

Bunde, ontwikkelingsmogelijkheden dagelijks artikelenaanbod (actualisatie 2016)

Gemeente Meerssen



Bunde, ontwikkelingsmogelijkheden dagelijks artikelenaanbod (actualisatie 2016)

Gemeente Meerssen

Rapportnummer:	203X01206.083150_4
Datum:	30 mei 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer G. Cuijpers
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer, Aiko Mein
Trefwoorden:	Centrumplan, supermarkten, nieuwvestiging, uitbreiding, effecten
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 9
Beknopte inhoud:	Geactualiseerde studie naar de marktruimte en economische effecten van verruiming van het supermarktaanbod in de kern Bunde (gemeente Meerssen).

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. CONCLUSIES	5
3. AANBOD EN VRAAG DAGELIJKSE ARTIKELENSECTOR	7
3.1 Aanbodanalyse	7
3.1.1 Gemeente Meerssen	7
3.1.2 Kern Bunde	9
3.2 Vraaganalyse	10
3.3 Koopstromen	11
4. TRENDS EN PLANNEN	13
4.1 Trends en ontwikkelingen	13
4.2 Plannen	14
5. FUNCTIONEREN EN DISTRIBUTIEVE RUIMTE	15
5.1 Functioneren detailhandel Bunde	15
5.2 Distributieve ruimte Bunde tot 2025	16
5.3 Effecten op overige gemeente Meerssen	17
5.4 Ruimtelijke overwegingen	20
5.5 Versterking van de structuur	21
BIJLAGEN	
Bijlage 1. Vloerproductiviteit dagelijkse artikelen Oost Nederland	1
Bijlage 2: Kernen met 5.000-7.500 inwoners in de provincies Limburg en Noord-Brabant met twee full-servicesupermarkten	2

1. INLEIDING

Aanleiding en vraagstelling

In de kern Bunde wordt door het Centrumplan een volledige concentratie van winkels in het hart van de kern bereikt. Inmiddels is Albert Heijn verplaatst van de Vliegenstraat naar de Sint Rochusstraat (voormalige locatie van Super de Boer). Deze nieuwe winkel 1.048 m² wvo (winkelvloeroppervlak). Tevens is er een Gall&Gall slijterij van 35 m³ wvo in het pand gevestigd¹.

In lijn met het gemeentelijk concept van twee complementaire supermarkten heeft Jan Linders interesse getoond om zich met een nieuwe supermarkt van ca. 950 m² wvo (1.250 m² bvo) te vestigen aan het Sint Agnesplein. De supermarkt wordt voor auto's ontsloten vanaf de Pletsstraat, met circa 85 parkeerplaatsen alsmede een overdekte laad- en losplaats. Beide genoemde ontwikkelingen zijn er mede op gericht om de consumentenverzorging en de leefbaarheid in Bunde naar de toekomst toe te waarborgen.

BRO heeft in 2006 een Detailhandelsvisie gemaakt voor de gemeente Meerssen en later nog diverse andere onderzoeken verricht voor Bunde, de laatste in maart 2015. Omdat de verplaatsing van Albert Heijn toen nog niet gerealiseerd was, en de gebruikte kengetallen inmiddels verouderd zijn, is dit rapport geactualiseerd. De directe aanleiding vormt daarbij de voor de vestiging van de tweede supermarkt benodigde bestemmingsplanwijziging.

De vraagstelling voor het onderzoek is evenals in 2015:

- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van dagelijkse artikelen in de gemeente Meerssen momenteel opgebouwd?
- Wat zijn de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector in de kern Bunde?
- Wat zijn de effecten van een uitbreiding van het supermarktaanbod aldaar op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in de gemeente Meerssen en omgeving?

De dagelijkse artikelen sector omvat supermarkten, levensmiddelen speciaalzaken en winkels op het gebied van persoonlijke verzorging, zoals drogisterijen, parfumerieën en apotheken. Alle overige winkels behoren tot de sector niet-dagelijkse artikelen.

¹ De genoemde maten zijn gebaseerd op de bouwtekening. In de Locatusbestanden is een hoger metrage voor de supermarkt opgenomen, namelijk 1.225 m² wvo en een iets kleiner metrage voor de slijterij (25 m² wvo). Gezien de locatie en omvang voor de overige gebruiksruimten in het pand geeft de bouwtekening naar de mening van BRO de meest plausibele winkelruimte.

Opzet rapportage

In dit rapport worden de resultaten van het geactualiseerde onderzoek gepresenteerd. Allereerst worden in hoofdstuk 2 de conclusies geschetst. Hoofdstuk 3 beschrijft de aanbod- en vraagstructuur. In hoofdstuk 4 zijn de relevante plannen, trends en ontwikkelingen beschreven.

Hoofdstuk 5 beschrijft de marktruimte voor dagelijks aanbod in Bunde, ook in relatie tot het landelijk en Europees beleid. Tevens wordt hierbij de Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast.

2. CONCLUSIES

De dagelijkse sector in Bunde heeft een structuurimpuls

De gemeente Meerssen beschikt over 27 verkooppunten in de dagelijkse sector, met een gezamenlijke winkelruimte van 5.909 m² wvo. Het aanbod is daarmee relatief beperkt. Ook in de kern Bunde (7 winkels, 1.381 m² wvo) is sprake van een relatief geringe omvang van het dagelijkse artikelenaanbod.

Distributieve uitbreidingsmogelijkheden aanwezig

De beoogde uitbreiding van het supermarktaanbod omvat in Bunde netto + 950 m² wvo. Dit betekent enige overschrijding van de theoretisch beschikbare marktruimte van 600 m² wvo). De vloerproductiviteit (omzet per m² wvo) komt hiermee in 2025 ca. 15% beneden het landelijke gemiddelde te liggen. De lokale en regionale verzorgingsstructuur komt door deze (beperkte) overschrijding echter niet in gevaar. Bovendien anticiperen beide nieuwe supermarkten ook qua omvang reeds op de aanhoudende schaalvergroting in de sector, ook in de toekomst.

Positieve effecten op de bestaande detailhandelsstructuur

De kwaliteit van de aanbodstructuur en de lokale consumentenverzorging worden na de verplaatsing en vergroting van Albert Heijn verder versterkt door de komst van Jan Linders in het centrum van Bunde. In de ruimtelijke ordening wordt op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontvruchting van de voorzieningenstructuur. Het gaat hierbij om de effecten op de structuur, dus het geheel van de winkelveorzieningen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is ruimtelijk niet relevant. Pas als het verdwijnen van een of meerdere winkels als gevolg van een initiatief een 'onevenredige' aantasting van de distributieve voorzieningen tot gevolg heeft, is er sprake van duurzame ontvruchting.

Essentieel is dat de consument ook in de toekomst beschikt over voldoende keuzemogelijkheden op 'aanvaardbare' afstand van de eigen woning (conform de Europese Dienstenrichtlijn). Dat is hier het geval. In Bunde wordt een nieuw marktsegment (prijsvriendelijk) toegevoegd. Doordat Jan Linders een groter accent legt op lage prijzen kan er van een complementair aanbod worden gesproken.

De vestiging van Jan Linders zal leiden tot een relatief ruim aanbod van supermarkten in Bunde en de gemeente Meerssen als geheel. Twee service-supermarkten in een plaats als Bunde is echter niet uitzonderlijk. Wel leidt dit tot enige omzetsdruk op het bestaande aanbod, inclusief de supermarkten zelf. De berekende omzet per m² wvo komt echter niet dusdanig laag uit dat de lokale verzorgingsstructuur onder druk te staan. Door de initiatieven zullen wel ook de koopstromen binnen Bunde en de gemeente als geheel veranderen, waardoor individuele zaken omzeteffecten kunnen ondervinden.

Kleinschalige supermarkten en versspeciaalzaken op minder goede locaties hebben het de afgelopen jaren door de voortgaande schaalvergroting, kostenstijgingen en zuinige consumenten moeilijker gekregen. De realisatie van moderne supermarkten kan dit proces versnellen, maar is nooit de enige oorzaak.

Toenemende dominantie supermarkten binnen de dagelijkse sector

Het marktaandeel van de supermarkten binnen de totale dagelijkse sector groeit landelijk nog steeds, in zowel bestedingen als vloeroppervlak. Momenteel bedraagt dit aandeel in vloeroppervlak landelijk 69%, met een toename van 2 procentpunt alleen al in de afgelopen 5 jaar. Het plan voor centrum Bunde sluit aan op deze trend.

Economische impuls voor het centrum

Vitale dorpscentra als Bunde bestaan bij voorkeur uit minimaal twee complementaire supermarkten. Zij zijn op dit verzorgingsniveau de grote publiekstrekkeners en essentieel voor de dagelijkse verzorging van de lokale inwoners. Moderne supermarkten verlengen de gemiddelde verblijfsduur van bezoekers, wat leidt tot hogere bestedingen en (indirect) meer werkgelegenheid. Vestiging van Albert Heijn en Jan Linders in het centrum passen goed binnen dit uitgangspunt.

Behalve dagelijkse- en niet-dagelijkse winkels profiteren ook andere functies nadrukkelijk van hun wervingskracht, zoals dienstverlening, horeca, leisure, etc., maar ook maatschappelijke functies. Het Centrumplan Bunde leunt in hoge mate op nieuw supermarkt-aanbod.

3. AANBOD EN VRAAG DAGELIJKSE ARTIKELENSECTOR

3.1 Aanbodanalyse

3.1.1 Gemeente Meerssen

De gemeente Meerssen bestaat uit vier kernen: Meerssen (incl. Rothem), Bunde, Geulle en Ulestraten. De belangrijkste aankoopplaats binnen de detailhandelsstructuur van de gemeente zijn de dorpen Meerssen/Rothem en Bunde. In de overige twee kernen is het aanbod beperkt. De gemeente heeft in totaal 27 dagelijkse winkels, met in totaal 5.909 m² wvo.

Tabel 3.1 Winkelaanbod gemeente Meerssen

	Levensmiddelen		Persoonlijke verzorging		Totaal	
	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo
Meerssen (inclusief Rothem)	13	3.783	3	365	16	4.148
Bunde	6	1.341	1	40	6	1.381
Geulle	2	80	1	60	3	140
Ulestraten	1	240	0	0	1	240
Totaal	22	5.444	5	465	27	5.909

Bron: Locatus Verkenner, peildatum maart 2016

De gemeente Meerssen heeft ca. 19.030 inwoners. Per 1.000 inwoners is er in de gemeente 310 m² wvo aan dagelijkse artikelenaanbod aanwezig. Dat is aanzienlijk lager dan het landelijke gemiddelde van 367 m² wvo. Omdat de gemeente bestaat uit meerdere kleinere kernen komt het gewogen landelijke gemiddelde iets lager uit, namelijk op ca. 359 m² wvo per 1.000 inwoners. Ook dat is nog altijd meer dan er in de gemeente Meerssen aanwezig is.

Supermarktaanbod

Binnen de dagelijkse artikelensectoren vormen supermarkten de belangrijkste elementen. Het dagelijkse aanbod in de gemeente Meerssen wordt voor 76% (ca. 4.520 m² wvo) ingenomen door 5 supermarkten. Deze supermarkten zijn aanwezig in de kernen Meerssen/Rothem, Bunde en Ulestraten. In Geulle is geen supermarkt aanwezig.

De consument heeft in de gemeente Meerssen de beschikking over diverse supermarktformules. De Lidl-supermarkt in Meerssen is een discounter. Daarnaast kent de gemeente een full-service supermarkt (AH in Bunde) en drie supermarkten in het middensegment, 2 Jumbo-supermarkten in Meerssen/Rothem en de SPAR (buurtsuper) in Ulestraten.

Navolgend overzichten geven een indruk van de onderlinge positionering van de supermarkten. Hierbij geeft de figuur 3.1 een positionering in de ogen van de consument. De 'voordeligste' supermarkten zijn *volgens de consument* Nettorama en Lidl, die tevens een 'gemiddelde' servicegraad bieden. Albert Heijn XL heeft de hoogste servicegraad. Consumenten beoordelen Albert Heijn en Jumbo ongeveer identiek: een relatief hoge servicegraad en een 'gemiddeld' prijsniveau. Jan Linders vindt men iets goedkoper dan deze zaken, maar het serviceniveau wordt als iets minder beoordeeld. Ook in de verdeling van EFMI/CBL wordt Jan Linders tot de 'value for money-supermarkten' gerekend.

Tabel 3.2 Supermarktpositionering naar service en prijs (Bron: EFMI, CBL, ConsumentenTrends 2013)

Formuletype	Omschrijving	Formules
FULLSERVICE	Veel service met een bovengemiddelde prijsstelling	Albert Heijn en Plus
BUURTSUPER	Redelijke service, in de buurt, met een hoge prijsstelling	Coop en Spar
VALUE-FOR-MONEY	Gemiddelde service met een gemiddelde prijsstelling	C1000, Dekamarkt, EMTÉ, Jan Linders, MCD, Poiesz en Vomar Voordeelmarkt
SERVICE DISCOUNT*	Bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Deen, Hoogvliet, Jumbo en Supercoop
MERKEN DISCOUNT*	Gemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Bas van der Heijden, Boni, Digros, Dirk van den Broek en Nettorama
HARD DISCOUNT	Weinig service met een zeer scherpe prijsstelling	Aldi en Lidl

*Tezamen vormen service discount en merken discount het quality discount segment

Figuur 3.1 Supermarktpositionering naar service en prijs



Bron: GfK Zomerrapport 2014

De gemiddelde omvang van een supermarkt in de gemeente Meerssen is 903 m² wvo. De omvang ligt hiermee iets onder het landelijke gemiddelde (925 m² wvo). De grootste supermarkt bevindt zich in Rothem, met een omvang van 1.510 m² wvo. Het merendeel van de supermarkten in de gemeente Meerssen is volgens de huidige maatstaven tamelijk kleinschalig. In de kernen Meerssen en Bunde maken de supermarkten onderdeel uit van het winkelcentrum. In de kernen Rothem en Ulestraten is dit niet het geval.

Tabel 3.3 Gemeente Meerssen Supermarktaanbod

Kern	Winkelgebied	Formule	m ² wvo
Meerssen (inclusief Rothem)	Centrum	Lidl	715
	Centrum	Jumbo	1.004
	Verspreid - Rothem	Jumbo	1.510
Bunde	Centrum – Bunde	Albert Heijn	1.048
Ulestraten	Verspreid – Ulestraten	Spar	240

Bron: Locatus Verkenner

Leegstand

In totaal staan er in de gemeente Meerssen 20 panden leeg, met een totale omvang van 1.999 m² wvo. Het gaat hier om relatief kleine panden. De hoeveelheid leegstand ligt in Meerssen ongeveer op het niveau van de referentiecentra. Het leegstandspercentage bedraagt 9,3% van het aantal verkooppunten en 7,0% van het winkelvloeroppervlak (in vergelijking met 7,4% verkooppunten en 8,0% m² wvo).

3.1.2 Kern Bunde

De kern Bunde telt ongeveer 5.800 inwoners. Er zijn 7 dagelijkse artikelenwinkels aanwezig met samen aanwezig met samen 1.381 m² wvo. Het aanbod dagelijkse artikelen bedraagt 238 m² wvo per 1.000 inwoners en ligt daarmee ruim beneden het gemiddelde aanbod dagelijkse artikelen in referentiekernen (ca. 390 m² wvo per 1.000 inwoners). Dit is slechts ten dele te verklaren door de nabijheid van de concurrentie in Meerssen, Rothem, Maastricht en Beek.

Tabel 3.4 Winkelaanbod Bunde vergeleken

	Kern Bunde (Inwoners 5.800 ²)			Plaatsen met 5.000-7.500 Inwoners		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo	Aantal	m ² wvo	gem. wvo
			per winkel			per winkel
Levensmiddelen	6	1.341	223	10	2.534	253
Persoonlijke verzorging	1	40	40	2	395	197
Dagelijkse artikelen	7	1.381	197	12	2.929	244

Bron: Locatus Verkenner

² Aantal inwoners: Bron CBS Statline

Door de verplaatsing/vergroting van de Albert Heijn en de komst van slijterij Gall en Gall is het aanbod recentelijk aanzienlijk groter geworden. In 2015 waren 6 winkels met samen 768 m² wvo. Het aanbod bedroeg toen slechts 131 m² wvo per 1.000 inwoners.

Naast de genoemde winkels bestaat het aanbod uit een bakker, slager, groente- en fruitwinkel en een tamelijk grote tabak/lectuurzaak (125 m² wvo)

Vrijwel alle dagelijkse artikelenwinkels in Bunde zijn gevestigd in het centrum. Aan het Sint Agnesplein liggen vier dagelijkse speciaalzaken (bakker, slager groente/fruit, tabak/lectuur) en daarnaast een bloemenzaak en twee horecagelegenheden. De Albert Heijn en de slijterij bevinden zich op korte afstand van dit plein aan de St. Rochusstraat. De apotheek is gevestigd aan de Spoorstraat.

In Bunde staan vijf winkelpanden leeg, met een gezamenlijk oppervlak van 743 m² wvo. Dit is inclusief het pand aan de Vliegenstraat dat Albert Heijn is verlaten. In het centrum staan aan het St. Agnesplein twee panden leeg (resp. 50 en 100 m² wvo). De overige lege panden bevinden zich aan de Vliegenstraat. Gezien de locatie binnen de kern ligt ene herinvulling met detailhandel van deze laatstgenoemde panden niet meer voor de hand.

3.2 Vraaganalyse

Bevolking en ontwikkeling

De gemeente Meerssen heeft 19.015 inwoners³, als volgt verdeeld over de vier kernen.

Tabel 3.5 Inwoneraantal Gemeente Meerssen naar kern

	Inwoneraantal
Meerssen, incl. Rothem	7.495
Bunde ⁴	5.795
Geulle ⁵	2.940
Ulestraten	2.785
Totaal	19.015

In de periode tot en met 2025 wordt een bevolkingsafname verwacht binnen de gemeente Meerssen. Deze afname past in het beeld van Zuid-Limburg als krimpregio in Nederland.

³ CBS Statline Kerncijfers wijken en buurten, update 30 maart 2016

⁴ Incl. Kasen

⁵ Incl. Hussenberg/Snijdersberg, Hulsen-Oostbroek, Moortveld en Brommelen-Westbroek,

Tabel 3.6 Bevolkingsontwikkeling Gemeente Meerssen⁶

Gemeente	2020	2025
Meerssen	18.388	17.780

Voor de verschillende kernen bevolkingsprognoses zijn prognoses beschikbaar (Provincie Limburg, Progneff 2014, gebaseerd op CBS en Etil). Verwacht wordt dat de krimp tot 2025 in Bunde ca. 385 inwoners zal omvatten en in Geulle ca. 195 inwoners. Beide plaatsen hebben momenteel 8.735 inwoners, en dat zijn er in 2025 ca. 8.155. Daarna zal het inwonertal nog iets verder afnemen.

Bestedingen

Landelijk bedraagt de gemiddelde besteedbare inkomen € 15.100,-⁷. De bestedingen per hoofd van de bevolking per jaar, voor de dagelijkse artikelen bedraagt € 2.594,- (excl. BTW). Deze cijfers worden gewoonlijk naar de lokale situatie gecorrigeerd indien het inkomensniveau in de gemeente meer dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde van € 15.100,-. Het gemiddelde besteedbaar inkomen in gemeente Meerssen bedraagt € 16.300,- en ligt hiermee ongeveer 7,9% boven het landelijk gemiddeld. De bestedingen voor de dagelijkse sector bedragen hierdoor € 2.646,- per persoon.

3.3 Koopstromen

In de koopstromen maken we onderscheid in koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. De mate waarin de lokale consument zijn of haar bestedingen doet in het winkelaanbod van de eigen gemeente c.q. kern of centrum wordt koopkrachtbinding genoemd. Naast de koopkrachtbinding bestaat een deel van de omzet uit bestedingen van consumenten die niet afkomstig zijn uit het primaire marktgebied. Dat deel wordt koopkrachttoevloeiing genoemd.

Gemeente Meerssen

In 2005 is er in de gemeente Meerssen een koopstromenonderzoek uitgevoerd. Hieruit blijkt dat toen ca. 79% van de bestedingen door inwoners van de gemeente Meerssen aan dagelijkse artikelen in de gemeente terecht komen. Sindsdien is de Super de Boer in Bunde verdwenen, maar is het aanbod in de gemeente ook versterkt door van Lidl naar de kern Meerssen en de verplaatsing/uitbreiding van de AH in Bunde (naar het voormalige Super de Boerpand). Een koopkrachtbinding in de huidige situatie van ca. 80-85% is daarmee naar de mening van BRO een reële aanname.

Met name de supermarkt in Rothem trekt door haar omvang en ligging een aanzienlijk deel van de omzet van buiten de gemeente Meerssen. Verwacht mag bovendien worden dat ook discounter Lidl relatief veel omzet van buiten de gemeente trekt.

⁶ NEIMED 2015

⁷ Inkomensgegevens CBS, 2015

Op basis van de bekende cijfers en inschattingen voor het overige aanbod acht BRO het waarschijnlijk dat jaarlijks ca. € 5 à 6 mln. omzet van buiten de gemeente getrokken wordt. Hier wordt uitgegaan van € 5,5 mln. op jaarbasis.

Bunde

Uit het genoemde onderzoek kwam naar voren kwam dat het dagelijkse artikelen aanbod in Bunde (toen met nog twee supermarkten: Super de Boer en C1000) vanuit de eigen kern 69% van de koopkracht aan dagelijkse artikelen aan zich wist te binden. Destijds ging 15% van de lokale bestedingen naar Rothem en slechts 3% ging naar Meerssen-kern. Ook voor de inwoners uit Geulle was Bunde de populairste aankoopplaats voor dagelijkse artikelen: 37% van hun bestedingen kwam hier terecht. Elsloo en Makado Beek trokken beide 23% van de dagelijkse bestedingen vanuit Geulle.

Gewogen naar het huidige inwonertal bedroeg de gemiddelde koopkrachtbinding op Bunde vanuit de plaats zelf en het gemeentelijke grondgebied noordelijk van deze plaats destijds gemiddeld 58%. We veronderstellen daarbij dat de binding vanuit Geulle van toepassing is op de gehele 'noordflank'.

De koopkrachttoevloeiing vanuit de overige gemeente (buiten de 'noordflank') op de kern Bunde bedroeg in 2006 in de dagelijkse sector circa 8%. De toevloeiing van buiten de gemeente is destijds niet gemeten.

Omdat sinds 2005 veel veranderd is in het aanbod, moeten voor de huidige en toekomstige situatie nieuwe inschattingen gemaakt worden voor de koopstroomcijfers. In hoofdstuk 5 wordt hier bij het berekenen van het functioneren nader op ingegaan.

4. TRENDS EN PLANNEN

4.1 Trends en ontwikkelingen

De consument is veranderlijk. De eisen en het koopgedrag van vandaag zijn al heel anders dan ongeveer tien jaar geleden. Ook de komende jaren zal de consument zich anders gedragen dan vandaag en dit onder invloed van talloze ontwikkelingen: vergrijzing, eenpersoonshuishoudens, internet, etc. Het winkellandschap krijgt te maken met een ander soort klant die actiever en creatiever moet worden benaderd.

Schaalvergroting

De trend tot schaalvergroting zet zich door in vrijwel alle winkelbranches. Voor een rendabele bedrijfsvoering is een steeds groter winkelvloeroppervlak nodig. Dat geldt zeker voor de supermarktwereld. Supermarkten worden steeds grootschaliger, ook in kleinere plaatsen. Ook bij discountformules doet deze schaalvergroting zich voor. Moderne vestigingen van Aldi of Lidl omvatten minimaal 1.000 m² vvo. Lidl ontwikkelt zich overigens steeds meer als een discounter met meer service-elementen.

Consument wordt mobieler

Door de toenemende mobiliteit kiest de consument er steeds makkelijker voor om buiten de eigen wijk c.q. kern inkopen te doen en te winkelen. De dagelijkse boodschappen doet men echter bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Er dus in principe altijd voldoende perspectief voor dagelijkse aanbod in kernen van voldoende omvang. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc.

Parkeren & bereikbaarheid steeds belangrijker

Het aantal auto's en het autogebruik groeien nog steeds. Het belang van een goede bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden voor winkels en zeker voor supermarkten neemt toe. De consument parkeert de auto liefst 'in' de winkel. Niet voor niets wordt vaak gezegd 'no parking, no business'.

Populariteit webwinkelen stijgt, komt Pick Up Points

De online consumentenbestedingen nemen nog steeds toe. Kleding, reizen en consumentenelektronica voeren daarbij de boventoon. Dagelijkse artikelen worden nog nauwelijks via internet aangeschaft, al kan de komst van Pick Up Points (o.a. van Albert Heijn en Jumbo) daar op termijn wel verandering in brengen.

4.2 Plannen

Voor de dagelijkse sector zijn vooral de plannen in de overige gemeente en de directe omgeving van belang. De volgende plannen voor bestaande en nieuwe detailhandel zijn in dit kader relevant:

- Supermarkt Lidl in de kern Meerssen wil uitbreiden met ca. 350 m² wvo.
- Maastricht-Noord: Ontwikkeling nieuw wijkcentrum in wijk Nazareth, met op termijn wellicht zelfs twee supermarkten.
- Gemeente Beek, Geleen: Uitbreiding Makado Beek met 7.500 m² bvo, 500 extra parkeerplaatsen. Albert Heijn gaat verplaatsen binnen het centrum (en ook kleiner worden).
- Centrumplan Stein: nieuwbouw centrum (na een grote brand gevestigd in een tijdelijk winkelcentrum), met o.a. moderne vestigingen van Jumbo en Aldi.

5. FUNCTIONEREN EN DISTRIBUTIEVE RUIMTE

5.1 Functioneren detailhandel Bunde

Uitgangspunten koopstromen

- In 2006 lag de koopkrachtbinding vanuit Bunde en het gemeentelijke grondgebied noordelijk daarvan (het primaire verzorgingsgebied, zie par. 3.4) op het dagelijkse artikelenaanbod in de kern Bunde op ca. 58%. De binding op Bunde zal echter aanzienlijk zijn gedaald als gevolg van onder meer de sluiting van Super de Boer en de komst van Lidl in Meerssen. We ramen de huidige binding op het aanbod in Bunde, na de verplaatsing en vergroting van de Albert Heijn op circa 40%.
- Er zal vanuit Bunde vooral sprake zijn van afvloeiing naar Rothem, Meerssen-Centrum, Makado Beek en Maastricht.
- De koopkrachttoevloeiing van buiten het primaire verzorgingsgebied (dus vanuit de overige gemeente Meerssen en de regio) naar het aanbod in Bunde bedroeg in 2006 volgens onze inschatting totaal ca. 15 à 20%. Deze toevloeiing zal als gevolg van de sluiting van Super de Boer en andere ontwikkelingen in de gemeente (o.a. komst Lidl) ten opzichte van 2006 zijn gedaald. BRO schat deze in de huidige situatie in op maximaal 12%.

Tabel 5.1: Functioneren dagelijkse artikelensector in Bunde 2015

	2015
Inwonertal primair verzorgingsgebied Bunde	8.735
Besteding per hoofd (€)	2.646
Bestedingspotentieel (€ mln.)	23,1
Koopkrachtbinding	40%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	9,2
Koopkrachttoevloeiing	12%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	1,3
Totale bestedingen (€ mln.)	10,5
Huidig m² wvo	1.381
Omzet per m² wvo (€)	7.600

Voor het dagelijkse artikelenaanbod in de kern Bunde theoretisch sprake van een omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) die ongeveer op het landelijke gemiddelde van ca. € 7.659,- per m² wvo ligt.

5.2 Distributieve ruimte Bunde tot 2025

Hierna worden de mogelijkheden voor uitbreiding van het dagelijkse winkelaanbod in Bunde benaderd. Daarbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Het inwonertal in de gemeente Meerssen daalt. Dit geldt ook voor Bunde en haar primaire verzorgingsgebied. Het inwonertal neemt hier af van 8.735 naar 8.155 inwoners in 2025
- De bestedingen en normatieve vloerproductiviteit zijn op het huidige niveau gehouden. In dit verband merken we op dat het de verwachting is dat het nu nog heel lage percentage e-commerce-bestedingen in de dagelijkse artikelsector de komende jaren naar verwachting nog zal gaan stijgen, maar dat dit gecompenseerd wordt door verwachte geleidelijke verdere stijging in absolute zin van de bestedingen aan dagelijkse artikelen. De afgelopen jaren is er ondanks de economische crisis ook steeds sprake geweest van een gemiddelde jaarlijkse stijging van ca. 1,5-2%.
- De twee supermarktformules in Bunde zitten deels in hetzelfde marktsegment, maar Jan Linders wordt door consumenten als iets goedkoper beoordeeld. Een forse verruiming van de koopkrachtbinding zoals bij toevoeging van een discountformule (waar in het verleden sprake van was) is dus niet aan de orde. We ramen de haalbare koopkrachtbinding op ca. 60%, iets meer derhalve dan de (gewogen) binding in 2005 voor het primaire marktgebied (58%). Daarmee houden we nadrukkelijk rekening met het sterke omliggende supermarktaanbod, ook in het discountsegment. De toevloeiing zal in verhouding wat meer toenemen, doordat het hier twee moderne, goed bereikbare supermarkten betreft, met deels hun eigen doelgroepen (uitgangspunt 15%).

In onderstaande raming van de marktruimte is uitgegaan van het beoogde toekomstige supermarktaanbod, zoals vermeld in hoofdstuk 1 en het overige aanbod aan dagelijkse artikelenwinkels in Bunde conform de huidige situatie.

Tabel 5.2: Distributieve ruimte dagelijkse artikelensector in Bunde 2025

	Bunde
Inwonertal primair verzorgingsgebied Bunde	8.155
Besteding per hoofd (€)	2.646
Bestedingspotentieel (€(mln.))	21,6
Koopkrachtbinding	60%
Gebonden bestedingen (€(mln.))	12,9
Koopkrachttoevoeiing	15%
Omzet door toevoeiing (€ mln.)	2,3
Totale besteding (€ mln.)	15,2
Landelijk gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	7.659
Haalbaar m ² wvo	1.985
Huidig m ² wvo	1.381
Distributieve ruimte (m² wvo)	600
M ² wvo na uitbreiding met Jan Linders	2.331
Vloerproductiviteit (omzet per m ² wvo) na uitbreiding (€)	6.520

De in Bunde de beoogde uitbreiding van het aanbod netto bedraagt ca. 950 m² wvo. Dit betekent een overschrijding van de beschikbare marktruimte. De verwachte gemiddelde vloerproductiviteit komt hiermee ca. 15% beneden het landelijke gemiddelde en de huidige situatie te liggen.

Plannen zijn distributieplanologisch te onderbouwen

Hoewel er sprake is van een overschrijding van de distributieve ruimte, is deze niet dusdanig groot dat de lokale of regionale verzorgingsstructuur hierdoor in gevaar komt. Door de afwijkende kostenstructuur kunnen winkels in kleinere kernen met een relatief lage omzet per m² vaak toch rendabel functioneren. Met name de huisvestingslasten zijn veelal lager dan in stedelijke situaties. Dit blijkt onder meer ook uit de resultaten van het Koopstromenonderzoek Overijssel 2015 (zie bijlage 1). Slechts 5 van de 14 kernen met 5.000-10.000 inwoners scoren boven de € 7.000,-, en in verschillende kernen ligt de vloerproductiviteit zelfs lager dan € 6.000,-.

5.3 Effecten op overige gemeente Meerssen

Om de effecten van de voorgenomen ontwikkeling in Bunde op het overige dagelijkse artikelaanbod in de gemeente Meerssen in te kunnen schatten, dienen eerst berekeningen voor de gehele gemeente gemaakt te worden.

Huidig functioneren

Voor de benadering van het economische functioneren zijn de uitgangspunten uit voorgaande hoofdstukken gehanteerd.

Tabel 5.3: Huidig functioneren dagelijkse artikelensector in Gemeente Meerssen

	2015
Aantal inwoners	19.030
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.646
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	50,3
Koopkrachtbinding	80-85%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	40,2-42,8
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	5,5
Totale omzet (€ mln.)	45,7-48,3
Totaal m² wvo	5.909
Omzet per m² wvo (€, afgerond)	7.750-8.175
Gemiddelde vloerproductiviteit landelijk (per m² wvo)	7.659
Omzet Bunde 2016 (€ mln.)	10,5
Omzet Overig gemeente Meerssen (€ mln.)	35,2-37,8
Aanwezig aanbod (m² wvo)	4.528
Gemiddelde omzet per m² wvo (€)	7.775-8.350

Het dagelijks aanbod in zowel de gemeente Meerssen in totaliteit als in de gemeente exclusief Bunde/Geulle, functioneert op dit moment theoretisch boven het landelijke gemiddelde. Daarmee kan gesteld worden dat het aanbod goed functioneert, want zoals gezegd ligt de omzet per m² wvo in kleinere kernen zoals in de gemeente Meerssen overwegend onder het landelijke gemiddelde.

Toekomstig functioneren

Naar de toekomst toe zal het aantal inwoners van de gemeente volgens de prognoses afnemen tot ca. 17.780 in 2025. Ook zal het aanbod mogelijk versterkt worden door de vestiging Jan Linders in Bunde. Die versterking, eventueel in combinatie met een vergroting van Lidl, betekent dat er iets meer koopkracht in de gemeente gebonden kan worden door het eigen aanbod. We gaan hierbij uit van een verhoging tot ca. 85-90%. Bovendien zal er mogelijk iets meer koopkracht van buiten de gemeente getrokken kunnen worden (aannee: een verhoging van ca. € 5,5 mln. naar ca. € 6,0 mln. Deze uitgangspunten zijn verwerkt in de navolgende berekening. De overige uitgangspunten (bestedingen, vergelijkbare omzet per m² wvo) zijn, zoals gebruikelijk is in distributie-planologisch onderzoek, gelijk gehouden aan het huidige niveau.

Tabel 5.4: Toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector in Gemeente Meerssen

	2025
Aantal inwoners	17.780
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.646
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	47,1
Koopkrachtbinding	85-90%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	40,0-42,4
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	6,0
Totale omzet (€ mln.)	46,0-48,4
Omzet Bunde na uitbreiding aanbod (€ mln.)	15,2
Omzet overig aanbod Gem. Meerssen (€ mln.)	30,8-33,2
Aanwezig aanbod (m² wvo)	4.528
Gemiddelde vloerproductiviteit(€ per m² wvo)	6.800-7.300

Uit de berekening komt naar voren dat bij vestiging van Jan Linders in Bunde de gemiddelde omzet per m² wvo ook bij het overige in de gemeente aanwezige dagelijkse artikelaanbod lager uitkomt dan het landelijke gemiddelde van € 7.659,- (-4 tot -11%). Bij een eventuele uitbreiding van de Lidl in Meerssen-kern met ca. 350 m² wvo komt de vloerproductiviteit buiten Bunde uit op ca. € 6.300 à € 6.800 (= -18% à -11%), dus ongeveer op hetzelfde niveau als in Bunde.

Goede ruimtelijke ordening boven kwantiteit

De bovenstaande berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames. De uitkomsten van de berekening mag daarom niet als normatief gezien worden, maar als **indicatief**. In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de **kwalitatieve aspecten** bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

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

5.4 Ruimtelijke overwegingen

Het gaat om de kwaliteit van de aanbodstructuur

De Europese Dienstenrichtlijn (EDR) stelt dat de overheid zich niet mag mengen in concurrentieverhoudingen. De belangrijkste consequentie hiervan is dat ruimtelijke ordening op basis van economische motieven niet mag.

Distributieplanologisch onderzoek dient in dit licht vooral als hulpmiddel om de effecten van een bepaald detailhandelsinitiatief in te schatten en inzicht te krijgen in de consumentenbehoefte naar bepaalde winkelvoorzieningen. Daarop aanvullend dient een initiatief beoordeeld te worden op basis van zogenaamde 'dwingende redenen van algemeen belang'. Voor detailhandel zijn in de dienstenrichtlijn vermelde redenen 'consumentenbescherming', 'ruimtelijke ordening' en 'milieu' relevant. Hierbij zijn aspecten als complementariteit van winkelgebieden op basis van koopmotieven, effecten op de detailhandelsstructuur, concentratie van detailhandelsvoorzieningen en ruimtelijke kenmerken leidend.

In Bunde leidt de nieuwvestiging van Jan Linders tot een vrij groot aanbod in zowel het fullservice als het prijsvriendelijke segment, deels georiënteerd op dezelfde doelgroepen. Het dagelijkse aanbod en met name de dagelijkse speciaalzaken kunnen hierdoor in beperkte mate onder druk komen te staan. Aan de andere kant spelen aspecten als veel keuzemogelijkheden en grootschaligheid nadrukkelijk in op een belangrijke wens van consumenten, die ruimte en een zekere mate van comfort wensen.

Consumentenbescherming

Uitgangspunt is de voorzieningenstructuur en het winkelaanbod zo in te richten, dat het aan de consumentenvraag in het verzorgingsgebied zo optimaal mogelijk voldoet. Dit betekent een evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur waarbij de verschillende winkelgebieden door hun eigen kenmerken, keuzemogelijkheden, kwaliteiten en locatie aansluiten bij de koopmotieven van de consument (boodschappen doen, doelgericht winkelen, recreatief winkelen). In Bunde worden in de toekomst zowel het fullservice- als het prijsvriendelijke marktsegment bediend. De lokale consumentenverzorging gaat er dus sterk op vooruit. Daarbij is het zeker niet uitzonderlijk dat er in plaatsen met 5.000-7.500 inwoners twee service-supermarkten aanwezig zijn, zoals het overzicht in de bijlage aangeeft.

Ruimtelijke ordening

De ruimtelijke inpassing en impact van detailhandel moeten zorgvuldig worden afgewogen. De beoogde Jan Linders in Bunde ligt direct aan het Sint Agnesplein en dus het centrum. De nieuwe locatie van Albert Heijn (Sint Rochusstraat) ligt ook in het centrumgebied, maar een kerk scheidt de beide locaties. Ook de AH-locatie is goed bereikbaar per auto en biedt voldoende eigen parkeergelegenheid, waar ook andere zaken in het centrum van kunnen profiteren.

Duurzame ontwrichting

Effecten op de consumentenverzorging kunnen ook ruimtelijke gevolgen hebben. Een belangrijk aspect is de kans op duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur, waardoor consumenten niet meer op acceptabele afstand hun reguliere inkopen kunnen doen. De initiatieven in Bunde leiden niet tot een duurzame ontwrichting van de detail-handelsstructuur. Om dit toe te lichten is het van belang om het begrip duurzame ontwrichting te verhelderen.

Duurzame ontwrichting

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur. Het gaat hierbij om de effecten op de structuur, dus het geheel van de winkelvoorzieningen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is geen ruimtelijk relevant argument⁸.

Pas als het verdwijnen van één of meerdere winkels als gevolg van een initiatief een onevenredige aantasting van de distributieve voorzieningen tot gevolg heeft, is er sprake van duurzame ontwrichting. Het gaat hierbij om aantasting gedurende langere tijd (b.v. als het leidt tot langdurige leegstand en verpaupering). Bij duurzame ontwrichting gaat het dus om het directe consumentenbelang op lange termijn. Dit is het geval indien er wezenlijke beperkingen ontstaan voor de inwoners van een kern bij het doen van hun aankopen, door het te verwachten wegvallen van één of meerdere winkels. De consument krijgt dan een fors grotere reisafstand voor de dagelijkse boodschappen. De consument dient een voldoende voorzieningenniveau te behouden, op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats⁹. De definitie van 'aanvaardbare afstand' is in de rechtspraak echter niet eenduidig. Dit is onder meer afhankelijk van de regio en de branche.

Zelfs in het (fictieve) scenario dat één van de beide supermarkten in Bunde moeten sluiten door onvoldoende marktruimte, komt de totale winkelfunctie niet wezenlijk onder druk te staan. Er is geen sprake van duurzame ontwrichting, omdat de consument nog steeds op aanvaardbare afstand de dagelijkse boodschappen kan doen.

5.5 Versterking van de structuur

Concentratie van het winkelaanbod

Het realiseren van een supermarkt aan het Sint Agnesplein leidt tot een betere concentratie van het winkelaanbod in Bunde. Dat is een positieve ontwikkeling, want zo ontstaat meerwaarde voor zowel bedrijven als consumenten. Zaken kunnen profiteren van elkaars wervingskracht en klandizie. De consument heeft het voordeel van gemak, overzichtelijkheid en keuze. Clustering resulteert in principe in meer bezoekers en daarmee ook meer draagvlak voor verbreding en verdieping van het overige aanbod aan en nabij het Sint Agnesplein.

⁸ ABRS 2 oktober 2001, zaaknummer 200105597/1

⁹ Afdeling bestuursrechtspraak 10 juni 2009 AB 2009, 252; r.o. 2.7.1 – winkelcentrum gemeente Marne

Modernisering & benutten van kansen

In de supermarktsector is sprake van veel dynamiek, modernisering en opschaling van het aanbod. Moderne, ruime supermarkten bieden meer comfort voor de consument. Het realiseren van een nieuwe supermarkt biedt bovendien kansen voor het optimaliseren van de bereikbaarheid, ontsluiting, parkeervoorzieningen, bevoorrading, etc.

Passend in de Visie op de detailhandel uit 2006

In de Visie op de detailhandel uit 2006 wordt Meerssen Centrum bestempeld als het hoofdwinkelgebied voor inwoners uit de gemeente Meerssen. Bunde is in deze visie gepositioneerd als sterk boodschappencentrum. Om die positie te versterken is, zo stelde de visie destijds, een modern en bij voorkeur complementair supermarktaanbod essentieel. Supermarkten zijn op dit verzorgingsniveau veruit de belangrijkste publiekstrekken, waarvan ook andere bedrijven (winkels, horeca, dienstverlening) kan profiteren. Concentratie van het winkelaanbod vormt het uitgangspunt. Voorliggend plan speelt hier in hoge mate op in.

Supermarkten als trekker

Een doorsnee-supermarkt van 1.000 à 1.200 m² wvo trekt ca. 10.000-12.000 bezoekers per week. De andere dagelijkse artikelenwinkels, maar ook de andere aanwezige winkels en voorzieningen profiteren van deze wervingskracht omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan andere zaken. Onderzoek geeft aan dat in wijkwinkelcentra ca. 70% van de bezoekers in eerste instantie voor supermarktbezoek komt en hiervan combineert bijna de helft (45%) het bezoek ook met andere winkels¹⁰.

Een ander onderzoek¹¹ komt tot de identieke conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een hoog niveau ligt. De synergie wordt positief beïnvloed als de supermarkt dicht bij de andere winkels ligt. Uit dit onderzoek onder 4.750 bezoekers van supermarkten in 30 centra komt het volgende verder naar voren:

- Gemiddeld loopt 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
- In centra waar de supermarkt een directe ruimtelijke relatie heeft met het overige winkelaanbod (op zeer korte afstand, tot 50 meter en entree in het zicht) ligt het combinatiebezoek door supermarktklanten (73%) beduidend hoger dan in centra waar de supermarkt op afstand en/of buiten het zicht ligt (49%).
- Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten (75%) aantoonbaar hoger dan bij klanten van discountsupermarkten (40%).
- De omvang van de supermarkt heeft geen invloed op het aandeel supermarktklanten dat één of meer andere winkels binnen loopt tijdens hetzelfde bezoek.

¹⁰ Strabo 2010: De veranderende rol van de supermarkt in winkelcentra

¹¹ DTnP 2010: Onderzoek naar combinatiebezoek tussen supermarkt en speciaalzaak

Een winkelcentrum wint, concluderend, aan kracht als er meerdere, complementair supermarkten zijn. Niet alleen omdat het publiekstrekkingen zijn, maar ook vanwege combinatiebezoek onderling en met andere zaken. Daardoor kan bovendien het geografische verzorgingsgebied toenemen.

5.6 Ladder voor duurzame verstedelijking

Introductie

In verband met bestemmingsplanwijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing gewenst, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening steeds meer de nadruk komt te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)). De Ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijkingbesluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. Wat er onder een nieuwe stedelijke ontwikkeling valt, is in art. 1.1.1 Bro bepaald: "De ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen."

Bij de toepassing van de Ladder dienen de volgende treden doorlopen te worden:

1. Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 1, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 2, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.

Actuele regionale behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. van het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip ‘actueel’ niet letterlijk opgevat moet worden: het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt verder vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

Aandacht voor leegstand

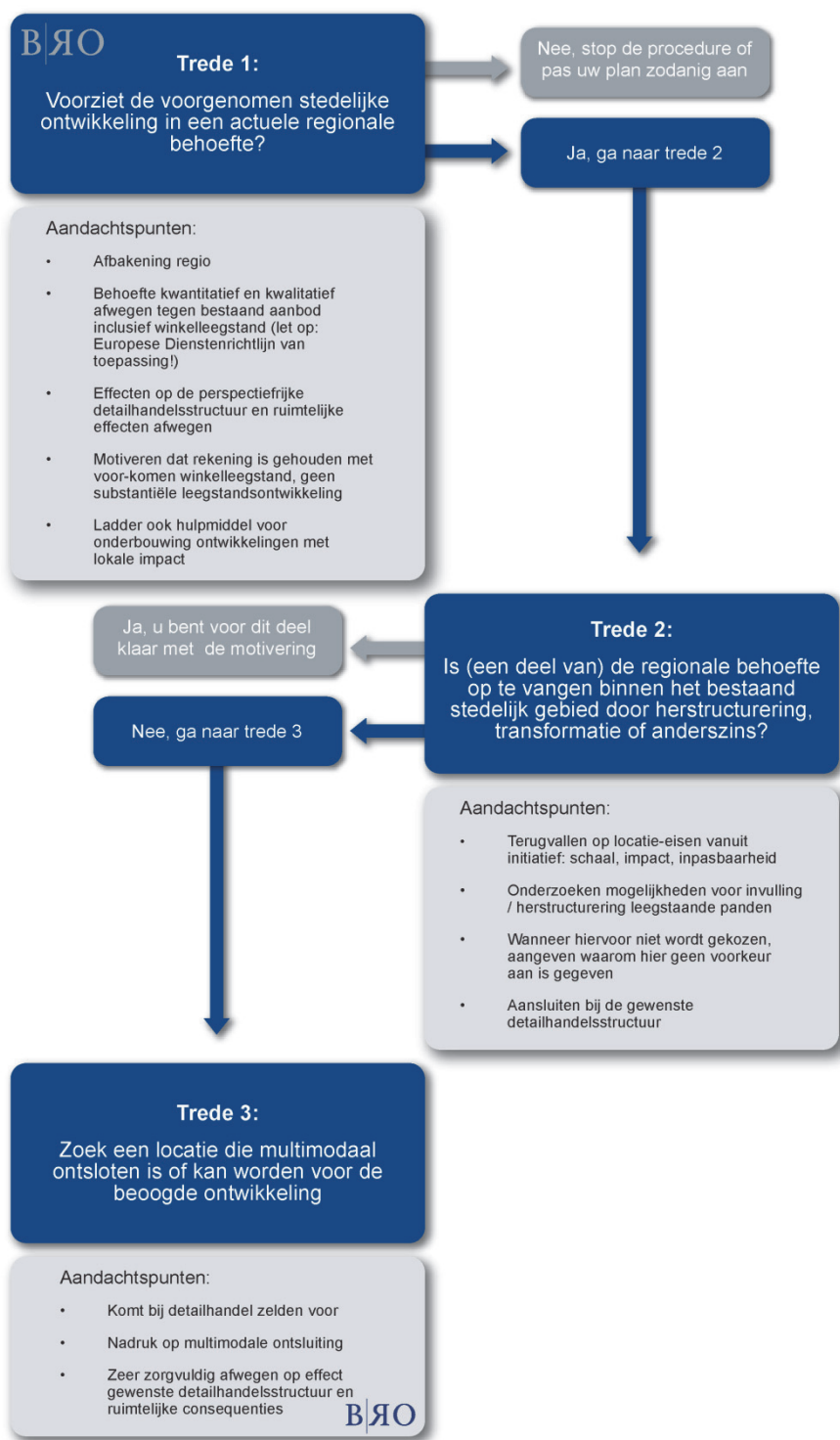
Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand. Kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen? Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder¹².

Vernieuwing en marktruimte

In onder meer de uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) onderschrijft de Afdeling dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit ook al in een uitspraak naar voren¹³.

¹² Onder meer ABRS 26 maart 2014 (**ECLI:RVS:2014:1101**), BRS 18 september 2013 (201208105/1/R2) en ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1)

¹³ ABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6)



Toetsing plannen Bunde aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Bij de vestiging van een supermarkt gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het een detailhandelsontwikkeling betreft (art. 1.1. 1 Bro, definiëring begrippen). Wel tekenen we daarbij aan, dat conform de geldende beheersverordening Bunde op de locatie Agnesplein (beoogde locatie Jan Linders) nu reeds ca. 800 m² bvo winkels kan worden gerealiseerd. De nieuwe winkel wordt met ca. 1.250 m² bvo dus beperkt groter dan het huidige bestemmingsplan al mogelijk maakt.

Voor wat betreft de **eerste trede** constateren we op basis van dit onderzoek dat er in Bunde en omgeving (regio) behoefte bestaat aan nieuw supermarktaanbod. De totale uitbreiding conform de plannen van Jan Linders leidt in **kwantitatief opzicht** echter wel tot extra omzetsdruk op het dagelijkse aanbod in Bunde. De supermarkten ondervinden zelf echter de grootste effecten. De overschrijding van de distributieve ruimte is niet dusdanig groot dat een of meerdere zaken hierdoor in het bestaan bedreigd worden. Hierbij speelt mee dat de effecten zich spreiden over meerdere aanbieders in Bunde, de overige gemeente Meerssen en omgeving. De lokale of regionale verzorgingsstructuur komt zodoende hierdoor niet in gevaar. Met hun moderne omvang anticiperen beide in Bunde aanwezige supermarkten reeds op de voortdurende trend naar grootschaligheid. In de nabije toekomst is uitbreiding dus niet meer waarschijnlijk.

Het initiatief speelt in **kwalitatieve** zin zeker in op actuele trends in vraag en aanbod in de dagelijkse sector. Consumenten willen ook voor dagelijkse artikelen keuzemogelijkheden in de woonomgeving, waarbij het marktaandeel van discount- en prijsvriendelijke supermarkten de afgelopen jaren sterk is gegroeid. In alle marktsegmenten binnen de supermarktbranche doet zich een opvallende schaalvergroting voor. Niet omdat supermarktketens dat nou zelf per se willen, maar omdat klanten behoefte hebben aan een ruime, overzichtelijke en goed bereikbare winkel.

Doordat supermarkten een basisvoorziening zijn voor de lokale inwoners krijgt de leefbaarheid in Bunde een impuls door de ontwikkeling. Door de wervingskracht op (nieuwe) bezoekers ontstaat extra consumentendraagvlak voor andere ondernemers in detailhandel, horeca en dienstverlening in het centrum van Bunde en met name rond het Sint Agnesplein. Daarnaast bieden de beide supermarkten veel werkgelegenheid in het dorp, ook voor lager opgeleiden en jongeren.

Specifiek voor **trede 2** van de Ladder is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven, dat bij detailhandel moet worden aangegeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. In Bunde is voor de vestiging van Jan Linders in de kern geen qua omvang, vormgeving, en/of bereikbaarheidsprofiel geschikt alternatief pand beschikbaar, noch in het centrum, noch daar buiten. Het oude supermarktpand aan de Vliegenstraat (350 m² bvo verhuurbaar) is het grootste leegstaande pand en elders in Bunde zijn geen grote lege winkelpanden aanwezig.

Een vestiging van een tweede supermarkt buiten het centrum is bovendien ongewenst omdat dat een ruimtelijke versnippering van het detailhandelsaanbod in de hand werkt. Op de beoogde locatie is zoals gezegd ook al de vestiging van detailhandel bestemmingsplanmatig mogelijk en bovendien het betreft een transformatie van bestaande (woon)panden.

Zoals hiervoor is aangegeven is het niet te verwachten dat door het initiatief elders winkels zullen moeten sluiten, waardoor de leegstand toe zou nemen. Helemaal uit te sluiten is dit op voorhand echter nooit. Mocht er toch onverhoopt een winkel moeten sluiten, dan neemt de leegstand beperkt toe en daardoor zijn de effecten op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat ook niet onaanvaardbaar.

Trede 3 van de Ladder is niet aan de orde omdat de locatie in stedelijk gebied ligt.

Bijlage 1. Vloerproductiviteit dagelijkse artikelen Oost Nederland

Tabel: Vloerproductiviteit sector dagelijkse artikelen kernen 5.000-10.000 inwoners

Plaatsnaam	Aantal inwoners	Omzet (€)	m² wvo	Vloerproductiviteit (€)	
				Afgerond	
Vroomshoop	5.415	42.000.000	4.986	8.400,-	
Enter	5.525	16.000.000	3.248	4.900,-	
Den Ham	5.850	9.000.000	2.060	4.350,-	
Nieuwleusen	5.860	26.000.000	3.773	6.900,-	
Wapenveld	6.075	11.000.000	1.938	5.700,-	
Hellendoorn	6.155	13.000.000	1.702	7.650,-	
Tubbergen	6.435	21.000.000	3.037	6.900,-	
Holten	6.515	26.000.000	4.090	6.350,-	
't Harde	6.605	13.000.000	1.699	7.650,-	
Heino	6.745	24.000.000	3.446	6.950,-	
Delden	7.180	24.000.000	3.021	7.950,-	
Oldebroek	7.245	10.000.000	1.678	5.950,-	
Markelo	7.595	13.000.000	2.370	5.500,-	
Denekamp	8.895	50.000.000	5.319	9.400,-	

Bron: Kijken, kijken naar kopen, Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015, I&O research sept. 2015, bewerking BRO

Bijlage 2: Kernen met 5.000-7.500 inwoners in de provincies Limburg en Noord-Brabant met twee full-servicesupermarkten

Plaatsnaam	Formules
Bergen (LB)	Jan Linders Jumbo Lidl
Sevenum	Aldi Jan Linders Jumbo
Wijk en Aalburg	Aldi Emté Troefmarkt
Heythuysen	Aldi Jumbo Lidl
Mill	Albert Heijn Aldi Jan Linders
Meijel	Aldi Coop Jumbo
Haaren	Albert Heijn Emté
Maasbree	Coop Jumbo
Erp	Albert Heijn Jan Linders
Schaijk	Albert Heijn Emté
Oud Gastel	Dirk Jumbo

