

## Actualisatie visie op de boodschappenstructuur 2014

### Gemeente Waalwijk, Visie op de structuur van boodschappencentra 2014

#### Inhoudsopgave

#### 1.VOORAF 3

- 1.1 Aanleiding 3
- 1.2 Boodschappen doen en supermarkten 3
- 1.3 Juridisch-planologische context 4
  - 1.3.1 Ladder voor Duurzame Verstedelijking 4
  - 1.3.2 Duurzame ontwrichting 6
- 1.4 Leeswijzer 9

#### 2.UITGANGSPUNTEN10

- 2.1 Winkel aanbod gemeente totaal 10
- 2.2 Winkelstructuur dagelijkse artikelen 11
  - 2.2.1 Kern Waalwijk 11
  - 2.2.2 Sprang-Capelle 14
  - 2.2.3 Waspik 15
- 2.3 Draagvlak 16
- 2.4 Functioneren 19
- 2.5 Resumé 21

#### 3.KADERS VOOR DE VISIE 22

- 3.1 Trends 22
- 3.2 Beleid 25
- 3.3 Planinitiatieven 28
- 3.4 Distributieve uitbreidingsmogelijkheden 29
- 3.5 Resumé 32

#### 4.EFFECTENANALYSE EN VISIE OP DE STRUCTUUR 34

- 4.1 Inleiding 34
- 4.2 Uitgangspunten 34
- 4.3 Sprang-Capelle 35
- 4.4 Waspik 39
- 4.5 Waalwijk-kern 39
  - 4.5.1 Waalwijk-Noordoost 40
  - 4.5.2 Waalwijk Zuidwest 42
  - 4.5.3 Waalwijk-Zuidoost 44
  - 4.5.4 Waalwijk Noordwest 44
  - 4.5.5 Waalwijk-centrum 45
  - 4.5.6 Conclusies boodschappenstructuur Waalwijk-kern 46
- 4.6 Effecten op de regio 48
- 4.7 Juridisch-planologische toetsing initiatieven 48
- 4.8 Ten slotte 49

#### BIJLAGE52

Bijlage 1: Koopstromen Waalwijk 2007-2011 1

#### 1.VOORAF

##### 1.1Aanleiding

In Nederland is de supermarktwereld sterk in beweging en de concurrentie tussen de verschillende formules is hevig. In z'n algemeenheid geldt dat de supermarkten gemiddeld steeds groter worden om zo aan de wensen van de consumenten te kunnen blijven voldoen. Ook in Waalwijk zijn er meerdere initiatieven om de supermarkten te moderniseren en uit te breiden, al of niet in combinatie met een verplaatsing.

Gelet op de vele initiatieven is de vraag gerezen wat de haalbaarheid c.q. wenselijkheid is van deze uitbreidingen van het supermarktaanbod, dit bezien vanuit de huidige en wenselijke structuur van boodschappencentra. Aan BRO is verzocht een (distributieplanologisch) onderzoek naar de ontwikkelingsmogelijkheden van het boodschappenaanbod in Waalwijk uit te voeren. Hierin spelen niet alleen kwantitatieve aspecten een rol, maar vooral ook kwalitatieve elementen zoals de keuzemogelijkheden voor de consument, de leefbaarheid van de verschillende woongebieden, de regionaal verzorgende positie van Waalwijk, etc. Het gevraagde onderzoek vormt een onderlegger voor het actualiseren van de Detailhandelsvisie Waalwijk uit januari 2012 op het punt van het onderwerp boodschappencentra. Onderhavig rapport vervangt alle voorgaande rapportages en beleidstukken over dit onderwerp.

## 1.2 Boodschappen doen en supermarkten

In voorliggend onderzoek staat het boodschappen doen centraal, het aanschaffen van dagelijkse benodigde artikelen zoals levensmiddelen of persoonlijke verzorgingsartikelen. Dergelijke aankopen worden gewoonlijk met een hoge frequentie gedaan, veelal in de nabijheid van de woonomgeving.

Binnen de boodschappensector zijn de supermarkten door hun omvang en brede assortiment structuurbepalend. Supermarkten vormen binnen de detailhandel samen met voedings- en genotmiddelenpeciaalzaken en winkels op het vlak van persoonlijke verzorging zoals drogisterijen en parfumerieën, de sector dagelijkse artikelen. Deze sector vormt het uitgangspunt voor de berekeningen in deze rapportage.

### 1.3 Juridisch-planologische context

De laatste jaren verkeert de detailhandel in zwaar weer als gevolg van de economische crisis, de woningmarktcrisis en het toenemende gebruik van internet als aankoopkanaal. Dit heeft onder meer geleid tot een aanzienlijke toename van de winkelleegstand en dat kan weer negatieve gevolgen hebben voor de leefomgeving. Het gevolg is dat het omgaan met detailhandelsontwikkelingen bij de overheden meer aandacht heeft gekregen en dat de wet- en regelgeving ook is aangepast. Dit houdt in dat meer dan voorheen rekening moet worden gehouden met de juridisch-planologische regelingen en de jurisprudentie over de toepassing daarvan.

#### 1.3.1 Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In verband met bestemmingsplanwijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing tegenwoordig 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 (her)vestiging van supermarkten gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het om detailhandelsontwikkelingen gaat. Wel is het de vraag in hoeverre het om een 'nieuwe' stedelijke ontwikkeling gaat als er sprake is van de verplaatsing van een bestaande supermarkt binnen het stedelijke gebied en waarbij bestaande bebouwing geherstructureerd wordt. De Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State heeft eerder geoordeeld dat als er sprake is van functieverandering en nieuwbouw van een zekere omvang, dit als een nieuwe stedelijke ontwikkeling gezien dient te worden. Volledigheidshalve zullen we voor onderhavige ontwikkeling dan ook de Ladder toepassen.

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

- a) *Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.*
- b) *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, 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.*
- c) *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, 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.*

#### a) 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 marktvaart 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, zal het toch nog eens expliciet worden verwoord in een vierde lid dat naar verwachting aan art. 3.1.6. het Bro wordt 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 vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling. In het geval van supermarkten is dat verzorgingsgebied overwegend beperkt, omdat het om een voorziening voor de dagelijkse verzorging gaat. Specifiek voor Waalwijk geldt dat de nieuwe initiatieven betrekking hebben op supermarkten die in eerste instantie buurt-, wijk, of dorpsverzorgend zijn.

#### 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 Ladder.

·ABRS 26 maart 2014 (ECLI:RVS:2014:1101)

*“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, 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 oopunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”*

·ABRS 18 september 2013 (201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)

*Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.*

·ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)

*Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).*

*Vernieuwing en marktruimte*

In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan 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 al in navolgende uitspraak naar voren:

·VzABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6, Plu Heerlen)

*De voorzitter accepteert hier dat nieuwe ontwikkelingen voor een kwaliteitsimpuls in de voorzieningenstructuur kunnen zorgen die (in het kader van de Ladder) een extra (eigen) behoefte genereert c.q. creëert. Hiertoe dient wel de bestaande leegstand inzichtelijk gemaakt en meegewogen te worden.*

### **1.3.2 Duurzame ontwrchting**

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwrchting van de voorzieningenstructuur. Hierbij gaat het om het directe consumentenbelang op lange termijn en niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Essentieel is dat de consument moet blijven beschikken over voldoende voorzieningenniveau op het gebied van de eerste levensbehoeften op aanvaardbare afstand van de eigen woning. Als door een nieuwe winkel in een verzorgingsgebied dus een andere winkel verdwijnt, dan is de variatie in het aanbod per saldo gelijk gebleven of misschien zelfs wel verbeterd, als modern aanbod verouderd aanbod vervangt.

*Eerste levensbehoefte*

De term ‘eerste levensbehoefte’ is door de Afdeling Bestuursrecht van Raad van State gebezigd in de uitspraak over de winkelontwikkelingen in op de locatie.

De Zeeland in Bergen op Zoom (Uitspraak 201208105/1/R1, 18 december 2013):

*“Zoals de Afdeling eerder heeft overwogen (uitspraak van 10 juni 2009, zaak nr. 200808122.1.R3) komt voor de vraag of er een duurzame ontwrchting zal ontstaan van het voorzieningenniveau geen doorslaggevende betekenis toe aan de vraag of overaanbod in het verzorgingsgebied en mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvestigingen zal ontstaan. In voornoemde uitspraak is doorslaggevend geacht of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in die zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun dagelijkse inkopen kunnen doen. In haar uitspraak van 2 december 2009 in zaak nr. 200901438/1/R3 met betrekking tot de situatie waarin het niet ging om dagelijkse boodschappen die in een supermarkt worden gedaan, maar om niet-dagelijkse inkopen, heeft de Afdeling beoordeeld of de inwoners van het verzorgingsgebied, na realisatie van de voorzieningen, op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen. De afdeling ziet aanleiding om, anders dan in voornoemde uitspraken, voor de beoordeling van de vraag of gevreesd moet worden voor een duurzame ontwrchting van het voorzieningenniveau vanaf heden doorslaggevend te achten of inwoners van een bepaald gebied niet langer op aanvaardbare afstand van hun woning kunnen voorzien in hun eerste levensbehoeften.”*

In deze uitspraak komt niet helder naar voren wat onder eerste levensbehoeften (of ook wel primaire levensbehoeften genoemd) moet worden verstaan. Voorbeelden van omschrijvingen zijn ‘Alles wat aan voeding, huisvesting, verwarming, huishoudelijke artikelen, enz. onontbeerlijk is om te kunnen leven’ (Encyclo.nl) of ‘Levensbehoeften: de eerste levensbehoeften voeding, kleding en onderdak’ (van Dale.nl). Uit de diverse bespiegelingen over het begrip komt naar voren dat er ook allerlei andere zaken onder gerekend (zouden) kunnen worden, zoals aandacht, sociale participatie, internet, etc.

Geconcludeerd moet worden dat er geen eenduidige omschrijving van het begrip bestaat. BRO vertaalt het begrip in het kader van distributie-planologische vraagstukken daarom in de geest van de bovengenoemde uitspraak van de Afdeling naar ‘dagelijkse benodigde artikelen’ en in het verlengde daarvan

naar de sector dagelijkse artikelen (supermarkten, voedings- en genotsmiddelenspecialzaken en winkel op het gebied van persoonlijke verzorging). Aangezien deze winkels voorzien in de eerste levensbehoeften, dient in ruimtelijk-functionele onderbouwingen ook aandacht geschonken te worden aan het effecten op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur: kan de consument op aanvaardbare afstand van de woning zijn of haar dagelijks inkopen blijven doen?

#### *Acceptabele afstand*

Uit de jurisprudentie komt niet naar voren wanneer een afstand acceptabel is. Die afstand wordt uiteraard ook bepaald door de omstandigheden van de consument en de ruimtelijk-functionele context. In dunbevolkte gebieden is dit laatste anders dan in dichtbevolkte (en bewinkelde) gebieden. Tot medio jaren negentig van de vorige eeuw en eerder werd in distributie-planologisch onderzoek voor stedelijke gebieden veelal 500 meter aangehouden, maar onder invloed van de veranderingen in vraag en aanbod is dit meestal geen goede maatstaf meer. Landelijk bedraagt de gemiddelde afstand tot een (grotere) supermarkt momenteel ca. 900 meter, maar dit verschilt per provincie, streek of plaats. In stedelijk gebied zal het bijvoorbeeld minder zijn. BRO gebruikt in onderhavig rapport ter indicatie ca. 700 meter. Deze afstand is voor het overgrote deel van de mensen goed per fiets af te leggen.

Aangezien nabijheid nog altijd een belangrijk motief is bij de keuze van een winkelgebied voor het doen van de boodschappen, is de factor afstand ook mede bepalend voor het verzorgingsgebied van een boodschappencentrum of afzonderlijke supermarkt. Maar het is niet de enige bepalende factor, ook de aard en de omvang van het aanbod speelt mee, de locatie ten opzichte van andere boodschappencentra, etc. Daar komt bij dat de meeste huishoudens hun aankopen niet uitsluitend bij één supermarkt of winkelcentrum doen, maar bij meerdere. Verzorgingsgebieden overlappen elkaar dus. In onderhavige rapportage zijn op basis van de huidige verspreiding van de boodschappencentra en de genoemde 700 meter buurtcombinaties onderscheiden die gezien worden als het primaire verzorgingsgebied van het hier aanwezige boodschappencentrum: het gebied waarvan de inwoners in theorie in eerste instantie op het daar aanwezige boodschappencentrum georiënteerd zijn.

#### **1.4 Leeswijzer**

Gestart wordt met het analyseren van de huidige structuur van boodschappencentra in Waalwijk. Hierbij wordt ingegaan op de aanbod- en vraaggegevens die deze structuur typeren. Hoofdstuk 3 zoomt vervolgens in op trends, initiatieven en marktmogelijkheden. In hoofdstuk 4 worden op basis van de analyses de mogelijke effecten van de verschillende initiatieven op de consumentenverzorging en de structuur van boodschappencentra in Waalwijk aangegeven.

De grootste nieuwe uitbreidingslocatie van de gemeente Waalwijk, Landgoed Driessen, ligt fysiek tegen de kernen Waalwijk en Sprang-Capelle aan. In deze rapportage wordt Landgoed Driessen tot de kern Waalwijk gerekend.

## **2. UITGANGSPUNTEN**

### **2.1 Winkelaanbod gemeente totaal**

De gemeente Waalwijk had per 1 januari 2014 46.569 inwoners en bestaat uit de kernen Waalwijk, Sprang-Capelle en Waspik. In totaal is er in de gemeente ca. 120.585 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) aanwezig, verdeeld over 312 winkels. Het overgrote deel van het winkelvloeroppervlak is in de kern Waalwijk gevestigd. Van het dagelijkse winkelvloeroppervlak is ca. 73% hier aanwezig, in Waspik 11% en in Sprang-Capelle 16%.

**Tabel 2.1: Gemeente Waalwijk: Omvang winkelaanbod**

	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal Winkels	m <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo
Waalwijk	49	11.573	199	95.936	248	107.509
Sprang-Capelle	13	2.485	35	5.448	48	7.933
Waspik	7	1.778	9	3.367	16	5.145
Totaal	69	15.836	243	104.751	312	120.587

Bron: Locatus Retail Verkenner, checkdatum december 2013

#### **Dagelijks aanbod per 1.000 inwoners**

Per 1.000 inwoners is er in de gemeente Waalwijk ca. 340 m<sup>2</sup> wvo aan dagelijks winkelaanbod aanwezig, hetgeen min of meer in lijn is met het landelijke gemiddelde (344 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners). Het aanbod per hoofd ligt in Waspik met 360 m<sup>2</sup> boven het gemeentelijke gemiddelde, maar in Sprang-Capelle is zowel absoluut als relatief weinig aanbod aanwezig (ca. 258 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners, in kernen met 7.500 - 10.000 inwoners landelijk in totaal gemiddeld ca. 3.600 m<sup>2</sup> wvo). In de kern Waalwijk is nu 362 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners aanwezig, iets meer dan het landelijke gemiddelde.

#### **Supermarktaanbod**

Momenteel zijn er 13 supermarkten in de gemeente Waalwijk gevestigd, met een totaal winkelvloeroppervlak van ca. 11.335 m<sup>2</sup>. De kern Waalwijk herbergt 9 supermarkten en de kernen Sprang-Capelle en Waspik ieder 2. Het supermarktaanbod maakt circa 72% uit van de verkooppriimte in de dagelijkse artikelensector. Dit is een normaal aandeel, maar de gemiddelde supermarkt omvang is met circa 872 m<sup>2</sup> wvo enigszins beperkt.

## Kaartbeeld 2.1 Waalwijk: Supermarktstructuur

(zie [www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën en economie](http://www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën_en_economie))

### Ontwikkeling sinds 2010

Sinds 2010 is het aantal winkels in de dagelijkse artikelensector afgenomen met 7 en tegelijkertijd is de verkoopprijs met ca. 250 m<sup>2</sup> wvo toegenomen. Er heeft dus, conform de landelijke trend, schaalvergroting plaatsgevonden. De toename van de verkoopprijs is met name te danken aan de vergroting van de supermarkt aan het Bloemenoordplein in Waalwijk van de Aldi in Waspik. In Waspik is het aantal dagelijkse artikelenwinkels wel sterk verminderd (-5).

### 2.2 Winkelstructuur dagelijkse artikelen

#### 2.2.1 Kern Waalwijk

De kern Waalwijk beschikt over een dagelijks aanbod van 11.575 m<sup>2</sup> wvo verspreid over 49 winkels. Het aanbod is zowel qua aantal vestigingen als winkelmeters goed vergelijkbaar met referenti woonplaatsen. De branche persoonlijke verzorging is hierbinnen naar verkoopprijs wel relatief sterk vertegenwoordigd en de levensmiddelenbranche blijft wat achter.

**Tabel 2.2: Kern Waalwijk: Winkelaanbod vergeleken**

	Waalwijk-kern (31.987 inwoners)			Vergelijkbare woonplaatsen (30.000 - 50.000 inwoners)		
	aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per winkel	aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per winkel
Supermarkten	9	7.873	875	8	8.413	1.052
Levensmiddelen speciaalzaken	28	1.590	57	32	1.855	58
Persoonlijke verzorging	12	2.110	176	12	1.759	147
Dagelijks	49	11.573	236	52	12.027	231

Bron: Locatus Retail Verkenner, checkdatum december 2013

Waalwijk-kern kent een winkelstructuur waarin het centrum een prominente rol speelt, ook op het gebied van dagelijkse artikelen. Nagenoeg de helft van de dagelijkse artikelenwinkels en verkoopprijs is hier aanwezig. Binnen de dagelijkse sector is vooral het aanbod aan persoonlijke verzorging sterk in het centrum geconcentreerd. Het levensmiddelenaanbod bevindt zich voor 40% in het centrum. In volgende tabel is een overzicht gegeven van de spreiding van het dagelijkse aanbod naar winkelconcentratie binnen de kern Waalwijk. Hierbij zijn het Bloemenoordplein en de Dr. Kuyperlaan echte buurtwinkelcentra met een sterk boodschappenaanbod.

**Tabel 2.3: Spreiding dagelijkse artikelenaanbod kern Waalwijk**

Winkelgebied	Levensmiddelen		Persoonlijke verzorging		Totaal dagelijkse artikelen	
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo
Centrum	15	3.540	7	1.690	22	5.230
Bloemenoordplein	3	1.135	1	150	4	1.285
Doctor Kuyperlaan	4	948	2	175	6	1.123
Monseigneur Zwijzenstraat	1	55	-	-	1	55
Sint Antoniusstraat	2	410	-	-	2	410
Overig Waalwijk	12	3.375	2	95	14	3.470
Totaal	37	9.463	12	2.110	49	11.573

Bron: Locatus Retail Verkenner, checkdatum december 2013

### Supermarktaanbod en boodschappencentra

Binnen de dagelijkse artikelensector vormen de supermarkten de belangrijkste elementen. In Waalwijk-kern is ca. 7.875 m<sup>2</sup> wvo aan supermarktaanbod gevestigd, verdeeld over 9 supermarkten. Het supermarktaanbod neemt 68% van het dagelijkse artikelenaanbod in en ruim 83% van het levensmiddelenaanbod. Landelijk is dat respectievelijk ca. 70% en 81%. Albert Heijn is de enige centrumsupermarkt van een moderne omvang. Zowel de in het centrum gevestigde Aldi als de Jumbo zijn naar de huidige maatstaven klein van omvang voor dergelijke zaken. Dit geldt ook voor enkele reguliere supermarkten die buiten het centrum aanwezig zijn, zoals Lidl en Plus.

**Tabel 2.4: Kern Waalwijk: Supermarktaanbod**

Formule	Winkelgebied	m <sup>2</sup> wvo
Albert Heijn	Centrum	1.482
Aldi	Centrum	416
Jumbo	Centrum	876
Lidl	BWC Doctor Kuyperlaan	820
C1000	BWC Bloemenoordplein	1.025
Eyup	Verspreid Sint Antoniusstraat	380
Nettorama	Verspreid Burg. Verwielstraat	1.250
Em-té	Verspreid Grotestraat	1.250
Plus	Verspreid Mozartlaan	374
Totaal		7.873

Bron: Locatus Retail Verkenner, checkdatum december 2013



Opvallend is dat er in de kern Waalwijk geen enkele bekende landelijke supermarktketen met meerdere vestigingen aanwezig is. De consument heeft daardoor de keuze uit een groot aantal verschillende formules. Binnen het aanbod zijn de meer prijsvriendelijke supermarkten tamelijk ruim vertegenwoordigd. Navolgend wordt ingegaan op de structuur van de boodschappencentra in Waalwijk-kern.

#### **Centrum Waalwijk: Hoofdwinkelgebied**

Het centrum is het winkelhart van Waalwijk. Het winkelzwaartepunt ligt in de Grotestraat, de Stationsstraat en het winkelcentrum De Els, een planmatig ontwikkeld, overdekt winkelgebied. Naast het uitgebreide en diverse recreatieve winkelaanbod omvat het centrum 22 winkels in de dagelijkse artikelensector. Naast supermarkten Albert Heijn, Jumbo en Aldi gaat het om speciaalzaken, waaronder enkele hoogwaardige, drie drogisterijen en drie parfumerieën.

Met ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo beschikt de Albert Heijn over een moderne omvang, maar beide andere centrumsupermarkten zijn met respectievelijk ca. 875 en 415 m<sup>2</sup> wvo klein naar de huidige maatstaven.

Binnen de persoonlijke verzorging kent Kruidvat met 700 m<sup>2</sup> wvo een grote omvang voor een drogisterij. Etos, Trekpleister, Douglas en Ici Paris kennen een kleinere omvang met gemiddeld ca. 200 m<sup>2</sup> wvo.

In het centrum is sprake van betaald parkeren, bij de andere boodschappencentra elders in Waalwijk niet. Rond overdekt winkelcentrum De Els, waar de drie centrumsupermarkten gelegen zijn, is een ruim aanbod aan parkeermogelijkheden.

#### **Burgemeester Verwielstraat**

De winkelvoorziening aan de Burgemeester Verwielstraat bestaat naast de Nettorama supermarkt uit een Gall & Gall slijterij en een woninginrichtingszaak. In feite gaat het hiermee om een solitaire supermarkt. De Nettorama ligt met de rug naar de historische as (Westeinde) en de parkeermogelijkheden bevinden zich op een binnenterrein waar ook de entree van de supermarkt aan gelegen is. De externe presentatie van de zaak is matig.

#### **Doctor Kuiperlaan**

Het buurtwinkelcentrum aan de Doctor Kuiperlaan bestaat naast de Lidl supermarkt uit een bakker, slager, drogist, apotheek. De ruimtelijke relatie tussen de ingang van de supermarkt en de speciaalzaken is niet optimaal. De indruk bestaat dat de speciaalzaken vooral dankzij de supermarkt nog bestaansrecht hebben. Het geheel heeft een enigszins gedateerde uitstraling.

#### **Sint Antoniusstraat**

Langs de Sint Antoniusstraat zijn verspreid enkele winkels gevestigd waaronder een Turkse supermarkt, een tabaks- en gemakzaak en twee tweedehandswinkels.

#### **Bloemenoordplein**

Het buurtwinkelcentrum Bloemenoord bestaat uit een winkelstrip waar onder meer een bakker, slijter, bloemist, kledingzaak en parket/laminaatzaak in gevestigd zijn. Op de kop van de strip is een nieuwe C1000-supermarkt gehuisvest. Het winkelcentrum heeft enkele jaren geleden een grote opknopbeurt ondergaan.

#### **Verspreid aanbod**

Een groot aandeel aan supermarktmeters is buiten de winkelconcentraties gevestigd. De Em-té en de Plus zijn, evenals de hiervoor genoemde Nettorama en Eyub, min of meer solitair gevestigd. Het verspreide supermarktaanbod omvat daarmee een viertal supermarkten met een totaal winkelvloeroppervlak van 3.250 m<sup>2</sup>. Dit is naar winkelmeters ruim 40% van het totale supermarktaanbod binnen de kern.

#### **2.2.2 Sprang-Capelle**

Het dagelijkse artikelenaanbod in Sprang-Capelle kent in totaliteit een bescheiden omvang. Van de beide aanwezige supermarkten kent de EMTÉ een redelijke omvang (ca. 1.100 m<sup>2</sup> wvo), maar de in het centrumgebied Vrijhoeve gelegen Plus is met ca. 825 m<sup>2</sup> wvo aan de kleine kant naar de huidige maatstaven. Zowel het levensmiddelenaanbod als het aanbod op het gebied van persoonlijke verzorging blijft dan ook achter bij de referenties. De meeste dagelijkse artikelenwinkels (8) zijn in het centrumgebied gevestigd, de overige zaken (5), waaronder de EMTÉ supermarkt bevinden zich verspreid langs het centrale lint.

**Tabel 2.5: Kern Sprang- Capelle: Winkelaanbod vergeleken**

	Sprang-Capelle (9.637 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met ca. 7.500-10.000 inwoners		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per winkel	aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per winkel
Supermarkten	2	1.925	912	3	2.650	883
Levensmiddelen speciaalzaken	9	329	37	9	492	55
Persoonlijke verzorging	2	231	116	3	491	164
Dagelijks	13	2.485	191	16	3.633	242

Bron: Locatus Retail Verkenner, checkdatum december 2013

#### **2.2.3 Waspik**

Voor een kern met ca. 4.945 inwoners kent Waspik een redelijk ruim en compleet winkelaanbod op het gebied van dagelijkse artikelen. Het aanbod is dan ook vergelijkbaar met de referenti woonplaatsen. De beide supermarkten Plus (760 m<sup>2</sup> wvo) en Aldi (780 m<sup>2</sup> wvo) vullen elkaar qua marktsegment, waarop men zich richt, goed aan. De Aldi is centraal in het dorp gevestigd in een voormalige winkelstrip, de Plus ligt solitair, enigszins afzijdig van het dorpscentrum. Deze zaak kent ruime parkeermogelijkheden.

Ondanks de afname in de laatste jaren zijn er toch nog diverse speciaalzaken aanwezig (bakker, slager en twee slijterijen. Nagenoeg dit gehele dagelijkse aanbod is in het centrumgebied van Waspik gevestigd.

**Tabel 2.6: Kern Waspik: Winkelaanbod vergeleken**

	Waspik (4.945 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 3.500 – 5.000 inwoners		
	aantal	m <sup>2</sup> wvo	M <sup>2</sup> wvo per winkel	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per winkel
Supermarkten	2	1.540	770	2	1.335	668
Levensmiddelen	4	188	47	5	242	48
Persoonlijke verzorging	1	50	50	2	193	97
Dagelijks	7	1.778	254	9	1.770	197

Bron: Locatus Retail Verkenner, checkdatum december 2013

### 2.3 Draagvlak

Het draagvlak voor het Waalwijkse winkelaanbod wordt in belangrijke mate gevormd door het aantal inwoners en door het bestedings- en koopgedrag van deze inwoners.

#### Bevolkingsontwikkeling en woningbouw Gemeente Waalwijk

Het aantal inwoners van de gemeente Waalwijk is de laatste jaren min of meer stabiel gebleven, maar tussen de kernen zijn wel verschillen. Waspik en Sprang-Capelle laten een lichte daling zien en Waalwijk een stijging als gevolg van de realisatie van Landgoed Driessen. Verwacht wordt dat het inwonertal in de gemeente de komende jaren licht zal stijgen. Uitgegaan wordt van circa 47.570 inwoners in de richting van 2020 met een doorgroei naar circa 48.115 in 2025.

De woningbouw in de gemeente zal zich de komende jaren sterk concentreren in het gebied Landgoed Driessen ten noorden van Sprang-Capelle en ten westen van Waalwijk. Hier worden in totaal ca. 2.000 woningen gebouwd en de wijk zal uiteindelijk ca. 4.600 inwoners tellen. Het huidige aantal woningen bedraagt ca. 1.200 en het inwonertal 2.824. Ook in Waspik is nog enige woningbouw gepland. De stijging van het inwonertal van de gemeente Waalwijk naar 2020 (met ca. 1.000 inwoners), zal naar de inschatting van BRO met name plaatsvinden in de kern Waalwijk ten gevolge van de woningbouwontwikkeling in Landgoed Driessen. In Waspik wordt gezien de geplande woningbouwontwikkeling een stabilisatie van het inwonertal voorzien (o.a. veroorzaakt door de dalende woningbezetting). Met de prognose voor 2020 wordt voortgeborduurd op de eerder ingezette bevolkingsontwikkeling van de kernen.

**Tabel 2.7: Bevolkingsontwikkeling Gemeente Waalwijk**

	2014	Prognose 2020
Waalwijk (incl. Landgoed Driessen)	31.987	33.125
Sprang-Capelle	9.637	9.500
Waspik	4.945	4.945
Totaal	46.569	47.570

#### Verdeling bevolking kern Waalwijk

Binnen Waalwijk kan op basis van de verspreiding van de supermarkten de volgende indeling gemaakt worden naar buurtcombinaties, waarbij landgoed Driessen als aparte wijk is opgenomen.

**Tabel 2.8: Verzorgingsgebieden Waalwijk-kern, inwoneraantallen afgerond):**

Buurtcombinatie	Buurtten	Aantal inwoners*	Aanwezige supermarkten
Centrum	Centrum	4.320	Albert Heijn Aldi Jumbo
Noord-Oost	Baardwijk Laageinde De Hoef	7.985	Lidl EM-TE
Zuid-Oost	Bloemenoord Meerdijk Anthoniusparochie (deels) Meerdijk (deels)	6.230	C1000
Zuid-West	Meerdijk (deels) Anthoniusparochie (deels) Zanddonk (incl. bedrijventerrein)	7.000	Plus
Noord-West	Besoyen Verspreid/bedrijventerreinen	3.630	Nettorama
Landgoed Driessen	Landgoed Driessen	2.825	-
Totaal		31.990	

\* Bron: gemeente Waalwijk, bewerking BRO

De mogelijke woningbouwlocaties zijn, afgezien van Landgoed Driessen, redelijk evenwichtig verspreid over de kern Waalwijk, zodat verwacht mag worden dat er naar de toekomst toe geen grote verschuivingen tussen de buurtcombinaties zullen plaatsvinden.

#### Gemiddeld bestedingsniveau

Het inkomensniveau in de gemeente Waalwijk ligt volgens de meest recent beschikbare gegevens (CBS, Gemiddeld besteedbaar inkomen 2011) op circa € 14.700,- per hoofd van de bevolking per jaar. Dit ligt ca. 1,3% lager dan het landelijk gemiddelde inkomen van circa € 14.900,- per hoofd van de bevolking

per jaar. Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Omdat het inkomensniveau minder dan 5% verschilt van het landelijk inkomen is het niet noodzakelijk een correctie op de bestedingen uit te voeren. Uitgegaan wordt van de landelijk gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking. In Nederland werd in 2011 er in de dagelijkse artikelensector circa € 2.270,- per hoofd van de bevolking besteed. Over 2012 zijn de bestedingen ca. 2% toegenomen. Verwacht wordt dat de bestedingen aan dagelijkse artikelen redelijk stabiel blijven. Doorrekening van dit percentage geeft het volgende bestedingscijfer per hoofd van de bevolking voor dagelijkse artikelen: ca. € 2.315,-. De toename van de omzet over 2013 (ook ca. 2%) is niet doorgerekend.

### Koopstromen

In onderstaande tabel zijn de koopstromen voor de dagelijkse artikelensector weergegeven voor de gemeente Waalwijk als geheel en de afzonderlijke kernen. In de bijlage zijn meer uitgebreide tabellen opgenomen met ook de ontwikkeling sinds 2007.

**Tabel 2.9: Koopkrachtbinding kernen binnen gemeente Waalwijk en totaal (in %), dagelijkse artikelen**

	Waalwijk	Sprang-Capelle	Waspik	Totaal
Waalwijk	84	14	16	62
Sprang-Capelle	2	48	3	12
Waspik	0	1	56	6
Subtotaal	87	63	75	80
Kaatsheuvel	11	36	11	14
Elders	2	1	14	6
Totaal	100	100	100	100

- De totale koopkrachtbinding in de gemeente Waalwijk in de dagelijkse artikelensector bedraagt 80,4%. Dit is iets lager dan in 2007 gemeten werd (84%).
- De koopkrachtbinding aan het eigen aanbod ligt in de kern Waalwijk iets lager dan in 2007, in Waspik iets hoger en in Sprang-Capelle op hetzelfde niveau. Wel is er vanuit beide laatste kernen minder koopkrachtafvoeiing (als %) naar de kern Waalwijk dan voorheen.
- Binnen de kern Waalwijk zijn de verhoudingen tussen de verschillende op boodschappen doen gerichte winkelclusters nauwelijks veranderd. Het centrum blijft met 31% de belangrijkste lokale aankoopplaats, gevolgd door de Nettorama. Deze aankoopplaatsen trekken ook koopkracht uit de beide andere kernen, de overige boodschappencentra niet of nauwelijks.
- Ongeveer 36% van de koopkracht aan dagelijkse artikelen van de inwoners van Sprang-Capelle gaat naar Kaatsheuvel, maar ook vanuit de kernen Waalwijk en Waspik vloeit hier nog circa 11% naar toe. Met name vanuit het zuiden van de kern Waalwijk (o.a. Meerdijk) vloeit koopkracht af naar Kaatsheuvel vanwege het beperkte boodschappenaanbod aldaar. Kaatsheuvel is voor de consument vooral aantrekkelijk vanwege het gratis parkeren.

Uit de cijfers blijkt dat het aanbod in Waalwijk-kern ook koopkracht uit Sprang-Capelle trekt en zelfs uit het verder weggelegen Waspik. Daarnaast zal er ook enige koopkracht getrokken worden uit enkele buurgemeenten zoals Loon op Zand en Heusden. In Waalwijk-kern ligt het aandeel omzet van buiten naar raming van BRO op ca. 20%.

Voor Sprang-Capelle wordt uitgegaan van een aandeel omzet van buiten de eigen kern van 25% (voornamelijk uit Landgoed Driessen) en voor Waspik van 20-25% (na de vergroting van de Aldi). Het koopkrachtbindingspercentage is voor Waspik vanwege die vergroting ook iets verhoogd ten opzichte van de in de tabel aangegeven cijfers.

### 2.4 Functioneren

Op basis van de inzichten in het dagelijkse artikelenaanbod in de kernen van de gemeente Waalwijk en het aanwezige draagvlak (op basis van inwonertal, bestedingen, koopstromen) voor dit winkelaanbod is het functioneren benaderd. Uit de benadering volgt de vloerproductiviteit c.q. de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> vvo, de gangbare indicator voor het functioneren van het winkelaanbod.

Met name Landgoed Driessen is van belang bij het aangeven van het functioneren. Het bestedingspotentieel van de inwoners van dit woongebied bedraagt 2.824 x € 2.315,- = € 6,5 mln. op jaarbasis excl. BTW. Verwacht mag worden dat hiervan ca. 20% afvloeit naar onder meer Kaatsheuvel, dus wordt er ca. € 5,2 mln. besteed bij de winkels in Sprang-Capelle en Waalwijk-kern. Er van uitgaande dat ca. de helft tot tweederde hiervan naar Sprang-Capelle gaat, omvat deze koopstroom richting die plaats ca. € 2,6-3,5 mln. (= koopkrachttoevoeiing). Bij Waalwijk-kern zijn de bestedingen door de inwoners van landgoed Driessen onderdeel van de gebonden omzet.

**Tabel 2.10: Kern Waalwijk functioneren dagelijks aanbod benaderd**

Inwonertal	Dagelijks 31.987
Besteding per hoofd	2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	74,0
Koopkrachtbinding (%)	84%
Gebonden bestedingen (mln.)	62,2
Koopkrachttoevoeiing (aandeel omzet van buiten)	20%



Omzet door toevloeiing (mln.)	15,6
Totale omzet (mln.)	77,8
Huidig m <sup>2</sup> wvo	11.573
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	6.725

**Tabel 2.11: Kern Sprang-Capelle functioneren dagelijks aanbod benaderd**

	Dagelijks
Inwonertal	9.637
Besteding per hoofd	2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	22,3
Koopkrachtbinding (%)	48%
Gebonden bestedingen (mln.)	10,7
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet van buiten)	25%
Omzet door toevloeiing (mln.)	3,6
Totale omzet (mln.)	14,3
Huidig m <sup>2</sup> wvo	2.485
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	5.750

**Tabel 2.12: Kern Waspik functioneren dagelijks aanbod benaderd**

	Dagelijks
Inwonertal	4.945
Besteding per hoofd	2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	11,4
Koopkrachtbinding (%)	60%
Gebonden bestedingen (mln.)	6,9
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet van buiten)	20-25%
Omzet door toevloeiing (mln.)	1,7-2,3
Totale omzet (mln.)	8,6-9,2
Huidig m <sup>2</sup> wvo	1.778
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	4.850-5.175

### Verschillen naar vloerproductiviteit

Op basis van bovenstaande benadering en onderliggende aannames functioneert het dagelijks aanbod in de afzonderlijk kernen op een verschillend niveau. In de kern Waalwijk wordt momenteel de hoogste vloerproductiviteit gerealiseerd, met ca. € 6.725,- per m<sup>2</sup> wvo. Dit ligt wel iets lager dan de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit van € 7.090,- per m<sup>2</sup> wvo voor de sector dagelijkse artikelen (ca. 5%) of het op basis van de verdeling naar verkoopruimte in de subbranches binnen de sector berekende gemiddelde (€ 7.050,-). Puur cijfermatig functioneert het aanbod in de kern Waalwijk op een redelijk niveau en is er in Sprang-Capelle en Waspik sprake van een minder goed functioneren. De theoretisch gerealiseerde vloerproductiviteiten in Sprang-Capelle en Waspik blijven immers sterker achter bij deze referentiewaarde. Hierbij moet wel opgemerkt worden dat in kleinere kernen overwegend lagere vloerproductiviteiten gerealiseerd worden dan in grotere. Bij een lagere gemiddelde vloerproductiviteit kan op individueel niveau toch sprake zijn van goed functioneren, bijvoorbeeld als de huisvestings- en/of personeelslasten relatief laag zijn.

Bovenstaande berekeningen geven aan dat er in de huidige situatie cijfermatig geen marktruimte aanwezig is voor een uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod in zowel Waalwijk-kern, Sprang-Capelle als Waspik. Of de te verwachten ontwikkelingen (toename draagvlak, veranderingen in kooporiëntatie) er toe zullen leiden dat er naar de toekomst toe wel marktruimte ontstaat voor uitbreiding van de dagelijkse artikelensector binnen de gemeente Waalwijk zal verderop in deze rapportage blijken.

### 2.5 Resumé

- Het dagelijkse artikelenaanbod in de gemeente Waalwijk kent in totaliteit een tamelijk gemiddelde omvang. In de kernen Waspik en Waalwijk is een normaal tot redelijk ruim aanbod aanwezig, in Sprang-Capelle is relatief weinig aanbod aanwezig.
- De kern Waalwijk kent een zeer gevarieerd supermarktaanbod. Enkele supermarkten zijn wel aan de kleine kant naar de huidige maatstaven.
- Het centrum van Waalwijk kent met drie supermarkten en veel speciaalzaken een uitgebreid dagelijkse artikelenaanbod. Het aanbod is verder tamelijk verspreid aanwezig. Het supermarktaanbod is wel sterk geconcentreerd in de noordelijke helft van de kern Waalwijk.
- Het dagelijkse artikelenaanbod in de kern Waalwijk realiseert een iets ondergemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo. In Waspik en Sprang-Capelle ligt de vloerproductiviteit ruimschoots onder het landelijk gemiddelde, maar dat is niet ongebruikelijk voor kleinere kernen.

## 3. KADERS VOOR DE VISIE

### 3.1 Trends

#### Aanbodzijde algemeen

De dagelijkse artikelensector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder is de laatste jaren sterk in beweging: de belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn:

- De trend tot schaalvergroting zet verder door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service supermarkten in kleinere en middelgrote plaatsen hebben een omvang van circa 1.000 - 1.750 m<sup>2</sup> wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.200 m<sup>2</sup> wvo omvatten. In enkele grote steden maken sommige supermarkten een schaa sprong naar 3.000-4.000 m<sup>2</sup> wvo (AH-XL, Jumbo Breda).
- Het benodigd draagvlak voor voorzieningen wordt - als gevolg van de schaalvergroting - steeds groter. De extra winkelmeters worden deels door een groter draagvlak terugverdiend. Aspecten als autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden hangen samen met deze ontwikkeling en worden daarom steeds belangrijker. Om het draagvlak toch te kunnen realiseren, opteren supermarkten steeds vaker voor locaties buiten reguliere winkelgebieden (meer ruimte).
- Tegelijkertijd is er een opleving van dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra zichtbaar. Er is in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het verbeteren van het verblijfsklimaat in dergelijke centra en het uitbreiden van de winkelruimte. Het aanbod concentreert zich steeds meer in de grotere winkelcentra. Vooral de supermarkten maken waar mogelijk een schaa sprong in deze sterk op boodschappen doen gerichte centra. Op wijk-, buurt- en dorpsniveau zijn supermarkten de belangrijkste publiekstrekkers.
- Supermarkten hebben steeds minder ieder hun eigen afgebakende verzorgingsgebied en de grootste supermarkten hebben vaak een aanvullende functie (een soort paraplu functie) ten opzichte van kleinere supers in de omgeving. Het gaat bij deze grootste supermarkten vaak om centrumsupermarkten, maar dit kan ook opgaan voor min of meer solitaire grootschalige supermarkten (veelal gelegen tussen grotere woongebieden).
- Factoren als een ruime overzichtelijke indeling, een breed assortiment, hygiëne en behulpzaam, vriendelijk personeel spelen een belangrijke rol in de supermarktkeuze van de consument.
- De marktsegmentatie bij supermarkten vervaagt; behalve in discountsupermarkten is er vrijwel overal sprake van een grote variatie in prijsstelling van de aangeboden producten. Bovendien ligt tegenwoordig het prijsniveau ook in diverse servicesupermarkten op een laag niveau door onder meer de toename van huismerken. Binnen het discountsegment krijgt Lidl langzamerhand meer een service-karakter.
- Branche- en sectorvervaging doet zich voor in diverse branches, waaronder de supermarktenbranche. In supermarkten wordt in toenemende mate non-food artikelen aangeboden, vaak op actiematige wijze. Vooral discountsupermarkten bieden deze non-food artikelen aan. Maar ook het vaste non-food assortiment in grotere winkels wordt breder.
- In navolging van de prijzenoorlog in de supermarktbranche hebben verschillende overnames en fusies plaatsgevonden. Albert Heijn, Jumbo en Lidl zijn sterk uit de strijd gekomen, de formules Edah, Super de Boer en C1000 zijn het slachtoffer geworden. Kleinschalige supermarkten, verspecialzaken op minder goede locaties en winkelstrips zonder eigentijdse supermarkt hebben het moeilijker gekregen.
- De filiëlisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit. De consument rekent deze formules tot het basisaanbod. Het aandeel filiaalbedrijven nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 35%, ten koste van het aantal zelfstandige bedrijven.
- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandigen wordt bemoeilijkt door filialisering en vergrijzing van het ondernemersbestand. De verwachting is dat het aandeel filiaalbedrijven ook in de toekomst verder gaat stijgen en dat het aandeel zelfstandige ondernemers verder gaat afnemen. Daarnaast staat de positie van de kleine zelfstandige winkelier onder druk door vergrijzing van het ondernemersbestand. De leeftijdsopbouw van het ondernemersbestand is nog sneller aan het vergrijzen vergeleken met onze bevolking. Ruim 35% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Uit eerder onderzoek van Inretail (CBW-MITEX) blijkt dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wil stoppen. In veel gevallen is er geen opvolging, waardoor veel winkels (gedwongen) zullen gaan sluiten.
- Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.
- Het aantal auto's neemt nog steeds toe. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe. 'No parking, no business'.
- Trafficlocaties worden steeds belangrijker. Niet alleen op vliegvelden, maar ook op trein- en busstations is steeds meer detailhandel te vinden, zowel op het gebied van dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen.
- Internet is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaal-

punten in bestaande winkelgebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel).

- De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De komst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. Binnen de internethandel gaan gespecialiseerde afhaalpunten een rol spelen bij de verspreiding van de bestellingen.

### **Effect internet op winkelbestedingen dagelijkse artikelen**

De verwachting van BRO voor de dagelijkse artikelensector is echter dat het aandeel van de internetbestedingen ondanks de komst van de afhaalpunten, de komende jaren tamelijk gering zal blijven, enerzijds omdat dit slechts een beperkte consumentengroep zal aanspreken, anderzijds omdat er in Nederland sprake is van een dicht netwerk aan buurt- en wijkcentra met goede, relatief goedkope supermarkten en andere aanbieders. Bovendien zal een deel van de aankopen via internet via de supermarkten lopen. Met het aantrekken van de economische groei is ook een verdere toename van de consumentenbestedingen aan dagelijkse artikelen waarschijnlijk en daar zal een deel van via de supermarkten verlopen. Geconcludeerd moet worden dat in ieder geval tot 2020 een daling van de bestedingen aan dagelijkse artikelen in of via winkels onwaarschijnlijk is, ook als de verkoop via internet toeneemt.

### **Vraagzijde algemeen**

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, andersom heeft het veranderende koopgedrag gevolgen voor de aanbodstructuur. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen, ook bij de supermarkt, wel is het bestede bedrag per bezoek toegenomen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra in verband met het gemak van ruime keus.
- Door een grotere mobiliteit en de beschikbare informatie voor de consument (o.a. Internet) is het referentiekader van de consumenten in de afgelopen jaren ruimer geworden. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in supermarkten (volledige assortimenten), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. Deze prijsbewuste consument is sterk op discountsupermarkten georiënteerd.
- In de dagelijkse sector worden de meeste aankopen door de consument gemiddeld nog steeds dicht bij huis gedaan. Dit aanbod blijft dan ook (mits het voldoet aan het verwachtingspatroon) in buurt, wijk en kern veel perspectief behouden.
- Door de veranderende bevolkingssamenstelling verandert ook de behoefte van de consument. Zo worden de winkelvoorzieningen in de wijk belangrijker door de toenemende vergrijzing.
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- De samenstelling van huishoudens verandert door minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.
- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal mensen met een benedenmodaal inkomen.
- Door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoonshuishoudens) is het arbeidspatroon veranderd en neemt de druk op vrije tijd bij grote groepen huishoudens toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.
- Recente koopstromenonderzoeken laten verschuivingen zien in het koop- en bestedingsgedrag van de consument. De mate waarin de consument haar dagelijkse boodschappen doet in de eigen woonplaats is aanzienlijk gedaald (koopkrachtbinding gemiddeld 5% lager). De consument is minder trouw aan het eigen boodschappenaanbod.  
De binding ligt logischerwijs een stuk hoger wanneer centra met een sterker winkelaanbod op grotere afstand liggen. Het zijn juist de plaatsen nabij grotere of sterkere winkelgebieden die in de verdrinking komen. De concurrentie tussen winkelgebieden is toegenomen. Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking zijn noodzakelijk om de concurrentiepositie te blijven behouden.

## **3.2Beleid**

### **Provinciaal beleid**

De provincie Noord Brabant heeft het onderwerp Detailhandel tegenwoordig hoog op de agenda staan. Er is door de provincie een notitie 'werk aan de winkel in de regio' opgesteld. Met de notitie informeert de provincie Noord-Brabant gemeenten, marktpartijen en kennisinstellingen over de wijze waarop de provincie detailhandel inzet om de ambities te realiseren. De notitie is tevens een reactie op de adviezen die zijn gegeven vanuit het 'Expertteam Detailhandel Noord-Brabant', SER Brabant en de Provinciale

Omgevingscommissie. Het (urgente) beeld dat hieruit naar voren komt is dat de detailhandelsmarkt niet langer een groeimarkt is.

Voor de uitwerking van de regionale detailhandelsvisies zijn door de provincie enkele richtinggevende uitgangspunten benoemd:

- Streef naar concentratie van detailhandel en voorkom verspreide bewinkeling.
- Scherp de toepassing van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' aan door detailhandelsontwikkelingen in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden te accommoderen.
- Wees terughoudend met perifere detailhandelsontwikkelingen (zowel wat uitbreiding als branchering betreft).
- Voeg per saldo géén extra winkelmeters toe.
- Benoem perspectiefrijke en perspectiefarme winkelgebieden.
- Investeer in perspectiefrijke gebieden en bied alternatieven voor perspectiefarme gebieden.
- Speel in op de ruimtelijke effecten van internetwinkelen: bestem showrooms of afhaalpunten van internetwinkels zo veel mogelijk in of aansluitend aan winkelgebieden (geen showrooms buiten bestaande winkelgebieden).
- Bied ruimte aan innovatieve concepten.
- Verbind nieuwe ontwikkelingen met (de effecten op) de bestaande detailhandelsstructuur.
- Laat detailhandelsinitiatieven aansluiten bij de specifieke kwaliteit en uniciteit (het DNA) en de ambities van de regio.
- Betrek marktpartijen, kennisinstellingen en centrummanagement bij de opstelling van regionale detailhandelsvisies en de vormgeving van nieuwe detailhandelsontwikkelingen.

Om de detailhandelsstructuur vitaal te houden en toekomstbestendig te maken ziet de provincie een primaire rol voor zichzelf op ruimtelijk vlak. Dit doet zij door te signaleren, agenderen, reguleren en te verbinden.

Relevante plannen worden getoetst op toepassing van de Ladder van duurzame verstedelijking. Regionale afstemming is hierbij een belangrijk aspect. Tenslotte gaat men indien nodig het indienen van zienswijzen bij ontwerpbestemmingsplannen en een reactieve aanwijzing of beroep bij vastgestelde plannen toepassen (met terughoudendheid). De beleidslijnen krijgen een vertaling in de provinciale Verordening Ruimte. Begin 2015 zal de provincie de uitgangspunten van het detailhandelsbeleid evalueren en zo nodig bijstellen.

#### **Gemeente Waalwijk: Detailhandelsvisie 2012**

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Waalwijk heeft als belangrijkste doelen een goede en duurzame verzorgingsstructuur voor haar inwoners en een sterk ondernemersklimaat voor ondernemers. De huidige detailhandelsstructuur vormt uitgangspunt voor de visie: concentraties die van elkaar verschillen in aanbod naar oppervlak en branchering, volume en verzorgingsfunctie. De winkelgebieden moeten elkaar blijvend aanvullen en hun eigen taak binnen de structuur vervullen, vanuit hun eigen kenmerken en kwaliteiten, aldus de visie.

Binnen de detailhandelsstructuur van Waalwijk kunnen de volgende soorten winkelgebieden worden onderscheiden:

- Waalwijk-centrum (accent recreatief winkelen in combinatie met boodschappen doen);
- Buurtsteunpunten/centra en beide dorpscentra (nadruk op boodschappen doen);
- Detailhandel in de periferie (nadruk op doelgericht, laagfrequent aankopen doen).

Marktruimte en dynamiek moeten in eerste instantie worden ingezet om de gewenste her- of doorontwikkeling van de voor de structuur belangrijkste winkelgebieden op gang te brengen. Verder concentreren is een hoofddoel, maar dit betekent niet dat alle verspreide bewinkeling moet verdwijnen. Verspreide winkels hebben vaak wel degelijk een functie; ze dragen bij aan de levendigheid en veiligheid van gebieden en/of bieden goedkope winkelruimte, o.a. voor startende ondernemers. Wel moet uitbreiding van verspreide bewinkeling worden beperkt.

Voor **Sprang-Capelle** staat een verdere concentratie van het dorpsverzorgende winkelaanbod in het centrale winkelgebied van Vrijhoeve centraal. Het opwaarderen en uitbreiden van dit winkelgebied in Vrijhoeve zal er in resulteren dat de inwoners van zowel Sprang-Capelle als Landgoed Driessen over een sterk boodschappencentrum op acceptabele afstand zullen kunnen beschikken.

Voor **Waspik** is voor de detailhandel het behoud van het huidige relatief hoge verzorgingsniveau uitgangspunt, met handhaving van beide supermarkten. Een bescheiden uitbreiding van de verkoopruimte van beide zaken wordt in dit verband niet uitgesloten. Streven is een verdere concentratie van het winkelaanbod rondom het centrale plein. De beoogde verbetering van de parkeersituatie aldaar verbetert het perspectief voor winkels. Een afname van het aantal speciaalzaken is waarschijnlijk, maar daarmee ontstaat ook weer meer perspectief voor de resterende aanbieders in dezelfde branche.

#### **Waalwijk-kern**

Supermarkt Nettorama aan de Burgemeester Verwielstraat in de wijk **Besoyen** heeft naast een lokale ook een wijkoverstijgende verzorgingsfunctie. Een verplaatsing naar een andere centraal in dit woongebied gelegen, goed bereikbare locatie, hoeft niet uitgesloten te worden. De Grotestraat westelijk van de Van Coothstraat wordt in de detailhandelsvisie gekenmerkt als aanlooproute, met een gevarieerde functiemix.

Met een service-supermarkt, een discounter en diverse speciaalzaken zijn de inwoners van de **noord-oostelijke woonwijken (Baardwijk/Laageinde)** in principe goed verzorgd. Door hun aard trekken beide supers ook koopkracht van buiten het directe verzorgingsgebied. Bezien vanuit de structuur heeft een verplaatsing van de Emté supermarkt naar een centrale locatie in het marktgebied en integratie met andere winkels de voorkeur. Het commerciële aanbod aan het Laageinde en de Loeffstraat wordt in de visie als 'verspreid' beschouwd. Ideaalbeeld is verplaatsing naar sterke, toekomstbestendige winkelcentra in Waalwijk.

Over de overige Linten doet de detailhandelsvisie geen uitspraak. Voor detailhandel hebben ze derhalve op termijn geen wezenlijke functie meer. Een zaak als Groenrijk Waalwijk aan de Tilburgseweg is daarop een uitzondering.

Op korte termijn wordt de detailhandelsvisie geactualiseerd.

### **3.3 Planinitiatieven**

In de gemeente Waalwijk hebben diverse initiatieven voor verplaatsing en/of uitbreiding van bestaande supermarkten gespeeld. De planinitiatieven die nog steeds actueel zijn, zijn de volgende:

- Er is een herontwikkelingsplan voor het Raadhuisplein in Sprang-Capelle (centrum Vrijhoeve). Er komt voor de aanwezige Plus-supermarkt een nieuwe winkel en daarbij wordt nog enige winkelruimte ontwikkeld. Hiertoe wordt de aanbouw van het voormalige gemeentehuis deels gesloopt. In totaal wordt er ca. 2.260 m<sup>2</sup> bvo nieuwe winkelruimte gerealiseerd, waarvan ca. 160 m<sup>2</sup> op verdieping. Circa 1.300 m<sup>2</sup> bvo is gereserveerd voor de supermarkt (= ca. 975 m<sup>2</sup> wvo). De supermarkt wordt daarmee ca. 150 m<sup>2</sup> wvo groter dan nu. De overige ruimte (ca. 800 m<sup>2</sup> bvo, exclusief bovenruimte, = 600 m<sup>2</sup> wvo) kan in principe ook ingevuld worden met nieuwe dagelijkse artikelenwinkels. Dit is gezien de beperkte marktmogelijkheden echter niet erg waarschijnlijk. Zo het al gebeurt, dan zal het vermoedelijk vooral gaan om verplaatsingen van bestaande zaken, waarbij de achterblijvende panden uiteindelijk een andere invulling krijgen dan dagelijkse artikelen. De per saldo extra uitbreiding aan dagelijkse artikelen zal daarmee naar inschatting van BRO hooguit ca. 300 m<sup>2</sup> wvo bedragen. De totale uitbreiding aan dagelijkse artikelen door de herontwikkeling van centrum Vrijhoeve komt daarmee uit op 150 tot maximaal 450 m<sup>2</sup> wvo. Wel zou theoretisch in het door de supermarkt te verlaten pand (825 m<sup>2</sup> wvo) ook weer dagelijkse artikelen kunnen komen omdat er een detailhandelsbestemming op ligt.

- De EMTÉ aan de Van der Duinstraat in Sprang-Capelle wordt gemoderniseerd en er wordt geïnvesteerd in de aankleding van de buitenruimte. Ook wordt de parkeerplaats fors uitgebreid. De uitbreiding van de verkoopruimte is beperkt, ca. 50-100 m<sup>2</sup> wvo.
- De Plus aan de Mozartlaan (Waalwijk Zuidwest) zal verplaatsen naar de Reigerbosweg (hoek Prof. Kamerlingh Onnesweg). De nieuwe winkel zal ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo bedragen (= ca. 1.200 m<sup>2</sup> wvo). Ten opzichte van de huidige situatie gaat het om een uitbreiding met ca. 825 m<sup>2</sup> wvo. De huidige winkelruimte zal na de verplaatsing geen supermarktinfilling meer kunnen krijgen.
- Er zijn plannen voor verplaatsing van de EMTÉ supermarkt aan de Grotestraat naar het terrein van garagebedrijf Appels aan de Laageindsesteop. De nieuwe winkelruimte zal maximaal 2.000 m<sup>2</sup> bvo bedragen (= ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo). De verplaatsing gaat gepaard met een vergroting met ca. 250 m<sup>2</sup> wvo. Ook hierbij zal de huidige winkelruimte als supermarkt uit de markt genomen worden.
- Lidl in buurtwinkelcentrum Dr. Kuyperlaan wil uitbreiden naar een moderne maatvoering en heeft in dit verband plannen ontwikkeld voor een herstructurering van het winkelcentrum. De omvang van de het winkelcentrum zal daarbij toenemen van 1.792 naar 2.068 m<sup>2</sup> bvo. De winkelruimte zal daarbij toenemen van ca. 1.125 nu naar 1.550 m<sup>2</sup> wvo (+ 425 m<sup>2</sup> wvo).

In totaal omvatten de plannen voor een uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod in Sprang-Capelle ca. 200-550 m<sup>2</sup> wvo en in Waalwijk-kern ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo. Hierbij moet er wel rekening mee gehouden worden dat er het aantal levensmiddelen speciaalzaken de komende jaren vermoedelijk geleidelijk verder zal afnemen. De per saldo uitbreiding zal daardoor naar verwachting lager uitvallen, iets waarbij de overwegingen ten aanzien van de verzorgingsstructuur rekening gehouden dient te worden.

### **3.4 Distributieve uitbreidingsmogelijkheden**

#### **Uitgangspunten**

Navolgende tabellen geven een indicatieve berekening van de distributieve ruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector. De berekeningen zijn gebaseerd op de volgende uitgangspunten:

- Het verwachte inwonertal per kern voor 2020 is gehanteerd.
- De beoogde versterking van het supermarktaanbod zal resulteren in minder koopkrachtafvlouing naar met name Kaatsheuvel en een hogere koopkrachtbinding in Waalwijk-kern en Sprang-Capelle. Voor de eerstgenoemde kern wordt ca. 90% aangehouden, voor de laatstgenoemde kern 55-60%. Dit laatste is tamelijk laag voor het aanwezige aanbod (twee moderne supermarkten), maar er is rekening gehouden met de nabijheid van Kaatsheuvel en de verplaatsing van Plus in Waalwijk-kern.
- Omdat de versterkingen vooral op buurt- en wijkniveau plaatsvinden, zal er weinig extra omzet van buiten Waalwijk-kern getrokken worden. Wel zal er door de groei van Landgoed Driessen meer koopkracht toevloeien naar Sprang-Capelle.



- Omdat de uitbreidingsplannen voor het overgrote deel betrekking hebben op supermarkten, is de berekening van de uitbreidingsruimte is op de omzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit) voor de supermarkten zoals die momenteel in Waalwijk en Sprang-Capelle door het aanwezige aanbod gerealiseerd wordt. Voor Waalwijk gaat het om ca. € 7.550,- voor Sprang-Capelle om ca. € 6.225,-. Meestal resulteert een vergroting van een supermarkt wel in meer omzet maar niet in een hogere gerealiseerde omzet per m<sup>2</sup> wvo (omzetverdunding door een ruimere opzet van de winkel).
- De bestedingscijfers van 2014 worden ook voor 2020 gebruikt.
- Voor de gehanteerde koopkrachtbindings- en koopkrachttoevloeiingspercentages geldt het uitgangspunt dat het aanbod en de aanbodstructuur daadwerkelijk versterkt zijn, waardoor het aanbod sterk aan aantrekkingskracht gewonnen heeft.
- De getallen zijn afgerond.

Omdat er in het geval van Waspik geen grote mutaties in het inwonertal en de koopstromen te verwachten zijn, is er naar de toekomst toe theoretisch geen uitbreidingsruimte aan te geven.

**Tabel 3.1: Kern Waalwijk: Marktmogelijkheden benaderd**

	Dagelijks, 2020
Inwonertal	33.125
Besteding per hoofd	€ 2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 76,7
Koopkrachtbinding (%)	90%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 69,0
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet van buiten)	19%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 16,2
Totale omzet (mln.)	€ 85,2
Huidige omzet (mln.)	77,8
Vershil	7,4
Benodigde omzet per m <sup>2</sup> wvo supermarkten	€ 7.550
Uitbreidingsruimte m <sup>2</sup> wvo	Ca. 1.000

**Tabel 3.2: Kern Sprang-Capelle: Marktmogelijkheden benaderd**

	Dagelijks, 2020
Inwonertal	9.500
Besteding per hoofd	€ 2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 22,0
Koopkrachtbinding (%)	55-60%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 12,1-13,2
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet van buiten)	25%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 4,0- 4,4
Totale omzet (mln.)	€ 16,1-17,6
Huidige omzet (mln.)	€ 14,3
Vershil (mln.)	1,8-3,3
Benodigde omzet per m <sup>2</sup> wvo supermarkten	6.225
Uitbreidingsruimte m <sup>2</sup> wvo	290-530

### Invloed Landgoed Driessen

In bovenstaande tabellen is rekening gehouden met de invloed van de ontwikkeling van de nieuwe woonwijk Landgoed Driessen. Bij een verdere bebouwing zullen de marktmogelijkheden in Waalwijk-kern en Sprang-Capelle na 2020 nog iets toe kunnen nemen. Uitgaande van 4.600 inwoners komt het bestedingspotentieel van de inwoners van Landgoed Driessen uit op € 10,65 mln. op jaarbasis. Als hiervan ca. 20% afvloeit, voornamelijk naar Kaatsheuvel, dan resteert er ruim € 8,5 mln. Verwacht mag worden dat hiervan circa de helft (ca. € 4,25 mln.) afvloeit naar Sprang-Capelle en de ander helft naar Waalwijk. Uiteraard is bij een kortere termijn minder marktruimte te berekenen vanwege de geringere bevolkingsgroei.

### Kwaliteit boven kwantiteit

De benaderde distributieve ruimte is het resultaat van een berekening die is gebaseerd op meerdere aannames. Immers, het gaat om toekomstige ontwikkelingen die op voorhand nooit exact kunnen worden voorspeld. Zo kan het inwonertal onverwacht veranderen, kunnen de bestedingen sterk gaan stijgen of juist sterk dalen en kunnen de koopstromen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van bovenstaande berekeningen dienen dan ook als indicatief te worden gezien en niet als normatief. In dat verband is het van belang aan te geven dat bij ontwikkelingen vaak meer waarde dient te worden gehecht aan de kwalitatieve aspecten dan aan de kwantitatieve, distributieve mogelijkheden. Als de ontwikkeling, op een vanuit de structuur bekeken goede plek én passend in het beleid, resulteert in het verdwijnen van verouderd aanbod, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Immers, modern aanbod op een aantrekkelijke locatie is in de plaats gekomen en daar haalt de consument

het meeste voordeel uit. Kortom, het realiseren van meer dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft niet per se erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

### **3.5 Resumé**

- Met name bij supermarkten is er sprake van een voortgaande trend tot schaalvergroting. Het aantal kleinere supermarkten en levensmiddelen speciaalzaken neemt mede hierdoor af, en kleine buurt- en dorpscentra komen onder druk te staan.
- Voor het functioneren van boodschappencentra zijn een goede bereikbaarheid en autoparkeermogelijkheden belangrijke randvoorwaarden.
- De verwachting voor de komende jaren (tot 2020) is dat het belang van internet als aankoopplaats ook in de sector dagelijkse artikelsector aan belang gaat winnen, maar dat dit niet zal resulteren van een daling van de consumentenbestedingen in de dagelijkse artikelenwinkels.
- Er zijn in Waalwijk meerdere plannen en concrete initiatieven voor een uitbreiding van bestaande supermarkten, al of niet in combinatie met een verplaatsing. Voor Waalwijk-kern gaat het om een uitbreiding met ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo, voor Sprang-Capelle met ca. 200-550 m<sup>2</sup> wvo.
- Uit de berekeningen komt een theoretische uitbreidingsruimte voor de dagelijkse artikelsector tot 2020 van ca. 290 tot 530 m<sup>2</sup> wvo voor Sprang-Capelle naar voren, en van ca. 1.000 m<sup>2</sup> wvo voor Waalwijk-kern.

## **4. EFFECTENANALYSE EN VISIE OP DE STRUCTUUR**

### **4.1 Inleiding**

In dit hoofdstuk worden de mogelijke effecten van de veranderingen in vraag en aanbod op het gebied van het dagelijkse artikelen nader geanalyseerd en worden de consequenties voor eerder in de Detailhandelsvisie aangegeven na te streven structuur van boodschappencentra benoemd.

### **4.2 Uitgangspunten**

In de Detailhandelsvisie van januari 2012 van de gemeente Waalwijk zijn enkele richtinggevende uitgangspunten voor de structuur van boodschappencentra benoemd. Deze zijn nog steeds relevant en vormen daarmee ook het toetsingskader voor de navolgende effectenanalyse. Aangegeven is dat in het algemeen gestreefd wordt naar het bieden van een in kwalitatief en kwantitatief opzicht zo goed mogelijk boodschappen aanbod, passen bij het verzorgingsgebied. Voor de consument is het van belang dat zich op redelijke afstand van een volwaardig voorzieningspakket aan dagelijkse artikelen bevindt, met ruime keuzemogelijkheden en dus voldoende variatie binnen het aanbod. Voor de ondernemer moet er een gezonde basis aanwezig zijn om, nu en in de toekomst, de winkel rendabel te kunnen exploiteren. Dit vertaalt zich in de volgende uitgangspunten

#### **Evenwichtige spreiding en centrale ligging in verzorgingsgebied**

Zodat zoveel mogelijk inwoners over minimaal één supermarkt op loop- c.q. fietsafstand kunnen beschikken. Om dit laatste te bereiken is het ook gewenst dat de boodschappencentra en/of solitaire supermarkten (buurtsteunpunten) centraal in hun primaire marktgebied gesitueerd zijn.

#### **Opschaling bestaand supermarktaanbod, geen uitbreiding vestigingen**

In principe wordt de bestaande supermarkten in Waalwijk de mogelijkheid geboden om daar waar wenselijk te komen tot schaalvergroting op de huidige c.q. een andere locatie, tenzij die locatie niet past in de beoogde structuur van boodschappencentra. Een uitbreiding van het aantal supermarkten wordt niet nagestreefd.

#### **Behoud supermarkten als trekkers voor winkelgebieden**

Supermarkten zijn belangrijke trekkers voor winkelgebieden. vanuit dit oogpunt wordt behalve voor Waalwijk-centrum ook gestreefd naar behoud van supermarktaanbod in de beide Waalwijkse buurtwinkelcentra Bloemenoordplein en Dr. Kuyperslaan.

Ten aanzien van het laatste punt moet opgemerkt worden dat het landelijke beeld laat zien dat het consumentendraagvlak in het primaire verzorgingsgebied niet overal meer groot genoeg is voor een goed functionerend compleet buurtwinkelcentrum. In dergelijke gevallen kan een buurtsteunpunt in de vorm van een supermarkt van voldoende maatvoering aangevuld met hooguit enkele andere voorzieningen soms de consumentenverzorging op buurt- of wijkniveau invullen.

#### **Figuur 4.1: Theoretisch verzorgingsbereik supermarkten**

(Voor figuur zie [www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën](http://www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën) en economie)

Voorgaand kaartbeeld geeft een beeld van het verzorgingsbereik van de supermarkten in de gemeente Waalwijk en de kern Kaatsheuvel, uitgaande van een verzorgingsgebied met een straal van 700 meter. Voor de centrumsupermarkten is een dubbele straal aangehouden.

### **4.3 Sprang-Capelle**

#### **Uitbreidingsruimte aanwezig**

Sprang-Capelle heeft enerzijds te maken met een sterke concurrentie vanuit Kaatsheuvel waar een ruim en sterk supermarktaanbod aanwezig is, maar anderzijds met een groeiend consumentenpotentieel door de realisatie van de woonwijk Landgoed

Driessen. Door een versterking van het supermarktaanbod kan een hogere koopkrachtbinding gerealiseerd worden en de afvloeiing verminderd worden. In het vorige hoofdstuk is aangegeven dat er theoretisch ook uitbreidingsruimte is voor een versterking van het supermarktaanbod, althans als uitgegaan

wordt van de huidige (tamelijk lage) omzet per m<sup>2</sup> vwo. Na 2020 zal door de verdere groei van Landgoed Driessen het consumentenpotentieel en daarmee de distributieve ruimte nog iets verder toenemen.

#### **Effecten positief**

Beleidsmatig is eerder door de gemeente al ingestoken op een versterking van centrum Vrijhoeve als het hoofdwinkelcentrum van Sprang-Capelle, met tevens een functie voor de inwoners van Landgoed Driessen. De beleidsmatig beoogde verplaatsing van de nu solitair gevestigde supermarkt naar dit winkelcentrum gaat echter niet door. Wel zal de al gevestigde Plus-supermarkt binnen het centrum verplaatsen naar een nieuwe locatie en tevens moderniseren en uitbreiden. Hierdoor zal deze winkel beter kunnen concurreren met de solitair gelegen Em-té-supermarkt, en verwacht mag worden dat er daardoor meer bezoekers naar centrum Vrijhoeve komen, met name ook uit Landgoed Driessen. Daar kunnen ook de andere winkels in dit winkelcentrum van profiteren, zoals uit navolgend cursiefje blijkt.

#### **De rol van supermarkten in boodschappencentra**

*Binnen de in eerste instantie op boodschappen doen gerichte wijkwinkelcentra nemen de supermarkten een centrale rol in. Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkingen voor deze winkelcentra. Een doorsnee-supermarkt van 1.000 à 1.200 m<sup>2</sup> vwo trekt ca. 12.000 bezoekers per week. De andere dagelijkse artikelenwinkels, maar zeker ook de andere aanwezig winkels en voorzieningen, profiteren van de trekkracht van de supermarkten omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod. 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 winkels.*

*Een ander onderzoek komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een zeer hoog niveau ligt. Hierbij wordt het combinatiebezoek positief beïnvloed als de supermarkt zeer dicht bij de andere winkels is gelegen.*

*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%) beduidend 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.*

*De onderzoekers komen tot de slotconclusie dat supermarkten een zeer belangrijke bijdrage leveren aan het voortbestaan van een gevarieerd aanbod dagelijkse speciaalzaken in dorps- en wijkcentra.*

#### **Kans op meer leegstand in de Linten**

Een versterking van het supermarktaanbod betekent gewoonlijk ook meer concurrentie voor de levensmiddelspeciaalzaken en bij de buiten het centrum Vrijhoeve gelegen winkels wordt dit niet gecompenseerd door het extra bezoek dat de gemoderniseerde supermarkt trekt. Een versterking van het supermarktaanbod zal daarom mogelijk resulteren in een krimp van elders langs het lint gelegen dagelijkse artikelaanbod, zoals dat ook in Waspik plaats heeft gevonden. Hierbij moet opgemerkt worden dat een dergelijke krimp ook zonder versterking van de supermarkt in Vrijhoeve in het licht van de algemene ontwikkelingen, waarschijnlijk is. Met name het gebrek aan opvolging als een ondernemer er mee op houdt, speelt hierbij mee. Er is zo gezien hooguit sprake van een versnelling van een autonoom proces.

#### **Zonder versterking verschraling**

Gevreesd moet worden dat zonder versterking van het supermarktaanbod in Sprang-Capelle, een nog groter aandeel koopkracht naar Kaatsheuvel zal afvloeien. Met de vestiging van een moderne Plus aan de Reigerbosweg zal ook Waalwijk-kern voor de inwoners van (een deel van) Sprang-Capelle en Landgoed Driessen een aantrekkelijk alternatief zijn. Het gevolg kan een verschraling van de consumentenverzorging voor de inwoners van Sprang-Capelle en Landgoed Driessen zijn.

#### **Een derde supermarkt?**

Door de verplaatsing van de Plus in Vrijhoeve blijft er een grotere winkelruimte achter. Daar zou zich theoretisch eventueel een supermarkt in kunnen vestigen. Zeker als het een supermarkt met een sterk onderscheidend vermogen betreft, zou die er voor kunnen zorgen dat er meer lokale koopkracht in Sprang-Capelle blijft en er ook iets meer uit Landgoed Driessen getrokken wordt. Dit is in navolgende tabel doorgerekend.

**Tabel 4.1: Kern Sprang-Capelle: Marktmogelijkheden bij vestiging derde supermarkt benaderd**

	Dagelijks, 2020
Inwonertal	9.500
Besteding per hoofd	€ 2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 22,0
Koopkrachtbinding (%)	70%

Gebonden bestedingen (mln.)	€ 15,4
Koopkrachttoevoeiing (aandeel omzet van buiten)	25%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 5,1
Totale omzet (mln.)	€ 20,5
Benodigde omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.225
Haalbare omvang (m <sup>2</sup> wvo)	3.290
Huidige omvang (m <sup>2</sup> wvo)	2.485
Uitbreidingsruimte m <sup>2</sup> wvo	Ca. 800

Uit de tabel komt naar voren dat er theoretisch onvoldoende marktruimte is aan te geven voor en derde supermarkt in Sprang-Capelle. De kans dat zich een derde supermarkt zich hier vestigt, is daarmee niet al te groot, ook omdat het ruime aanbod in Kaatsheuvel dichtbij gelegen is. Maar het is ook niet uit te sluiten. Voor de consument betekent een derde supermarkt in ieder geval tijdelijk een vergroting van de keuzemogelijkheden. Indien het een heel krachtige supermarkt betreft, kan het effect echter zijn dat een van beide andere supermarkten het niet redt en dus verdwijnt. Dat geeft een aantal opties:

- De solitair gelegen supermarkt verdwijnt. Er resteert dan een meer geconcentreerd supermarkt-aanbod in Vrijhoeve-centrum, hetgeen niet negatief is voor de detailhandelsstructuur.
- Een van de beide supermarkten in Vrijhoeve-centrum verdwijnt. Dit zou een ongewenste ontwikkeling zijn omdat de zo ontstane leegstand de aantrekkelijkheid van het winkelcentrum aantast. Ook zou de consument minder uit zijn omdat er een kleinere supermarkt resteert als trekker voor centrum Vrijhoeve. Die kleinere supermarkt zou echter weer kunnen verplaatsen naar de nieuwe winkelruimte, en daarmee is de situatie weer gelijk aan de uitgangssituatie.

Geconcludeerd moet worden dat de vestiging van een derde supermarkt in Sprang-Capelle risico's met zich meebrengt, maar uiteindelijk de lokale en regionale detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging niet in gevaar brengt.

#### **Andere invulling vrijkomend supermarktpand**

Door de voorgenomen verplaatsing van de supermarkt komt er in centrum Vrijhoeve een groter winkel pand vrij (ca. 1.050 m<sup>2</sup> bvo). Mede omdat er al enige leegstand in het centrum aanwezig is, is een verder toename van de leegstand ongewenst. Leegstand heeft immers een negatief effect op de algehele uitstraling en daarmee de aantrekkelijkheid van een winkelcentrum. De kansen op een passende herinvulling met een winkel op het gebied van niet-dagelijkse artikelen worden positief beïnvloed door de omvang van het marktgebied (Sprang-Capelle + Landgoed Driessen ca. 12.500 inwoners) en het feit dat het consumentendraagvlak hier nog doorgroeit naar ca. 13.500 à 14.000 inwoners.

De nabijheid van Kaatsheuvel-centrum en Waalwijk-centrum beperken de mogelijkheden echter, evenals de verwachte verdere groei van het webwinkelen. Desalniettemin is er wel enige marktruimte aan te geven, zeker als uitgegaan wordt van een versterking van het aanbod (zie DPO kern Sprang-Capelle, actualisatie 2014). Een versterking is vooral gewenst op het gebied van huishoudelijke artikelen aanverwant, omdat dit nu niet aanwezig is. Een huishoudelijke artikelenwinkel als Blokker of Marskramer, maar ook een klein warenhuis (Hema) of warenhuisachtige winkel als Action of Big Bazar kunnen dit invullen. Daarnaast vormt een textielsupermarkt als Zeeman of Wibra een welkome aanvulling. Het vrijkomende supermarktpand kan een grotere winkel in deze sfeer huisvesten, maar ook twee kleinere (bijvoorbeeld een kleine Hema in combinatie met een textielsupermarkt of huishoudelijke artikelenzaak).

Voor het functioneren van centrum Vrijhoeve als boodschappencentrum is het van groot belang dat een dergelijke versterking van het niet-dagelijkse aanbod doorgang vindt omdat er extra bezoekers getrokken worden waarvan een deel ook hun dagelijkse inkopen in dit winkelcentrum zal gaan doen. Met de genoemde ontwikkelingen zal het winkelaanbod in centrum Vrijhoeve zich nog meer dan nu al het geval is concentreren aan de noordzijde van het plein. De zuidzijde kan vooral een functie behouden voor andere publieksgerichte dienstverlening (ambachtelijk, zakelijk, vermaak, sociaal-maatschappelijk, medisch, etc.).

#### **4.4 Waspik**

Voor Waspik blijft voorop staan dat het huidige, nog altijd relatief hoge verzorgingsniveau gehandhaafd blijft. Dit wordt met name ingevuld door de beide supermarkten. De eerder voorziene krimp van het aantal speciaalzaken heeft inderdaad plaatsgevonden, maar er is nog altijd een respectabel aantal overgebleven.

#### **4.5 Waalwijk-kern**

Eerder is geconstateerd dat Waalwijk-kern een redelijk evenwichtige structuur van boodschappen kent, bestaande uit enkele buurtcentra en buurtsteunpunten (solitaire supermarkten) en het hoofdwinkelcentrum, dat tevens een 'paraplufunctie' voor de hele kern heeft en daarnaast ook omzet van buiten de kern trekt. Binnen de kern Waalwijk zijn zoals hiervoor is aangegeven enkele concrete initiatieven met betrekking tot verplaatsing en uitbreiding van supermarkten ontplooid. In deze paragrafen worden de distributie-planologische haalbaarheid en effecten op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur nader uitgewerkt.

#### **Figuur 4.2: Theoretisch verzorgingsbereik supermarkten Waalwijk-kern**

(Voor figuur zie [www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën\\_en\\_economie](http://www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën_en_economie))

#### 4.5.1 Waalwijk-Noordoost

##### Visie ontwikkelingsrichting

In de Detailhandelsvisie van de gemeente Waalwijk wordt over de ontwikkeling van de boodschappenstructuur het volgende aangegeven:

*“Met een service-supermarkt, een discounter en enkele speciaalzaken zijn de inwoners van de oostelijke woonwijken in principe prima verzorgd. Het draagvlak is op zichzelf aan de kleine kant voor twee supermarkten, maar door hun aard trekken beide supers ook koopkracht van buiten het directe verzorgingsgebied. De beide supermarkten, en daarmee ook de andere winkels, profiteren echter niet optimaal van elkaars aantrekkingskracht door de solitaire ligging van de Em-té. Deze zaak kent op de huidige locatie ook parkeerproblemen. Bezien vanuit de structuur heeft een verplaatsing van deze zaak naar een centrale locatie in het marktgebied en integratie met andere winkels de voorkeur. Een verplaatsing naar een nieuwe solitaire locatie kan pas aan de orde zijn als aangetoond wordt dat een concentratie ruimtelijk en/of financieel niet haalbaar is en er geen negatieve effecten op de andere winkelgebieden te verwachten zijn.”*

Inmiddels is duidelijk geworden dat een verplaatsing van beide aanwezige supermarkten naar een meer centrale locatie in de wijk niet haalbaar is, en hebben beide supermarktorganisatie plannen ontwikkeld voor een modernisering van hun winkels in respectievelijk winkelcentrum Dr. Kuyperslaan (Lidl) en een locatie van een garagebedrijf op het bedrijventerreintje aan de Laageindse Stoep (Em-té). Voordeel van deze ontwikkeling is dat de in dit deel van Waalwijk woonachtige consumenten blijven beschikken over een modern supermarktaanbod dat bestaat uit twee qua marktsegment waarop men zich richt redelijk complementaire supermarkten. Bovendien blijven de inwoners op korte afstand over een supermarkt beschikken doordat er zowel in het oostelijke als het westelijke deel van de wijk een supermarkt gehandhaafd blijft. Een nadeel is dat de beoogde synergie door concentratie niet behaald wordt.

##### Marktmogelijkheden

In totaal omvat de dagelijkse artikelensector in het gebied 10 winkels met samen 2.530 m<sup>2</sup> wvo. Hiervan bevinden zich 6 winkels in het winkelgebied Dr. Kuyperslaan (1.120 m<sup>2</sup> wvo) en de rest is verspreid aanwezig. Met bijna 8.000 inwoners is het consumentendraagvlak aan de kleine kant voor twee supermarkten van een moderne omvang (in een stedelijke omgeving). Door hun relatieve uniciteit zullen beide supermarkten echter een aanzienlijk deel van de omzet van buiten de wijk trekken.

In navolgende tabel is een verkennende berekening gemaakt van de uitbreidingsruimte voor de sector dagelijkse artikelen in Waalwijk-Noordoost, uitgaande van een versterking van het aanbod, in concreto de modernisering en uitbreiding van de beide supermarkten. Voor de beoogde vergroting (samen maximaal ca. 675 m<sup>2</sup> wvo) is theoretisch net niet voldoende uitbreidingsruimte aanwezig. Wel is het te verwachten dat er de komende jaren ook enkele kleinere winkels zullen verdwijnen (zie trends en ontwikkelingen) en een deel van de nieuwe ruimte kan ook ingevuld worden met niet-dagelijkse artikelenwinkels of andere functies, zoals horeca.

**Tabel 4.2: Waalwijk-Oost: Marktmogelijkheden bij versterking supermarktaanbod**

	Dagelijks, 2020
Inwonertal	8.000
Besteding per hoofd	€ 2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 18,5
Koopkrachtbinding (%)	65%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 12,0
Koopkrachttoevoeiing (aandeel omzet van buiten)	35-40%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 6,5 – 8,0
Totale omzet (mln.)	€ 18,5-20,1
Benodigde omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.750
Haalbare omvang (m <sup>2</sup> wvo)	2.740-2.970
Huidige omvang (m <sup>2</sup> wvo)	2.530
Uitbreidingsruimte m <sup>2</sup> wvo	200-450

Eenversterking van het supermarktaanbod in Waalwijk-Noordoost in combinatie met de verplaatsing/vergroting van de Plus in Zuidwest, betekent dat de berekende marktruimte voor geheel Waalwijk-kern iets overschreden wordt, maar de effecten op de consumentenverzorging of detailhandelsstructuur zijn gering (zie hierna).

#### 4.5.2 Waalwijk Zuidwest

##### Visie ontwikkelingsrichting

In de detailhandelsvisie is aangegeven dat een versterking van het supermarktaanbod hier gewenst is en dat als dat niet centraal in de wijk kan, een verplaatsing naar de nu in beeld zijn de locatie aan de Reigerbosweg onderzocht kan worden. Voorwaarden voor een verplaatsing zijn in ieder geval dat de maatvoering moet passen bij de buurt/wijkfunctie en dat op de achterblijvende locatie zich geen nieuwe supermarkt kan vestigen.

Er is door de supermarktorganisatie in samenspraak met de gemeente vele jaren gezocht naar een nieuwe locatie voor de supermarkt, maar inmiddels is duidelijk geworden dat een nieuwe locatie centraal in de wijk of een herontwikkeling op de huidige locatie niet tegen acceptabele kosten en/of zonder onaanvaardbare effecten op de omgeving haalbaar is. Ook is de beoogde omvang van de supermarkt op



de nieuwe locatie normaal voor een servicesupermarkt met een buurt/wijkfunctie en de omvang wijkt ook niet af van de overige buurt- en wijksupermarkten in Waalwijk-kern of Sprang-Capelle. Verder zal zich in het te verlaten pand geen nieuwe supermarkt kunnen vestigen.

### Marktmogelijkheden

Het onderscheiden verzorgingsgebied Zuidwest omvat de wijk Zanddonk (5.232 inwoners incl. bedrijventerrein) en daarnaast gedeelten van de wijken Meerdijk (2.780 inwoners en St. Anthoniusparochie (2.142 inwoners). De laatstgenoemde wijk is voor de helft meegenomen, Meerdijk voor een kwart (voor de overige inwoners van deze wijken is Bloemenoordplein dichterbij gelegen). Daarmee komt het inwonertal van het verzorgingsgebied uit op ca. 7.000. In de huidige situatie zal door het beperkte aanbod veel koopkracht afvloeien naar de omringende wijken en naar Kaatsheuvel. Door de ligging van de winkel aan de rand van het woongebied zal de koopkrachtbinding waarschijnlijk niet al te hoog uitpakken. Wel mag verwacht worden dat het dagelijkse artikelen aanbod aan de St. Anthoniusstraat, met name Eyub, relatief veel omzet van buiten de wijk trekt. Bij een verplaatsing van de Plus zal dat ook voor die winkel het geval zijn, omdat de winkel aan de belangrijkste verbindingroute tussen enerzijds Sprang-Capelle en Landgoed Driessen en anderzijds het centrum van Waalwijk komt te liggen. Hier is in navolgende berekening rekening mee gehouden. De berekende distributieve ruimte blijft iets achter bij de daadwerkelijke uitbreiding van het aanbod met ca. 825 m<sup>2</sup> wvo, maar het verschil is te klein om structurele effecten te hebben.

**Tabel 4.3: Waalwijk Zuidwest: Marktmogelijkheden bij versterking supermarktaanbod**

	Dagelijks, 2020
Inwonertal	7.000
Besteding per hoofd	€ 2.315
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 16,2
Koopkrachtbinding (%)	45%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 7,3
Koopkrachttoevoeiing (aandeel omzet van buiten)	30-35%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 3,1-3,9
Totale omzet (mln.)	€ 10,4-11,2
Benodigde omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 7.000
Haalbare omvang (m <sup>2</sup> wvo)	1.485-1.600
Huidige omvang (m <sup>2</sup> wvo)	844
Uitbreidingsruimte m <sup>2</sup> wvo	640-755

### Effecten

Het perspectief voor de vernieuwde Plus-supermarkt op de nieuwe locatie is in principe goed te noemen, ook al is de locatie niet centraal in het verzorgingsgebied gelegen. Er kan hier meer dan op de huidige locatie geprofiteerd worden van passanten en bezoekers aan de woonboulevard. De omzetteffecten zullen zich naar verwachten spreiden over het overige in Waalwijk aanwezige aanbod, maar met name het centrum zal de effecten merken. Enerzijds omdat de inwoners van Zuidwest minder dan voorheen op het centrum-supermarktaanbod zijn aangewezen, anderzijds omdat dit aanbod minder profiteert van de groei van Landgoed Driessen. Het ligt echter in de lijn der verwachting dat er vooral minder koopkracht uit Zuidwest richting Kaatsheuvel zal vloeien. Uit de laatste koopstroommeting is gebleken dat maar liefst 15% van de koopkracht uit de zuidwestelijke woonwijken naar Kaatsheuvel ging.

Voor Sprang-Capelle geldt dat de nieuwe winkel voor een deel van de inwoners een alternatief kan zijn voor de Plus in centrum Vrijhoeve. Het gaat dan met name om de inwoners van Sprang. Echter ook de Plus in Vrijhoeve zal vernieuwen en het is zeker niet ondenkbaar dat er minder koopkracht vanuit Sprang-Capelle richting Kaatsheuvel gaat omdat er dichterbij twee vernieuwde Plus-winkels komen. Er is dan dus sprake van een ombuiging van de afvloeiding vanuit Sprang-Capelle naar Kaatsheuvel richting Vrijhoeve-centrum en Waalwijk-kern.

#### 4.5.3 Waalwijk-Zuidoost

Winkelcentrum Bloemenoordplein is enkele jaren geleden geheel gemoderniseerd en de supermarkt is uitgebreid. Het primaire verzorgingsgebied voor winkelcentrum Bloemenoordplein omvat de wijken Bloemenoord-Groenenwoud, Meerdijk (¾), Anthoniusparochie (1/2). Samen hebben deze wijken ca. 6.230 inwoners en zij vertegenwoordigen ze een bestedingspotentieel van ca. € 14,4 mln. Bij een binding van ca. 60% en een aandeel omzet van buitende wijk van 10-15% komt de theoretische omzet uit op ca. € 9,6-10,2 mln. Aangezien het aanwezige aanbod ca. 1.440 m<sup>2</sup> wvo omvat, komt de gerealiseerde omzet per m<sup>2</sup> wvo uit op ca. € 6.700 - 7.075,-. Dit is vergelijkbaar met het Waalwijkse gemiddelde en tevens heel redelijk voor buurt/wijk aanbod.

Door de verplaatsing van de Plus in Zuidwest zal er mogelijk minder koopkracht vanuit Zuidwest naar het Bloemenoordplein vloeien, maar met de omzetting van de C1000 naar de Albert Heijn-formule kan deze winkel beter met de nieuwe Plus concurreren. Het is ook waarschijnlijk dat er vanuit Zuidoost minder koopkracht naar de Albert Heijn in het centrum afvloeit. Het effect van de Plus-vernieuwing op Bloemenoordplein zal daarmee beperkt zijn en het winkelcentrum Bloemenoordplein wordt er niet door in haar bestaan bedreigd.

#### 4.5.4 Waalwijk Noordwest

Noordwest telt slechts ca. 3.600 inwoners, hetgeen erg weinig is als primair draagvlak voor een gewone service-supermarkt. Maar de aanwezige Nettorama is een zeer prijsvriendelijke en richt zich daarmee op een specifiek marktsegment. Daardoor worden klanten uit geheel Waalwijk getrokken en zullen de effecten van de genoemde initiatieven slechts beperkt zijn. Het is zeer onwaarschijnlijk dat deze winkel zal verdwijnen door de nieuwe ontwikkelingen. Maar mocht dit toch het geval zijn, dan kunnen de inwoners van dit woongebied goed terecht in het nabij gelegen hoofdwinkelcentrum van Waalwijk. De consumentenverzorging komt dus niet in gevaar.

#### **4.5.5 Waalwijk-centrum**

Met de genoemde ontwikkelingen blijft er in Waalwijk een evenwichtige spreiding van supermarkten over de kern gehandhaafd: zowel de oostelijke, westelijke als de zuidelijke woonwijken beschikken straks over modern supermarktaanbod, terwijl het boodschappenaanbod in het centrum een overkoepelende functie voor de inwoners van de hele kern (en omgeving) blijft houden.

#### **Effecten ontwikkelingen**

Gezien de berekende marktruimte en de effecten van de versterking op buurt/wijkniveau wordt het aanbod in het centrum niet rechtsreeks bedreigd, maar het in het licht van de gerealiseerde tamelijk lage omzet per m<sup>2</sup> vwo in de sector als geheel en het in totaliteit matige functioneren van het centrum als hoofdwinkelcentrum, waarschijnlijk dat een eventuele uitbreiding van de verkoopruimte aan dagelijkse artikelen in Waalwijk-centrum markttechnisch door de versterking op wijkniveau moeilijk wordt. Ook het feit dat er in het centrum sprake is van betaald parkeren en op wijkniveau niet, speelt hierbij mee. Het is, als het vernieuwde aanbod op buurt- en wijkniveau het zeer goed gaat doen, zelfs niet uit te sluiten dat het aanbod aan supermarkten en speciaalzaken in het centrum in de nabije toekomst zal gaan krimpen. Wel betekent dit meer marktruimte en daarmee perspectief voor het overblijvende aanbod.

De dagelijkse artikelensector en daarbinnen de supermarkten zijn belangrijk voor het functioneren van het centrum als geheel, en een bescheiden vergroting van supermarkten in het kader van een modernisering wordt door de gemeente daarom al geruime tijd met een positieve insteek benaderd. Vanuit de markt heeft men dit tot op heden echter niet opgepikt. Een modernisering/uitbreiding van het supermarktaanbod in het centrum zal de onderlinge concurrentie tussen de drie centrumsupermarkten verder doen toenemen. Mocht een van de drie supermarkten hierdoor, of door de versterking op buurt- en wijkniveau, onverhoopt verdwijnen, dan is er toch geen sprake van een aantasting of verstoring van de detailhandelsstructuur.

Eerder is al aangegeven dat het centrum dan wel een relatief veel publiektrekkende winkel zal verliezen, maar er blijven nog wel twee supermarkten over die samen invulling geven aan de wijkverzorging en bovendien als motor voor combinatiebezoek met de andere centrumwinkels en –voorzieningen kunnen blijven functioneren. Gezien de omvang van het aanbod en de variatie aan soorten supermarkten zal de Waalwijkse consument ook nog ruim voldoende keuzemogelijkheden overhouden.

#### **Leegstand**

Het centrum van Waalwijk kampt, evenals veel andere middelgrote plaatsen, met een aanzienlijke leegstandsproblematiek. Het centrum van Waalwijk kent op pandniveau een leegstandspercentage van 19,1%, naar winkelvloeroppervlak is dit 10,3%. In plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal is dit respectievelijk 13,8% en 8,8%. De leegstand concentreert zich sterk in de aanloop- en randgebieden van het centrum, maar ook in een deel van het centrum zelf (voetgangersgebied Grotestraat). Binnen het centrum staan weinig grotere panden leeg, de grootste leegstaande panden hebben een oppervlak van 741 en 500 m<sup>2</sup> vwo. Beide panden bevinden zich aan de Grotestraat.

De centrum-supermarkten zijn allen aan de westzijde van het centrum gevestigd, in of in de nabijheid van het overdekte winkelgebied De Els. De Els zelf zal vernieuwd worden en in de directe omgeving heeft zich een nieuwe publiekstrekker gevestigd (H&M). Verwacht mag worden dat als hier een groter winkelgebied leeg komt te staan door de sluiting van een van de supermarkten, dit niet voor lange tijd zal zijn. Het betreft immers een van de sterkste delen van het A1-winkelgebied van Waalwijk en de economie trekt weer enigszins aan.

Buiten het centrum is er in Waalwijk maar beperkt sprake van leegstand. Het gaat om 6 panden met in totaal 2.315 m<sup>2</sup> vwo. Het grootste deel van deze ruimte betreft een leegstaand pand van 1.400 m<sup>2</sup> vwo op de Woonboulevard, maar de vestiging van een supermarkt is hier bestemmingsplanmatig uitgesloten. De overige panden zijn veel te klein voor de huisvesting van een supermarkt.

#### **4.5.6 Conclusies boodschappenstructuur Waalwijk-kern**

In de detailhandelsvisie van de gemeente Waalwijk is ingezet op opschaling van het bestaande supermarktaanbod, geen uitbreiding van het aantal vestigingen, een evenwichtige spreiding van het supermarktaanbod en een centrale ligging in het verzorgingsgebied. De nu voorliggende initiatieven voldoen aan de eerste drie uitgangspunten, maar niet aan de vierde. Het vinden van een centrale locatie waar tegen acceptabele kosten een nieuwe ontwikkeling plaats zou kunnen vinden is zowel in Noordoost als Zuidwest niet mogelijk gebleken. De initiatieven zijn zo bezien suboptimaal, maar dragen wel bij aan de versterking van het boodschappenaanbod op buurt- en wijkniveau. Er vindt een modernisering van de bestaande supermarkten plaats waarbij alle supermarkten dezelfde orde van grootte krijgen.

De versterking van met name het supermarktaanbod op buurt- en wijkniveau zal waarschijnlijk wel effecten hebben op het functioneren van het Waalwijkse hoofdwinkelcentrum als boodschappencentrum. Een krimp van het dagelijkse artikelenaanbod hier is daarom op voorhand niet uit te sluiten. Dit past

niet bij het vigerende gemeentelijke beleid waarin de supermarkten als belangrijke trekkers voor het centrumgebied worden aangemerkt en het behoud als streven is aangegeven. Ook is aangegeven dat een schaalvergroting van de centrumsupermarkten prioriteit heeft boven vergroting van andere supermarkten in Waalwijk-kern.

Geconstateerd moet worden dat de dynamiek in de supermarktsector in Waalwijk zich de afgelopen jaren wel op buurt- en marktniveau heeft gemanifesteerd, maar niet in het centrum. De marktontwikkelingen nopen daarom nu tot een keuze voor ofwel een versterking op buurt- en wijkniveau (concreet), ofwel wachten tot de markt een versterking van het centrumsupermarktaanbod oppakt. De gemeente heeft geen signalen uit de markt gekregen dat er plannen voor versterking in het centrum zijn, eerder gaat het om krimp.

Voor de gemeente heeft een goed boodschappenaanbod voor de inwoners op korte afstand van de woonomgeving daarom nu een hogere prioriteit dan wachten op een zeer onzekere versterking van het supermarktaanbod in het centrum van Waalwijk. Bij de afweging speelt mee dat ook als er onverhoopt een van de centrumsupermarkten verdwijnt, er nog voldoende keuzemogelijkheden over blijven voor de consument. Het resterende aanbod kan ook in voldoende mate invulling geven aan de 'aanjaagfunctie' die deze sector voor het hele hoofdwinkelcentrum heeft. Bovendien blijven de centrumsupermarkten de mogelijkheid houden om eventueel ook te moderniseren.

#### **Figuur 4.3: Toekomstige structuur boodschappencentra Waalwijk-kern**

(Voor figuur zie [www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën en economie](http://www.waalwijk.nl/regelgeving/financiën_en_economie))

#### **4.6 Effecten op de regio**

Met de voorgenomen modernisering en uitbreiding van het supermarktaanbod is het waarschijnlijk dat er (iets) minder koopkracht vanuit Sprang-Capelle en Waalwijk-kern afvloeit naar Kaatsheuvel. Kaatsheuvel kent een relatief omvangrijk dagelijkse artikelenaanbod, onder meer bestaande uit vier supermarkten. Dit aanbod heeft in eerste instantie een functie voor de ca. 16.400 inwoners van de eigen kern en van Loon op Zand (6.000 inwoners). Gezien de omvang van dit consumentendraagvlak zal een bescheiden vermindering van de koopstroom uit de gemeente Waalwijk niet resulteren in een aantasting van het voorzieningenniveau in Kaatsheuvel.

Omdat de versterking in Waalwijk-kern op buurt- en wijkniveau plaats vindt is het onwaarschijnlijk dat er meer koopkracht uit de gemeente Heusden, met name de plaats Drunen getrokken gaat worden.

Deze plaats (18.200 inwoners) beschikt ook over een relatief ruim supermarktaanbod (5) en de wisselwerking met Waalwijk op het gebied van dagelijkse artikelen zal zeer beperkt zijn.

#### **4.7 Juridisch-planologische toetsing initiatieven**

##### **Duurzame ontwrichting**

Door de nieuwe ontwikkelingen ontstaat in de gemeente Waalwijk een structuur van boodschappencentra waarbij vrijwel alle inwoners voor langere termijn op relatief korte afstand van de woonomgeving de beschikking houden over een of meerdere supermarkten. Daardoor is van duurzame ontwrichting geen sprake.

##### **Ladder voor duurzame verstedelijking**

Bij de eerste trede gaat het om het aangeven van de actuele regionale behoefte. In kwantitatieve zin is er in zowel Sprang-Capelle als Waalwijk nog enige distributieve marktruimte aan te geven voor een uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod, maar in Waalwijk-kern wordt die ruimte met de initiatieven iets overschreden, en in Sprang-Capelle bestaat een kleine kans dat dat gebeurt. De effecten op de detailhandelsstructuur en leegstand(ontwikkeling) zijn echter niet dusdanig dat gesproken kan worden van een aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Het woon- en leefklimaat gaat er in algemene zin op vooruit omdat de inwoners voor langere tijd over een modern en gevarieerd boodschappenaanbod op buurt-, wijk- en dorpsniveau blijven beschikken. Voor veel winkelgebieden geldt daarbij dat het ondernemersklimaat ook verbetert omdat de belangrijkste publiekstrekkingen moderniseren.

De versterking van het supermarktaanbod buiten het centrum van Waalwijk houdt wel in dat het perspectief voor dit aanbod in het centrum wel wat minder wordt, en een krimp is niet uit te sluiten. Zo dit al gebeurt, dan zal dat per saldo geen negatieve effecten hebben op de consumentenverzorging of de detailhandelsstructuur.

Bi de tweede trede dient aangegeven te worden of de geconstateerde behoefte binnen het stedelijke gebied via transformatie, herstructurering, etc. kan worden opgevangen. Bij alle initiatieven is sprake van een herstructurering van bestaande panden binnen het stedelijke gebied. In de betreffende marktgebieden staan ook geen winkelpanden leeg waar een supermarkt van een moderne omvang plus bijbehorende parkeermogelijkheden in ondergebracht kunnen worden.

De derde trede is niet aan de orde omdat alle initiatieven binnen het stedelijke gebied spelen.

##### **4.8 Ten slotte**

De plannen voor de versterking van het supermarktaanbod in de gemeente Waalwijk hebben betrekking op een vergroting en modernisering van bestaande supermarkten en passen daarmee in de gemeentelijke visie op de ontwikkeling van de boodschappenstructuur zoals eerder is verwoord in de Detailhandelsvisie en ook in de voor onderhavige rapportage gehanteerde uitgangspunten. Met de uitvoering van de plannen wordt de aanbodstructuur op het gebied van dagelijkse artikelen versterkt en daarmee ook de consumentenverzorging: de consumenten in Waalwijk blijven op relatief korte afstand van de

woning hun dagelijkse aankopen kunnen doen. Bovendien is het aanwezige aanbod sterk gevarieerd, waardoor de consumenten veel keuzemogelijkheden hebben.

Van belang is hierbij ook op te merken dat geen van de vernieuwde supermarkten een bijzonder grote maatvoering zal krijgen: alle dorps- en wijkverzorgende service-supermarkten in de gemeente zijn straks ca. 750-1.250 m<sup>2</sup> wvo groot en in Waalwijk-kern zelfs 1.000-1.250 m<sup>2</sup> wvo. Alleen in het centrum van Waalwijk zijn een grotere en twee kleinere supermarkten aanwezig.

In totaliteit functioneert het nu aanwezige dagelijkse artikelenaanbod zowel in Waalwijk-kern als de dorpen ten opzichte van de landelijke kengetallen iets ondergemiddeld, maar dat is niet uitzonderlijk en was eerder ook al het geval. Er is theoretisch enige distributieve ruimte aan te geven door de verwachte bevolkingsgroei en de versterking van het aanbod, maar de uitbreiding van de verkooppriemte in de plannen overschrijdt die ruimte wel iets. Afgaande op de algemene trends en ontwikkelingen is het echter wel waarschijnlijk dat er de komende jaren enkele kleine dagelijkse artikelenwinkels zullen verdwijnen, waardoor het aanbod in omvang ook iets afneemt. In Waspik was dit ook al het geval.

De versterking van het boodschappenaanbod op buurt- wijk- en dorpsniveau houdt in dat er minder koopkracht af gaat vloeien naar Kaatsheuvel, maar het is ook mogelijk dat er vanuit de diverse woongebieden minder koopkracht op het gebied van dagelijkse artikelen naar het centrum van Waalwijk zal vloeien. Een modernisering van het supermarktaanbod in het centrum kan dit tegen gaan, maar het is niet uitgesloten dat een van de centrumsupermarkten het uiteindelijk niet redt. De beoogde ontwikkelingen op buurt- en wijkniveau kunnen daarmee het beleidsmatige streven de boodschappenfunctie van het centrum te handhaven of te versterken, frustreren.

De gemeente hecht echter een grote waarde aan een goed boodschappenaanbod voor haar inwoners op korte afstand van de woning en geeft daar voor de kortere termijn beleidsmatig prioriteit aan boven een versterking van het hoofdwinkelcentrum als boodschappencentrum. Dit overigens zonder de positie van het centrum binnen de detailhandelsstructuur af te waarderen. Deze nieuwe prioritering zal in het te actualiseren detailhandelsbeleid van de gemeente met betrekking tot de boodschappencentra opgenomen worden.

## BIJLAGE

### Bijlage 1: Koopstromen Waalwijk 2007-2011

#### Ontwikkeling koopkrachtbinding en -afvloeiing 2007-2011, sector dagelijkse artikelen (in %)

	Waalwijk			Sprang-Capelle			Waspik			Totaal gemeente		
	1997	2007	2011	1997	2007	2011	1997	2007	2011	1997	2007	2011
Waalwijk-centrum (AH, Aldi, Jumbo)	31	33,0	31,0	6	11,0	8,2	1	18,3	7,4	23	26,4	23,6
Bloemenoordplein (C1000)	6	8,5	8,0	-	-	0,1	-	-	-	5	5,6	5,4
Burg. Verwielstraat (Nettorama)	12	20,0	18,9	1	5,2	4,5	3	7,3	6,8	9	15,2	14,5
Dr. Kuyperlaan (Lidl)	12	9,3	7,6	-	0	0,3	-	-	0,1	8	6,2	5,2
Grotestraat (Em-te)	15	9,9	13,3	-	1,4	0,2	-	2,8	0,9	12	7,2	9,2
Mozartlaan (Plus)	6	4,8	2,9	-	-	0,3	-	3,9	0,7	5	3,6	2,1
Overig Waalwijk	16	2,3	2,4	1	1,0	0,3	-	-	-	8	1,7	1,7
Totaal kern Waalwijk	97	87,8	84,2	8	18,6	13,9	4	32,3	15,9	70	65,9	61,7
Sprang-Capelle (Plus, Em-te)	1	1,3	2,4	82	48,1	48,1	1	0,8	3,0	22	11,8	12,3
Waspik (Aldi, Plus)	-	0,1	-	5	0,4	1,2	88	53,0	56,3	7	6,2	6,4
Totaal gem. Waalwijk	98	89,2	86,6	95	67,1	63,2	93	86,1	75,2	97	83,9	80,4
Gemeente Loon op Zand (Kaatsheuvel)	-	9,2	10,8	-	32,8	36,1	-	0,2	10,9	-	13,6	14,4
Overig Midden Brabant	-	0,8	2,1	-	0,1	-	-	11,9	6,7	-	1,9	3,9
Overig Nederland	-	0,7	0,5	-	-	0,7	-	1,8	7,2	-	0,6	0,8
Buitenland	-	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0