ambulante handel wordt niet aangemerkt als een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' die getoetst moet worden aan de 'ladder voor duurzame verstedelijking'. Dit vanwege de beperkte omvang van de voorgestane ontwikkeling en omdat er geen sprake is van nieuw ruimtebeslag dat gevolgen kan hebben voor leegstand in het kader van duurzaam gebruik van ruimte, hetgeen uit een oogpunt van goede ruimtelijke ordening tot een onaanvaardbare situatie ter plaatse kan leiden voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Ruimtelijk zou de ambulante handel wel op de markt van Vlodrop gefaciliteerd kunnen worden. Maar het is juist wenselijk de 3 standplaatsen functioneel te verbinden aan de supermarkten, waardoor de vestiging in het centrum van Vlodrop niet zinvol is.

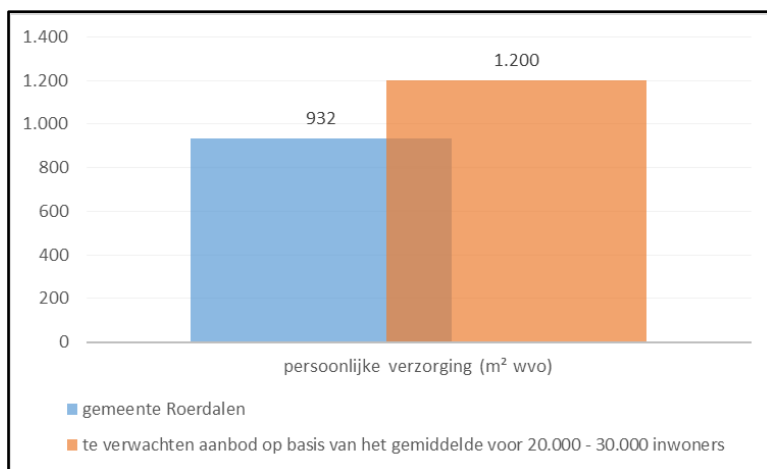
4.4. Aanvullende detailhandel

Tot slot wordt de mogelijkheid geboden om in aanvulling op het dagelijkse boodschappencluster aan de Angsterweg detailhandelsvoorzieningen te realiseren tot een maximum van 300 m² vwo per detailhandelsvestiging binnen de bestaande bedrijfsbebouwing op het perceel Angsterweg 16 om het supermarktcluster verder te versterken, ook in combinatie met het bestedingspotentieel van de Duitse kooptoeerist.

Een representatieve invulling betreft een winkel in de branche 'persoonlijke verzorging', die naast de levensmiddelenbranche de dagelijkse goederensector complementeert.

4.4.1 Onderbouwing behoefte branche 'persoonlijke verzorging'

Momenteel blijft het aanbod aan persoonlijke verzorging in de gemeente Roerdalen achter bij het Nederlandse gemiddelde. Op basis van het aantal inwoners in de gemeenten wordt een groter aanbod verwacht (afbeelding 4.5). De vergelijking geeft een indicatie van de (kwantitatieve) behoefte van de consument aan een compleet dagelijks winkelaanbod.



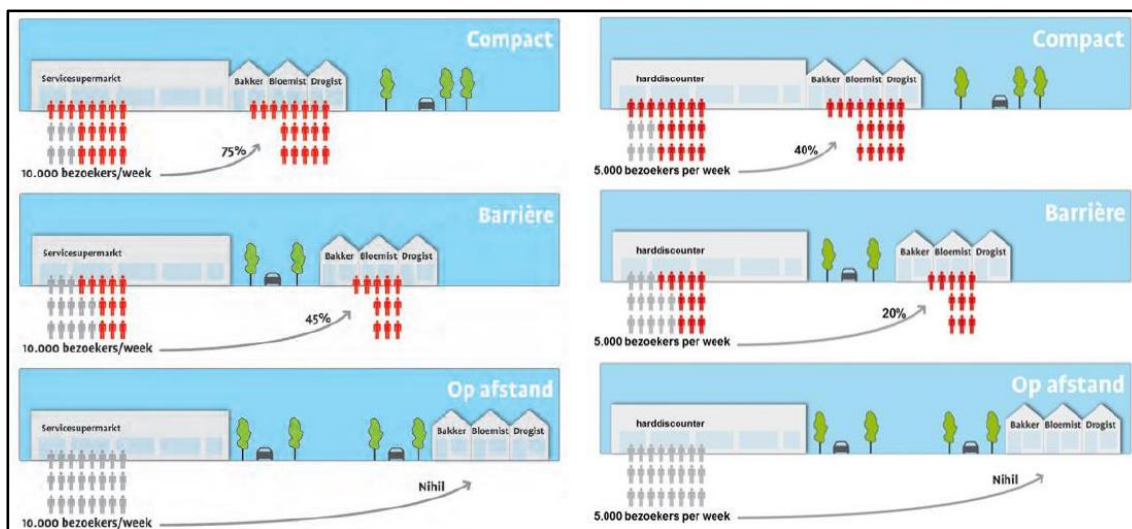
Afbeelding 4.5 Vergelijking winkelaanbod gemeente Roerdalen (Locatus, 2017)

Met het verkooppunt in de persoonlijke verzorging branche wordt een discountformule voorzien. Naast de aansluiting bij het totaalconcept (Aldi is een harddiscounter in de supermarktbranche) zijn Duitse drogisten doorgaans goedkoper. Dit heeft onder andere te maken met het BTW-tarief. In Duitsland vallen drogisterij-artikelen in het lage BTW-tarief, in tegenstelling tot Nederland. Los van het BTW-verschil zijn de prijzen van verzorgingsproducten en cosmetica lager in Duitsland. In Nederland liggen de gemiddelde schapprijzen dus hoger. Om verder te profiteren van de toevloeiing vanuit het kooptoeisme is een discountformule het meest kansrijk. Daarnaast blijven de bestedingen van de consument uit Roerdalen en Vlodrop met een discountdrogist binnen de gemeente en wijkt de consument in mindere mate uit naar Duitsland voor de aankoop van verzorgingsproducten en cosmetica. Eerder is aangegeven dat de gemeente Roerdalen een benedengemiddeld aanbod heeft aan winkelmeters in de branche persoonlijke verzorging.

4.4.2 Versterken combinatiebezoek

Uit onderzoek (DTNP, 2016 en 2011) wordt geconcludeerd dat drogisten en speciaalzaken de beste overlevingskansen hebben als ze direct naast een supermarkt zijn gevestigd. Goede inpassing binnen bestaande winkelcentra is cruciaal voor het instandhouden van het winkelaanbod. Hierbij is de onderlinge afstand van belang. Hoe groter de afstand tussen ingang van de supermarkt en de overige winkels, hoe lager het aandeel van de supermarktbezoekers dat ook nog een of meerdere andere winkels of voorzieningen bezoekt. Bij een afstand van 40 meter tot de eerste vijf winkels ligt het combinatiebezoek boven de 50%. Het combinatiebezoek daalt snel als de onderlinge afstand groter wordt. Bij een afstand tussen 80 en 120 meter daalt het combinatiebezoek tot circa 35%.

De overlevingskans van aanvullende winkelvoorzieningen nabij een supermarkt is eerder bevestigd in een ander onderzoek (afbeelding 4.6). In algemene zin fungeren supermarkten als trekker voor winkelcentra.



Afbeelding 4.6 Schematische weergave van het gemiddelde combinatiebezoek naar ruimtelijke situering tussen harddiscountsupermarkt en speciaalzak (DTNP, 2011).

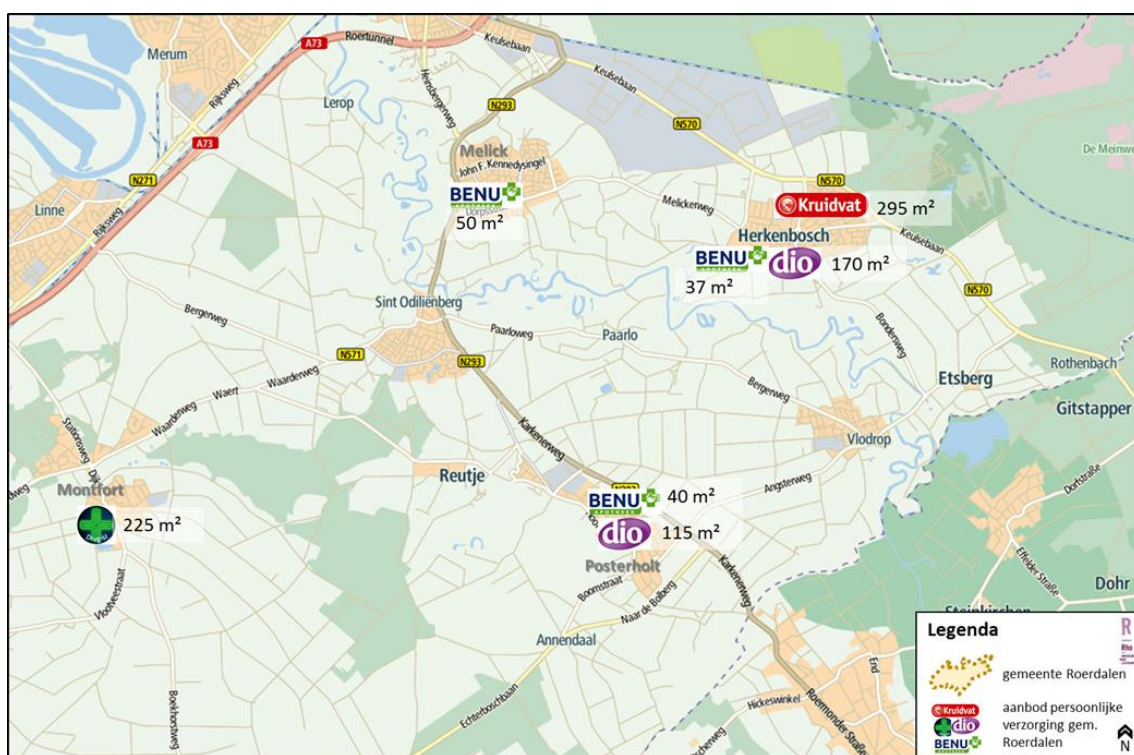
Hierbij moet worden opgemerkt dat deze trekkersfunctie voor harddiscounters doorgaans lager is dan bij full-service supermarkten (afbeelding 4.6). Dit omdat combinatiebezoek door consumenten tussen harddiscountsupermarkt en overige winkels veel minder vaak voorkomt dan bij reguliere supermarkten. Dit komt omdat consumenten een harddiscounter minder vaak bezoeken voor de aanschaf van specifieke producten (in bulk). Hiertoe gaan veel consumenten doelgericht op weg, terwijl het doen van de reguliere (week)boodschappen voor veel consumenten een combinatie is tussen een bezoek aan een full-service supermarkt, speciaalzaken en vaak nog een drogisterij. Echter, met de combinatie van harddiscounter (Aldi) en Naanhof en een (discount) drogist ontstaat een sterk boodschappencluster aan de Angsterweg. Geconcludeerd wordt dat een drogist / verkooppunt in de branche persoonlijke verzorging een geschikte

aanvulling is op het dagelijkse goederencluster aan de Angsterweg in Vlodrop. Met het verkooppunt wordt de mate van combinatiebezoek versterkt op een vanuit ruimtelijk-economisch oogpunt geschikte locatie direct nabij een bestaand supermarktcluster.

4.4.3 Te verwachten effecten

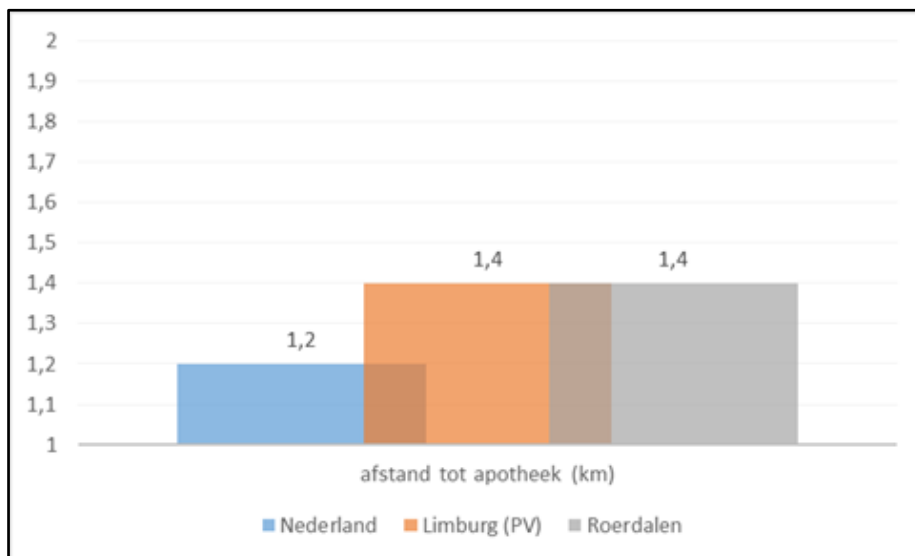
Als gevolg van de beoogde ontwikkeling van een verkooppunt in de branche persoonlijke verzorging aan de Angsterweg in Vlodrop wordt geen duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur of een onaantwoordbare effect op het ondernemersklimaat in de gemeente Roerdalen verwacht.

Momenteel zijn er 7 verkooppunten gevestigd in de branche persoonlijke verzorging in de gemeente Roerdalen (figuur 4.7). Het betreft een drietal apotheken (BENU) en 4 drogisterijen (DIO, Eigen Drogist en Kruidvat). Het beoogde discountconcept, naar Duits-model, onderscheidt zich van het bestaande aanbod. In Nederland is de promotiedruk veel groter dan in Duitsland. Zestig tot tachtig procent van de meest verkochte producten wordt in de aanbieding gekocht. In de drogisterijmarkt wordt driftig gestunt met prijzen, waar marktleider Kruidvat een voorbeeld van is. In Duitsland zijn de prijzen constant en worden minder artikelen als aanbieding verkocht, maar wel voor een aantrekkelijke prijs.



Afbeelding 4.7 Aanbod verkooppunten branche persoonlijke verzorging gemeente Roerdalen (Locatus, 2017)

De consument uit Vlodrop en de gemeente Roerdalen is gebaat bij een zo compleet mogelijk aanbod aan dagelijkse goederen op aanvaardbare afstand. De beoogde ontwikkeling voorziet in deze behoefte. Momenteel is er geen verkooppunt in de branche persoonlijke verzorging gevestigd in Vlodrop. De branche persoonlijke verzorging bestaat onder andere uit apotheken, drogisterijen en parfumerie. Uit afbeelding 4.8 wordt geconcludeerd dat de gemiddelde afstand naar een apotheek in de gemeente Roerdalen groter is dan het landelijke gemiddelde. Een deel van het (commerciële) assortiment van een apotheek is vergelijkbaar met die van een drogist. Met de beoogde ontwikkeling wordt de afstand naar dergelijke goederen juist verkleind, omdat in Vlodrop nog geen aanbieder in de branche persoonlijke verzorging is gevestigd. Met de ontwikkeling is dan ook geen sprake van duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur, maar juist een versterking van de dagelijkse voorzieningenstructuur.



Afbeelding 4.8 Gemiddelde afstand tot een apotheek in kilometers (CBS, 2017; gegevens over 2015)

Eerder is uit een vergelijking van het aanbod met het Nederlandse gemiddelde geconcludeerd dat de gemeente Roerdalen momenteel over een benedengemiddeld aanbod beschikt in de persoonlijke verzorging branche. Het beoogde discountconcept is mede gericht op de Duitse kooptoeist en betreft een aanvulling op de bestaande aanbieders, waardoor naar verwachting ook voor de gevestigde ondernemers een duurzame exploitatie mogelijk blijft. Als gevolg van de beoogde ontwikkeling worden geen negatieve effecten verwacht op het ondernemersklimaat in de gemeente Roerdalen.

Als gevolg van de beoogde ontwikkeling van een verkooppunt in de branche persoonlijke verzorging aan de Angsterweg in Vlodrop wordt geen duurzame ontvricting van de voorzieningenstructuur of een onaanvaardbare effect op het ondernemersklimaat in de gemeente Roerdalen verwacht.

De consument uit Vlodrop en de gemeente Roerdalen is gebaat bij een zo compleet mogelijk aanbod aan dagelijkse goederen op aanvaardbare afstand. De beoogde ontwikkeling voorziet in deze behoefte. Momenteel is er geen verkooppunt in de branche persoonlijke verzorging gevestigd in Vlodrop, waardoor de dagelijkse winkelstructuur wordt versterkt. Eerder is uit een vergelijking van het aanbod met het Nederlandse gemiddelde geconcludeerd dat de gemeente Roerdalen momenteel over een benedengemiddeld aanbod beschikt in de persoonlijke verzorging branche. Het beoogde discountconcept is mede gericht op de Duitse kooptoeist en betreft een aanvulling op de bestaande aanbieders, waardoor naar verwachting ook voor de gevestigde ondernemers een duurzame exploitatie mogelijk blijft.

4.4.4 Ladder voor duurzame verstedelijking

Ruimtebeslag

Het bedrijfsvloeroppervlak van de aanvullende detailhandel bedraagt circa 265 tot 300 m² aan winkelvloeroppervlak en wordt gehuisvest binnen de bestaande bedrijfsbebouwing op de vestigingslocatie Angsterweg 16 te Vlodrop.

Gebruik wordt gemaakt van de beschikbare ruimte die vrijkomt in de bestaande bedrijfsbebouwing nadat de Aldi zich heeft gevestigd in de nieuwe winkel op de vestigingslocatie Angsterweg 16 en na uitbreiding van de Naanhof binnen de bestaande bedrijfsbebouwing.

Nieuwe stedelijke ontwikkeling

De voorgestane te vestigen aanvullende detailhandel kan niet aangemerkt worden als een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' die getoetst moet worden aan de 'ladder voor duurzame verstedelijking'.

Er is namelijk geen sprake van nieuw ruimtebeslag aangezien de huisvesting van de aanvullende detailhandel in de bestaande bedrijfsbebouwing voorzien is. Bovendien is detailhandel binnen de

bestaande bedrijfsbebouwing (vigerend bouwvlak) volgens de bestemmingsregeling juridisch-planologisch toegestaan tot een omvang van maximaal 600 m² per detailhandelsvestiging.

Ruimtelijk zou de aanvullende detailhandelsfunctie wel binnen de bestaande leegstand in het centrum van Vlodrop gefaciliteerd kunnen worden. Het is echter wenselijk deze aanvullende detailhandel functioneel te verbinden met de supermarkten.

4.5. Conclusie

Geconcludeerd wordt dat de aanvullende voorzieningen: zelfstandig horeca-verkooppunt (150 m²), ambulante handel (maximaal 3 standplaatsen) en de aanvullende detailhandel (circa 300 m² wvo) rond de supermarkten Aldi en Naanhof in Vlodrop bijdraagt aan het behoud en de versterking van het dagelijkse voorzieningenaanbod in de kern Vlodrop in het bijzonder, maar ook in het algemeen voor de gemeente Roerdalen. Daarnaast wordt de economisch draagkracht van de dagelijkse detailhandel op de locatie Angsterweg 16 versterkt door de aantrekking op de Duitse kooptoerist. Tijdens hun kooptrip worden niet alleen de supermarkten bezocht, maar ook andere voorzieningen, wat de belevingswaarde van het supermarktcluster ten goede komt. Hiermee wordt de verblijfsduur van de (Duitse) consument in Vlodrop verlengd. De consument heeft behoefte aan nieuwe concepten met de integratie van retail en horeca. In combinatie met het kooptoerisme in de regio wordt verwacht dat een dergelijk concept op de locatie Angsterweg 16 zeer kansrijk is.

De voorgestane zelfstandige horecavoorziening, aanvullende detailhandel en ambulante handel (maximaal 3 standplaatsen) worden niet aangemerkt als een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' die getoetst moet worden aan de 'ladder voor duurzame verstedelijking'. Er is namelijk geen sprake van nieuw ruimtebeslag aangezien de huisvesting van de horecavoorziening en de aanvullende detailhandel plaatsvindt in bestaande bedrijfsbebouwing. De ambulante handel (maximaal 3 standplaatsen) wordt ook niet aangemerkt als een nieuwe stedelijke ontwikkeling vanwege de beperkte omvang van de voorgestane ontwikkeling en omdat er geen sprake is van nieuw ruimtebeslag dat gevolgen kan hebben voor leegstand in het kader van duurzaam gebruik van ruimte.

Als gevolg van de beoogde ontwikkeling van de aanvullende voorzieningen rond de supermarkten worden geen significant negatieve effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat van Vlodrop en omgeving als gevolg van deze beoogde ontwikkelingen omdat wordt ingezet op voorzieningen die momenteel niet gevestigd zijn in Vlodrop. Met de ontwikkeling is dan ook juist sprake van een positief effect op het woon-, leef- en ondernemersklimaat door in te zetten op de versterking van een bestaande detailhandelslocatie voor de dagelijkse boodschappen.

5. Algemene 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. Hiervoor is de ladder voor duurzame verstedelijking het uitgangspunt. In dit ruimtelijk-economisch onderzoek is de behoefte aan het planinitiatief aan de Angsterweg 16 in Vlodrop onderzocht. Het plan omvat het volgende programma:

- **Uitbreiding Aldi** door middel van nieuwbouw. De huidige winkel heeft een omvang van 625 m² wvo. De nieuwe winkel heeft een omvang van 1.200 m² wvo. Per saldo heeft Aldi behoefte aan een uitbreiding van 575 m² wvo.
- **Uitbreiding Naanhof B.V.** door gebruik te maken van bestaande bedrijfsbebouwing. De huidige winkel is met 640 m² wvo te klein. Met het verplaatsen van Aldi krijgt Naanhof de mogelijkheid om uit te breiden naar circa 1.000 m² wvo.
- **Zelfstandige horeca.** Binnen de bestaande bedrijfsbebouwing wordt ook ruimte gereserveerd voor zelfstandige horeca (maximaal 150 m²). De horecafunctie is ondergeschikt aan de supermarkten.
- **Ambulante handel.** Aanvullend op de zelfstandige horeca wenst initiatiefnemer te beschikken over 3 standplaatsen ten behoeve van ambulante handel op het buitenterrein van de vestigingslocatie. Het gaat hier primair om de verkoop van etenswaren, zoals bijvoorbeeld een poffertjeskraam. Het initiatief omvat maximaal 3 standplaatsen.
- **Aanvullende commerciële functie binnen de bestaande bedrijfsruimte.** Tot slot kan de restruimte die ontstaat door het verplaatsen van Aldi voor een deel gebruikt worden voor een aanvullende commerciële functie (maximaal 300 m² wvo). In het kader van flexibele planvorming is op voorhand niet te zeggen hoe deze circa 300 m² wvo na uitbreiding van de Naanhof met winkelruimte wordt verdeeld. Juridisch-planologisch is per detailhandelsvestiging een winkelvloeroppervlak tot 600 m² binnen de bestaande bedrijfsbebouwing toegestaan op basis van de vigerende bestemmingsregeling.
- **Dynamisch voorraadbeheer / sanering winkelmeters.** Conform het provinciale beleidskader (hoofdstuk 2) moeten ruimtelijke keuzes leiden tot een goede balans in de winkelvoorraad. In samenwerking met de gemeente Roerdalen heeft initiatiefnemer een overeenkomst gesloten dat de detailhandelsmeters aan de Boomstraat 4 in Posterholt, de Irenestraat 18/18a in Posterholt en de Bergerweg 21 in Vlodrop gesaneerd worden ten behoeve van de beoogde ontwikkeling aan de Angsterweg 16 in Vlodrop. In totaal wordt 1.480 m² wvo gesaneerd.

Om tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging te komen is bovenstaande ontwikkeling getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. De resultaten zijn hieronder op hoofdlijnen opgenomen.

5.1. Behoeftte en te verwachten effecten

De relevante regio voor de supermarktfunctie bestaat primair uit de gemeente Roerdalen. De gemeente (20.699 inwoners) heeft voldoende draagvlak voor een harddiscounter. Uit onderzoek blijkt dat de gemeente momenteel distributieplanologische ontwikkelruimte heeft in de dagelijkse goederensector, zij het beperkt. De (beperkte) ontwikkelruimte zou ingevuld kunnen worden met de beoogde uitbreiding van de bestaande aanbieders Aldi en Naanhof. Door invulling te geven aan het principe van dynamisch

voorraad beheer verbeteren de marktomstandigheden per saldo. Ten behoeve van de ontwikkeling wordt 1.480 m² wvo detailhandel gesaneerd, waardoor per saldo geen nieuwe winkelmeters worden toegevoegd. Ook na de beoogde uitbreiding van Aldi en Naanhof bestaat nog enige ontwikkelruimte. De verwachting is dan ook dat dit niet gaat leiden tot onaanvaardbare effecten op het ondernemersklimaat (leegstand) of een duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur gelet op het aantal full-service supermarkten in de gemeente Roerdalen en de bijzondere functie van de (hard)discounter (Aldi) en de Naanhof, ter aanvulling op de full-servicesupermarkten alsmede de bijzondere aantrekkingskracht voor consumenten (onder meer Duiste consument).

Met de ontwikkeling wordt gekozen voor kwaliteit en wordt de bestaande voorzieningenstructuur versterkt. Daarbij wordt met de beoogde ontwikkeling optimaal ingespeeld op de groeiende behoefte aan nieuwe detailhandelsconcepten, waarbij zelfstandige horeca en detailhandel worden gemengd. Juist op locaties met een relatief hoog aandeel kooptoerisme zijn dergelijk concepten succesvol.

De versterking van het winkelaanbod met een complementaire voorziening draagt bij aan het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de gemeente Roerdalen. Beleidsmatig is het van belang dat de bestaande voorzieningen in de gemeente behouden blijven en waar mogelijk versterkt. Het bieden van passende ruimte aan ondernemers om te groeien is tevens positief maar ook noodzakelijk voor het ondernemersklimaat om toekomstbestendig te kunnen blijven functioneren.

Het voornemen past ook bij behoefte van de consument uit de gemeente Roerdalen aan een complete voorzieningenstructuur op aanvaardbare afstand. Daarbij kan het reguliere aanbod in Vlodrop mee profiteren van het (groeiende) kooptoerisme in de regio.

Op basis van het ruimtelijk-economisch onderzoek worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Vlodrop en omgeving (gemeente Roerdalen) als gevolg van de beoogde ontwikkelingen op de vestigingslocatie Angsterweg 16 te Vlodrop.

De uitbreiding van de bestaande supermarktaanbieders Aldi en Naanhof heeft naar verwachting geen substantiële invloed op de regionale detailhandelsstructuur. Het verzorgingsgebied is bekend met de positie van Aldi en Naanhof binnen de regionale supermarktstructuur. Beide supermarkten zijn complementair aan het overige aanbod. Daarbij betreft het relatief kleinschalige uitbreidingen.

Het bieden van ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel wordt gezien als positief voor het ondernemersklimaat, omdat het bedrijven de ruimte biedt om te ontwikkelen en te ondernemen, en daardoor de dagelijkse voorzieningenstructuur kan versterken en tevens ertoe bijdraagt dat de bedrijven behouden blijven ter plaatse en daarmee een duurzame ontwrichting (voor Vlodrop) wordt voorkomen. Ook in het kader van een goed woon- en leefklimaat is het van belang dat bestaande voorzieningen behouden blijven voor de gemeente Roerdalen. Als gevolg van bevolkingskrimp wordt gevreesd voor leegstand en het verdwijnen van voorzieningen.

De voorgestane supermarktontwikkelingen voorzien derhalve in een regionale behoefte vanuit het kwantitatieve maar vooral ook kwalitatieve segment als bedoeld in trede 1 van de ladder voor duurzame verstedelijking.

Naast de beoogde uitbreiding van de supermarktmeters wordt ook ruimte geboden voor aanvullende commerciële functies, om de boodschappentrip van de consument en met name de Duitse kooptoerist te verlengen. Het initiatief bestaat uit één zelfstandig horecaverkooppunt met een maximaal oppervlak van 150 m², maximaal 3 standplaatsen voor ambulante handel alsmede aanvullende detailhandelsvoorziening(en) tot een maximum van 300 m² wvo.

Verwacht wordt dat dergelijke functies aan de Angsterweg 16 geen significant negatieve effecten hebben op het overige horeca-aanbod, de weekmarkt en het reguliere detailhandelsaanbod in Vlodrop en omgeving. Benadrukt wordt dat de functies aanvullend zijn, en voor wat betreft de horeca-functies ondergeschikt zijn, aan de supermarkt(en) en aanvullende detailhandel en geen ruimere openingstijden zullen hebben.

Deze aanvullende commerciële ontwikkelingen worden bovendien niet aangemerkt als ‘nieuwe stedelijke ontwikkelingen’ die getoetst moet worden aan de ‘ladder voor duurzame verstedelijking’ vanwege de aard en omvang van de voorgestane ontwikkelingen en het gegeven dat er geen nieuw ruimtebeslag plaatsvindt. De voorzieningen worden gehuisvest in de bestaande bedrijfsbebouwing en zijn voor wat betreft de aanvullende detailhandelsvoorziening ‘juridisch-planologisch’ toelaatbaar binnen het bestaande bouwvlak en functieaanduiding ‘specifieke vorm van bedrijf – angsterweg 16’ tot een maximum van 600 m² per detailhandelsvestiging.

Ten slotte sluiten de beoogde ontwikkelingen aan bij de beleidsuitgangspunten van de provincie Limburg en gemeente Roerdalen.

5.2. Locatieafweging

Het provinciale en gemeentelijke beleid is gericht op versterking van de bestaande winkelgebieden. De beoogde nieuwe stedelijk ontwikkelingen kunnen worden gefaciliteerd op de huidige locatie en voldoen hiermee aan de voorkeursvolgorde van de ladder voor duurzame verstedelijking door bestaande winkelgebieden te transformeren en te optimaliseren binnen bestaand stedelijk gebied.

De locatie biedt voldoende ruimte voor de winkelvoorzieningen, maar ook voor het bijbehorende parkeren. De locatie is bovendien goed bereikbaar vanuit meerdere kernen in de gemeente. De ontwikkeling voldoet daarmee aan de uitgangspunten voor zorgvuldig ruimtegebruik.

5.3. Eindconclusie

Geconcludeerd wordt dat met het beoogde totaalontwikkeling op de vestigingslocatie Angsterweg 16 te Vlodrop sprake is van zorgvuldig ruimtegebruik en een goede ruimtelijke ordening in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking en er geen sprake is van een “duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau” (d.w.z. een ‘duurzame ontwrichting’ in detailhandel dat voorziet in eerste levensbehoeften).

Bijlage 1 Klanttherkomstonderzoek Aldi Vlodrop

1

Telling aantal auto's Aldi parkeerterrein Vlodrop 10-12-13 april 2014

	Do.11.00	Do.15.00	Za.11.00	Za.15.00	Zo.11.00	Zo.15.00	Subtotaal
Ned.	18	10	25	25	8	16	102
Duits.	11	10	10	7	23	26	87
Overige	--	--	--	--	--	--	--
Subtotaal	29	20	35	32	31	42	Totaal 189