

Venlo, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse uitbreiding winkelcentrum Blerick

Gemeente Venlo



Venlo, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse uitbreiding winkelcentrum Blerick

Gemeente Venlo

Rapportnummer:	204X00541.084198_8
Datum:	11 november 2015
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer R. Heijstee
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Supermarkten, haltermodel, niet-dagelijkse sector, effecten, haalbaarheid, verzorgingsstructuur, centrum-ontwikkeling
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 8
Beknopte inhoud:	In voorliggende rapportage worden de distributieve mogelijkheden voor een verplaatsing en uitbreiding van de detailhandel aan het Laurentiusplein te Blerick in beeld gebracht. Daarnaast worden de effecten van deze ontwikkeling op de detailhandelsstructuur aangegeven.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3
1.1 Achtergrond en probleemstelling	3
1.2 Het initiatief	4
1.3 De formule Berden	5
1.4 Het marktgebied	6
2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Conclusies onderzoek	9
2.3 Overwegingen	11
2.3.1 Duurzame ontwrichting	11
2.3.2 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast	11
2.3.3 Ten slotte	16
3. ONTWIKKELINGSKADER	19
3.1 Aanbodanalyse	19
3.1.1 Aanbod gemeente Venlo	19
3.1.2 Aanbod stadsdeel Blerick	21
3.1.3 Leegstand	25
3.1.4 Aanbod in de regio	26
3.2 Trends en ontwikkelingen	27
3.2.1 Dagelijkse sector	27
3.2.2 Modische sector	30
3.3 Beleidskaders	32
3.3.1 Provinciaal	32
3.3.2 Regionaal	34
3.3.3 Lokaal	34
3.3.4 Relatie beleid en het initiatief	35
3.4 Plannen en initiatieven	35
3.5 Draagvlakontwikkeling	36
3.5.1 Bevolkingsomvang en –ontwikkeling	36
3.5.2 Bestedingen	37
3.5.3 Koopstromen	38
3.6 Functioneren en uitbreidingsruimte	39
3.6.1 Dagelijkse artikelen	39
3.6.2 Niet-dagelijkse artikelen	40
3.7 Effecten	42

Inhoudsopgave (vervolg)

pagina

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Supermarktaanbod gemeente Venlo en omgeving	3
Bijlage 3: Ladder voor Duurzame Verstedelijking	4
Bijlage 4: Wegbestemde detailhandel	7

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en probleemstelling

Mede ten behoeve van uitbreiding van de detailhandel aan het Laurentiusplein te Blerick heeft de gemeenteraad van Venlo het bestemmingsplan 'Centrum Blerick' vastgesteld. Tegen dit bestemmingsplan is beroep ingesteld bij de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State. Hangende het beroep heeft de Voorzitter van de Afdeling bestuursrechtspraak bij uitspraak van 21 april 2015 het bestemmingsplan geschorst vanwege het ontbreken van een afdoende onderbouwing volgens de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking. Het ging daarbij met name om de eerste trede van de ladder ('actuele regionale behoefte').

Het ligt in de bedoeling het bestemmingsplan in aangepaste vorm en met de correcte onderbouwing opnieuw voor te leggen aan de gemeenteraad van Venlo. In dit verband staat in het nu gevraagde onderzoek centraal wat het effect is van de bestemmingsplanmatig mogelijk gemaakte uitbreiding van de supermarkt en andere detailhandelsontwikkelingen op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand.

Hierbij zal antwoord gegeven moeten worden op de vraag in hoeverre de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte. Die behoefte dient zowel kwantitatief als kwalitatief afgewogen te worden tegen het bestaande aanbod, inclusief de winkelleegstand (en de planologisch mogelijke, maar nog niet benutte ruimte). Voor de regionale component geldt dat die bepaald wordt door het verzorgingsbereik van de ontwikkeling. In onderhavig geval gaat het naar onze mening in eerste instantie om Blerick (primaire marktgebied) en enkele omringende kernen.

De tweede trede van de ladder omvat de vraag of (een deel van) de bij de eerste trede geconstateerde behoefte op te vangen is binnen het bestaand stedelijke gebied door herstructurering, transformatie of anderszins. Onderhavige rapportage gaat daarom ook in op de vraag of het initiatief redelijkerwijs in bestaande lege winkelpanden in Blerick gehuisvest kan worden en of het initiatief geen onaanvaardbare effecten heeft op de leegstand. Uit de jurisprudentie over de toepassing van de ladder voor duurzame verstedelijking komt naar voren dat het bij dit laatste met name gaat om de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

In het licht van het bovenstaande hebben wij een actueel inzicht geven in de huidige vraag-aanbodsituatie met betrekking tot de sectoren dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen, met daarin specifiek de supermarkten en de modebranche. Daarnaast zijn de relevante effecten van het planinitiatief op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en leegstandsontwikkeling in beeld gebracht.

In het licht van het voorgaande hebben wij de centrale vragen als volgt geformuleerd:

- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen in de onderscheiden primaire en secundaire marktgebieden momenteel opgebouwd?
- Wat zijn de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het detailhandelsaanbod in het centrum van Blerick?
- Wat zijn de effecten van de beoogde ontwikkeling op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in Blerick en omgeving?

1.2 Het initiatief

In het detailhandelsbeleid van de gemeente Venlo (2015-2025) is het centrum van Blerick aangewezen als winkelgebied dat versterkt moet worden. Zo wordt er gesproken over de ontwikkeling van een “halterstructuur” en een versterking van de bestaande boodschappenstructuur. Hiermee wordt bedoeld dat het centrum moet bestaan uit twee belangrijke knooppunten met voldoende trekkracht, namelijk winkelcentrum Wieën en het winkelgebied Carleypassage/Plaza Berden, met daartussen een aantrekkelijke verbinding via de Kloosterstraat. Deze structuur is eerder in het rapport ‘Venlo, Positionering en ontwikkelingsvisie centrum Blerick’ door BRO (2011) aangewezen als beste ontwikkelingsrichting voor het centrum van Blerick.

Figuur 1.1: Halterstructuur centrum Blerick



Inmiddels bestaan concrete plannen om de zuidoostelijke halter, te weten Plaza Berden, zowel een kwantitatieve als kwalitatieve impuls te geven. Albert Heijn en warenhuis Berden Mode & Slapen aan het Laurentiusplein zijn voornemens de huidige vestiging uit te breiden. De totale uitbreiding omvat 3.403 m² bvo en 2.894 m² wvo. De supermarkt verplaatst naar een naastgelegen, nu braakliggende locatie en zal ten opzichte van de huidige situatie met 196 m² wvo uitbreiden. Berden Mode & Slapen zal de huidige supermarktruimte (ca. 1.058 m² wvo) gaan benutten en het pand wordt verder ook nog uitgebreid, met name op de verdiepingen. In totaal komt er ca. 2.698 m² wvo bij de winkel. Verder komen er twee kleinere commerciële units met samen ca. 300 m² wvo in de passage tegenover de entree van de supermarkt. Hiervoor is met een bevoegdheid voor het college van Burgemeester en wethouders een wijziging naar detailhandel met dagelijkse artikelen in de toekomst mogelijk, mits de omstandigheden daar aanleiding voor geven en er aan de voorwaarden uit de wijzigingsbevoegdheid wordt voldaan.

Bovengenoemde metrages zijn opgenomen in het bestemmingsplan Centrum Blerick en dit plan biedt daarmee voor het gedeelte Plaza Berden de mogelijkheden voor een maximale toevoeging aan detailhandel in de sector dagelijkse artikelen van 196 m² wvo (plus maximaal 300 m² wvo via een wijzigingsprocedure) en maximaal 2.698 m² wvo in de sector niet-dagelijkse artikelen.

Met de vernieuwing zal de uitstraling van het pand aanmerkelijk aantrekkelijker worden omdat de gevelpartij richting Laurentiusplein geheel vernieuwd wordt. Boven de winkel komen bovendien appartementen hetgeen een bijdrage levert aan de sociale veiligheid in het plangebied.

1.3 De formule Berden

Berden is een familiebedrijf met o.a. vestigingen in Heerlen, Blerick, Venlo, Sittard, Geleen en Amsterdam. De winkels kenmerken zich als warenhuis, zoals bijvoorbeeld V&D. Het assortiment verschilt sterk per filiaal en is vooral gericht op modische branches, wonen en slapen. Het assortiment bestaat uit o.a. heren-, dames-, baby- en kindermode, verspreid over de verdiepingen. Berden maakt gebruik van het shop-in-shop-principe, zoals ook gehanteerd wordt in warenhuizen zoals de Bijenkorf en de V&D. Trendy merken zoals Olymp, Hugo Boss, PME Legend, Street One, Esprit, G-Star, Hilfiger Denim, Vingino en Seven One Seven worden in dit concept aangeboden. Verder zijn er afdelingen met lingerie, beenmode, bijouterie, horlogerie, parfumerie, schoeisel en lederwaren. De afdeling wonen en/of slapen richt zich op het hogere segment design meubelen en slapen. In Heerlen worden o.a. de volgende merken gepresenteerd: Leolux, Rolf Benz, Bert Plantagie, Pastoe, Jori, Artifort, Alessi, De Sede, MDF Italia, Pode, Hülsta.

Het filiaal in Blerick richt zich momenteel vooral op de modische branches en slapen. De bestaande winkel heeft drie verdiepingen en een kelder. In de kelder is onder meer outletmode te vinden. De begane grond en de eerste verdieping staan in het teken van diverse soorten mode in het midden tot hogere segment. De derde verdieping omvat de afdeling slaapkamerinrichting (ca. 1.200 m² wvo). De uitbreiding van de winkel zal er voor zorgen dat het warenhuisconcept nog sterker naar voren komt, zoals het filiaal in Heerlen. De huidige winkel is netjes ingericht, maar qua ruimtelijke opzet en uitstraling geda-teerd (o.a. lage plafonds en veel aparte ruimten). Met de beoogde vergroting zal de winkel niet alleen gemoderniseerd worden, maar het assortiment wordt ook meer in over-eenstemming met de winkel in Heerlen gebracht.

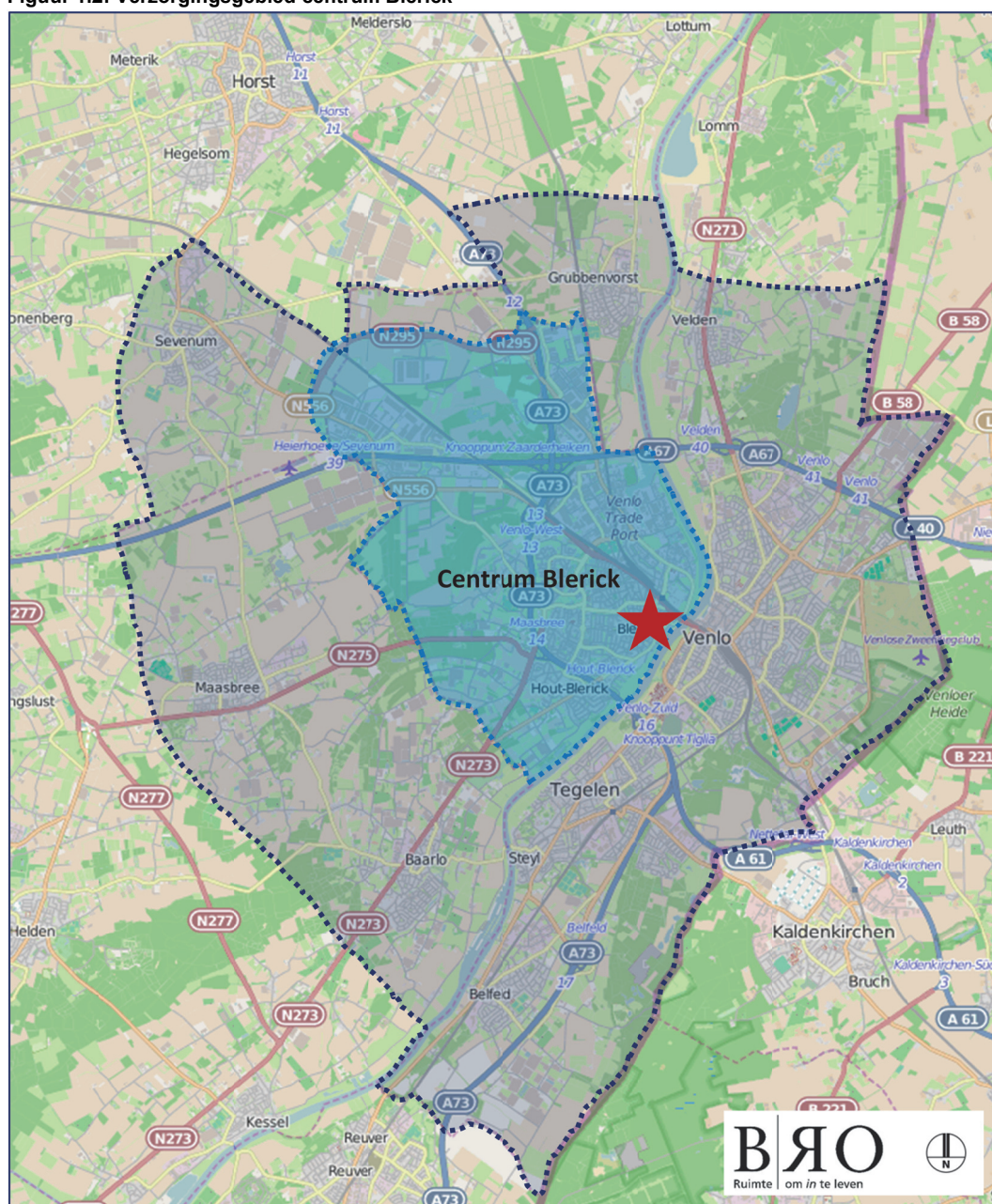


1.4 Het marktgebied

In dit onderzoek is gekozen om twee verschillende marktgebieden te onderscheiden. Dit heeft vooral te maken met het feit dat het centrum van Blerick enerzijds een stadsdeel-functie heeft en anderzijds een verzorgingsfunctie heeft die het stadsdeel overstijgt. De inwoners van met name de kleinere plaatsen rondom Blerick zijn deels ook op het win-kelaanbod in Blerick en het centrum van Blerick georiënteerd. De marktgebieden zijn:

- Primaire marktgebied: omvat het stadsdeel Blerick, met als belangrijkste winkelge-bieden het centrum en Vastenavondkampstraat.
- Secundaire marktgebied: omvat de overige stadsdelen van de gemeente Venlo, in-clusief Venlo-stad, Velden, Tegelen en Belfeld, maar vanwege de afstand exclusief Lomm en Arcen. Daarnaast omvat het de plaatsen Baarlo, Maasbree, Sevenum en Grubbenvorst.

Figuur 1.2: Verzorgingsgebied centrum Blerick



2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden eerst de belangrijkste conclusies van het onderzoek naar de distributie-planologische mogelijkheden voor en effecten van de uitbreiding van de Albert Heijn-supermarkt en de niet-dagelijkse sector in het centrum van Blerick samengevat weergegeven. Daarna is aandacht voor eventuele duurzame ontwrichting en de ladder voor duurzame versterking.

2.2 Conclusies onderzoek

De belangrijkste conclusies uit het onderzoek zijn als volgt:

Sector dagelijkse artikelen (uitbreiding Albert Heijn)

- Het dagelijkse aanbod in de gemeente Venlo is met 440 m² wvo per 1.000 inwoners ruim vertegenwoordigd. Het supermarktaanbod heeft een aandeel van ca. 73% binnen de totale omvang van het dagelijkse aanbod in de gemeente Venlo.
- Het aanbod aan dagelijkse artikelen per 1.000 inwoners ligt met 348 m² wvo in stadsdeel Blerick op een lager niveau dan in de gehele gemeente, en ook vergeleken met plaatsen van ca. 20.000 tot 30.000 inwoners blijkt het dagelijks aanbod relatief beperkt te zijn, in zowel het aantal winkels als de totale omvang.
- In het stadsdeel Blerick zijn momenteel twee discountsupermarkten aanwezig, te weten Lidl en Aldi, en vijf reguliere supermarkten in het midden-/servicesegment, te weten Albert Heijn, Jumbo, C1000, Plus en Spar. De consument in stadsdeel Blerick heeft daarmee een ruim en naar formule gedifferentieerd supermarktaanbod.
- Uit de benadering van het functioneren van de dagelijkse sector in stadsdeel Blerick als geheel volgt dat er naar de toekomst toe theoretisch geen distributieve ruimte aanwezig is ter uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod. Dit geldt eveneens voor de niet-dagelijkse sector.
- De beoogde schaalvergroting en modernisering van de AH-supermarkt speelt in op de algemene trends en ontwikkelingen in het aanbod en op de behoefte van de consument aan keuzemogelijkheden, comfort en beleving.
- Het initiatief levert daarnaast per saldo een versterking van de 'oostelijke halter' op, omdat de bronpuntfunctie van het Laurentiusplein wordt versterkt. Dit betekent uiteindelijk een versterking voor het hele centrumgebied en sluit aan op de Halterstructuur zoals omschreven in het gemeentelijk beleid.
- Niet te verwachten is dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen ten gevolge van de uitbreiding van de supermarkt met bijna 200 m² wvo effecten op het bestaand aanbod zullen zijn en dat er hierdoor elders leegstand zal ontstaan.

Voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zullen er geen onaanvaardbare effecten zijn. De inwoners van Blerick blijven beschikken over voldoende dagelijks aanbod binnen aanvaardbare afstand. Dat wil zeggen dat van duurzame negatieve effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn,

Sector niet-dagelijkse artikelen (uitbreiding Berden en overig)

- Ook het niet-dagelijkse aanbod is ruim aanwezig in de gemeente Venlo, maar in Blerick relatief beperkt. Dit wordt vooral veroorzaakt door de nabije ligging van Venlo. Het centrum van Venlo is het centrale winkelgebied in de gemeente, waar het niet-dagelijkse aanbod en vooral het modische aanbod zich sterk concentreert. Daarnaast is ook het perifere winkelgebied Trefcentrum relatief omvangrijk.
- Het winkelaanbod in de binnenstad van Venlo is sinds 2010 flink uitgebreid met de realisering van de Maasboulevard. Grote (internationale) ketens zijn hier gevestigd, zoals Bonita, Cecil Store, Jack & Jones, H&M, Mango, Mexx, New Yorker, S.Oliver, Media Markt, Tally Weijl, Tom Tailor. De binnenstad heeft daarnaast sinds kort ook een Primark als belangrijke trekker er bij gekregen. Al met al is de binnenstad van Venlo de laatste jaren zowel kwantitatief als kwalitatief aanzienlijk versterkt.
- Het centrum van Blerick heeft kent een relatief een ruim modisch aanbod, mede door de aanwezigheid van Berden.
- Om haar positie als trekker voor Blerick-centrum te behouden, zal Berden Mode & Slapen moeten blijven kunnen concurreren met name de versterkte binnenstad van Venlo. In de huidige situatie is de winkel qua indeling gedateerd. De uitbreiding is mede gericht op het creëren van mee sfeer en beleving in de winkel en gaat daardoor gepaard met een meer extensief ruimtegebruik: de gerealiseerde omzet per m² vvo (vloerproductiviteit) zal daardoor naar verwachting dalen.
- De uitbreiding van de winkel zal naar verwachting voor extra bezoekers zorgen. Hier kan het overige aanbod in het centrum van Blerick ook van profiteren.
- De uitbreiding van het winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector zal wellicht enige effecten hebben op de binnenstad van Venlo, maar doordat de binnenstad recentelijk is versterkt, is het niet te verwachten dat deze effecten per saldo onaanvaardbaar zullen zijn. De effecten zullen zich vooral richten op de grootschalige (mode)warenhuizen. De positie van dit type winkels in de binnenstad van Venlo is relatief goed, waardoor het niet te verwachten is dat de eventuele negatieve effecten c.q. omzetverlies zullen leiden tot het verdwijnen van één of enkele van deze winkels.

Ruimtelijke structuur Centrum Blerick

- Het planinitiatief sluit goed aan op de beleidsmatige wens om de 'oostelijke halter' te versterken met een supermarkt als belangrijkste trekker (Albert Heijn), aangevuld met een andere trekker (Berden Mode & Slapen). Per saldo heeft de ontwikkeling een positief effect op de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging en zal het van meerwaarde zijn voor het woon-, werk- en ondernemersklimaat.

- Als Berden Mode & Slapen niet mee kan groeien met de nieuwe trends en ontwikkelingen, wordt de kans groter dat de concurrentiepositie van deze winkel ten opzichte van soortgelijke winkels in grotere winkelgebieden verzwakt. Dit kan er mogelijk toe leiden dat de zaak op termijn verdwijnt uit het centrum van Blerick, wat betekent dat de belangrijkste niet-dagelijkse trekker verdwijnt en dat zal tevens een forse leegstand tot gevolg hebben.

2.3 Overwegingen

2.3.1 Duurzame ontwricting

Duurzame ontwricting en de uitbreiding van Albert Heijn

Het begrip 'duurzame ontwricting' is relevant in het kader van de dagelijkse boodschappen. De ontwikkeling van het Laurentiusplein te Blerick zal resulteren in een supermarkt van moderne omvang, op een locatie die al gekenmerkt wordt door een goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden. De aantrekkingskracht van de supermarkt op deze locatie neemt hierdoor toe. Het is onwaarschijnlijk dat naar aanleiding hiervan significante veranderingen plaatsvinden in de koopstromen of de aanbodstructuur. De inwoners van Blerick en Venlo zullen blijven beschikken over voldoende keuzemogelijkheden voor dagelijkse inkopen op aanvaardbare afstand van de eigen woning. De voorziene supermarktontwikkeling in Blerick zal daarom niet leiden tot een duurzame ontwricting van de voorzieningenstructuur, maar eerder bijdragen aan een verbetering daarvan.

2.3.2 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

1. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 1, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 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."

De Ladder voor duurzame verstedelijking dient te worden toegepast indien er sprake is van een stedelijke ontwikkeling. De uitbreiding van Albert Heijn en Berden Mode & Slapen kan worden aangemerkt als een stedelijke ontwikkeling omdat het een detailhandelsontwikkeling betreft (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen). In dit kader dient de ladder doorlopen te worden. In de bijlage is een nadere toelichting gegeven op de ladder.

Eerste trede: Actuele regionale behoefte uitbreiding supermarkt

De beoogde supermarktontwikkeling speelt in kwalitatieve zin in op de behoefte. De beperkte uitbreiding en schaalvergroting van de supermarkt zal bijdragen aan een betere consumentenverzorging omdat ingespeeld wordt op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument). De indeling, routing en servicegraad van de winkel verbeteren. De consument krijgt in de nieuwe situatie de beschikking over een moderne supermarkt die centraal gelegen is, een goede bereikbaarheid kent en over voldoende parkeermogelijkheden beschikt.

De ontwikkeling van o.a. de supermarkt zal tevens bijdragen aan een kwalitatieve versterking van het Laurentiusplein e.o. Doordat het Laurentiusplein met parkeerplaats een belangrijke bronpunctfunctie heeft, komt een kwalitatieve versterking uiteindelijk ook ten gunste van het hele centrumgebied. Dit is ook benadrukt in het gemeentelijk beleid. Een dergelijke supermarktontwikkeling aan het Laurentiusplein past binnen de beleidsmatig wenselijke halterstructuur.

Op basis van onderhavige rapportage kan geconstateerd worden dat er in het centrum van Blerick naar de toekomst toe ruim voldoende distributieve ruimte bestaat voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector. Op het niveau van het stadsdeel Blerick als geheel is die ruimte er echter niet. Het is daardoor op voorhand niet volledig uit te sluiten dat er door de veranderende concurrentieverhoudingen mogelijke effecten zullen zijn op bestaande supermarkten of andere dagelijkse artikelenwinkels buiten Blerick centrum. De (beperkte) verschuiving in de koopstromen, kan mogelijk bijdragen aan het verdwijnen van één of enkele aanbieders. De kans hierop is echter zeer klein, omdat het slechts om een geringe uitbreiding van het supermarktaanbod in Blerick-centrum gaat (maximaal 196 m² wvo). De effecten op de consumentenverzorging of de detailhandelsstructuur zijn daarom per saldo zeker niet onaanvaardbaar. Ook van de eventuele uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod in de beide nieuwe commerciële units zijn op voorhand geen negatieve effecten te verwachten, maar dit zal als de afwijkingsprocedure in een later stadium misschien een keer aan de orde is, nader onderbouwd dienen te worden.

Eerste trede: Actuele regionale behoefte modewarenhuis

Berden Mode & Slapen is een groot warenhuis in het centrum van Blerick, met een sterke autonome trekkracht. De situering van het modewarenhuis in het centrum, in combinatie met de bereikbaarheid, het parkeren en de supermarkt, zorgt er voor dat deze winkel een

belangrijke trekker is en dat het Laurentiusplein een belangrijk bronpunt is voor centrum-bezoek.

Modezaken in middelgrote plaatsen c.q. stadsdeelcentra ondervinden sterke concurrentie van grotere winkelgebieden zoals binnensteden. De binnenstad van Venlo is voor het modische aanbod in het centrum van Blerick de grootste concurrent. Dit blijkt ook uit de relatief hoge koopkrachtafvloeiing van Blerick naar de binnenstad van Venlo. Omdat het centrum van Blerick in de gemeentelijke detailhandelsvisie is aangewezen als structuur-bepalend winkelgebied, is het belangrijk dat het bestaande aanbod zich waar nodig versterkt om die functie ook in de toekomst te behouden. Als een winkel als Berden Mode & Slapen geen mogelijkheden krijgt om te concurreren met de binnenstad, zal het toekomstperspectief op termijn afnemen. Dit kan mogelijk het verdwijnen van deze zaak betekenen, hetgeen direct gevolgen zal hebben voor het functioneren van het centrum van Blerick als geheel. Het overige (winkel)aanbod is immers in belangrijke mate afhankelijk van de trekkracht van een zaak als Berden Mode & Slapen. Bij het onverhoopt verdwijnen van een winkel als Berden neemt de leegstand in centrum direct en indirect sterk toe.

De uitbreiding van Berden Mode & Slapen past binnen het gemeentelijk beleid. Berden is de belangrijkste trekker in de niet-dagelijkse sector voor de 'oostelijke halter'. Het planinitiatief heeft de halterstructuur als uitgangspunt en zal daardoor een belangrijke bijdrage leveren aan het behoud en de versterking van deze structuur in de toekomst.

Binnen de niet-dagelijkse sector bestaat naar de toekomst toe theoretisch geen distributieve uitbreidingsruimte. In kwantitatieve zin is daardoor theoretisch geen regionale behoefte voor uitbreiding van Berden Mode & Slapen. De uitbreiding zal daardoor mogelijk effecten kunnen hebben op bestaande aanbieders. Aangezien de uitbreiding van de winkel met name betrekking heeft op het modisch segment, zullen de effecten zich vooral spreiden over de modische aanbieders in Venlo en omgeving.

In de modische sector is kijken en vergelijken belangrijk. Hierdoor profiteren modewinkels van elkaars nabijheid en trekkracht. Voor de modewinkels in het centrum van Blerick vormt Berden Mode & Slapen een belangrijke trekker. Een versterking hiervan zal extra bezoekers trekken, waar de overige aanbieders in het centrum van Blerick ook van kunnen profiteren. Daar komt bij dat de vaak kleinschalige en/of specialistische modezaken veelal een andere doelgroep bedienen dan een modewarenhuis, waardoor er geen sprake is van directe concurrentie maar eerder van synergie. Per saldo zullen er daarom naar verwachting geen negatieve effecten zijn op het mode-aanbod in het centrum van Blerick.

De uitbreiding van Berden zal met name effecten kunnen hebben op de binnenstad van Venlo. Dit heeft te maken met het feit dat Berden Mode & Slapen vooral concurreert met andere grotere (mode)warenhuizen en die zitten vooral in de binnenstad van Venlo. De effecten zullen zich daar echter over een groot aantal mode-aanbieders spreiden. Het is

daarom niet waarschijnlijk dat er modezaken verdwijnen door de vergroting van Berden. Zo er al modewinkels sluiten, dan zal de verwachte verdere toename van e-commerce daar wellicht een grote rol bij spelen. Hierbij moet opgemerkt worden dat de uitbreiding van Berden vooral ook zal leiden tot een zekere omzetverdunding binnen de winkel zelf (minder volle winkel, meer comfort en beleving voor de klant). Verder is de binnenstad recent aanzienlijk versterkt door de realisatie van de Maasboulevard en de komst van nieuwe modewinkels, zoals Primark.

Per saldo zorgt de versterking van het aanbod er voor dat de totale koopkrachtbinding op gemeenteniveau zal verbeteren. Inwoners van de gemeente Venlo zullen immers relatief minder vaak naar aankoopplaatsen buiten de eigen gemeente gaan, zoals het Designer Outletcenter te Roermond of Eindhoven, omdat het aanbod in de eigen gemeente sterker wordt.

Met het aantrekkelijker worden van het centrum van Blerick zal mogelijk ook (weer) iets meer koopkracht uit de omringende dorpen getrokken worden. Ook hier zullen de effecten zich weer spreiden over meerdere aanbieders, en evenals voor Venlo-centrum geldt dat het onwaarschijnlijk is dat daardoor winkels verdwijnen.

Conclusie

Concluderend kan worden gesteld dat de versterking van de dagelijkse sector per saldo een positief effect zal hebben op het functioneren van het centrum van Blerick. De uitbreiding in de niet-dagelijkse sector zal wellicht enige effecten hebben op de binnenstad van Venlo, maar doordat de binnenstad recentelijk is versterkt met o.a. de Maasboulevard en de komst van de Primark, is het niet te verwachten dat deze effecten per saldo onaanvaardbaar zullen zijn. Het planinitiatief sluit prima aan op de beleidsmatige wens om de 'oostelijke halter' te versterken met een supermarkt als belangrijkste trekker (Albert Heijn), aangevuld met een tweede publiekstrekker (Berden Mode & Slapen). Per saldo heeft de ontwikkeling een positief effect op de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging en zal het van meerwaarde zijn voor het woon-, werk- en ondernemersklimaat.

Tweede trede: benutting bestaande panden en leegstand

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Allereerst dient in dit kader benadrukt te worden dat het bij het planinitiatief in Blerick-centrum uitsluitend een uitbreiding van bestaande aanbieders betreft. Het is daardoor logisch dat de uitbreiding plaatsvindt op de huidige locatie in het centrum van Blerick en niet elders op solitaire of andere locaties.

Er staan in de gemeente Venlo verschillende panden leeg. De omvang van de meeste leegstaande panden is te beperkt om een supermarkt of warenhuis te huisvesten. Hier-

voor geldt dat transformatie of herontwikkeling naar een supermarkt- of warenhuisfunctie zowel fysiek, functioneel als financieel niet realistisch is. De grootste lege winkelpanden zijn bovendien ongunstig binnen de structuur gelegen. Een vestiging in deze panden van een winkel als Berden Wonen & Slapen of de supermarkt is vanuit de detailhandelsstructuur, de algemene trends en ontwikkelingen, de consumentenverzorging, het beleid en het functioneren van de winkels onwenselijk.

De gemeente Venlo heeft bovendien veel onbenutte plancapaciteit voor detailhandel rond het kernwinkelgebied van centrum Blerick uit de markt genomen door de detailhandelsbestemming er af te halen. Het gaat om de op de kaart aangegeven locaties/panden met in totaal ca. 7.170 m² bvo (= ca. 5.400 m² wvo). Zie ook bijlage 4.

Figuur 2.1: detailhandelsmetres die bestemmingsplanmatig vervallen.



Het is zoals gezegd niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen ten gevolge van de uitbreiding van de supermarkt effecten op het bestaand aanbod zullen zijn en dat er hierdoor elders enige leegstand zal ontstaan. Heel misschien verdwijnt er een enkele zaak, maar voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zal dat geen onaanvaardbare effecten hebben

Derde trede: niet binnen bestaand stedelijk gebied

Omdat de ontwikkeling binnen het bestaand stedelijk gebied plaats vindt is, de derde trede niet van toepassing.

2.3.3 Ten slotte

In kwalitatieve zin draagt de supermarktontwikkeling bij aan een versterking van het supermarktaanbod in Blerick en daarmee de consumentenverzorging. De supermarktontwikkeling zal tevens een positief effect hebben op het functioneren van het gehele centrumgebied (handhaving evenwicht tussen beide polen door de aanwezigheid van moderne supermarkten). Het initiatief voorziet ook in trends en ontwikkelingen op het gebied van vraag en aanbod, zoals gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument en schaalvergroting. Daarnaast zijn er, gezien de beperkte uitbreiding, geen negatieve effecten op het functioneren van het bestaande aanbod en de leegstand elders in Blerick en omgeving te verwachten. De beoogde supermarktontwikkeling resulteert in een structurele versterking van het voorzieningenaanbod in Blerick.

De uitbreiding van Berden Mode & slapen draagt eveneens duidelijk bij aan het versterken van het centrum van Blerick. Om de positie van het centrum van Blerick in de gemeentelijke detailhandelsstructuur als stadsdeelcentrum te behouden, is het noodzakelijk dat er naast moderne supermarkten ook een kwalitatief sterk aanvullend niet-dagelijks aanbod aanwezig is. In de halter Wieënpassage e.o. wordt dit ingevuld door zaken als Hema, Blokker, Zeeman en Vogeles, aan de andere halter zijn Action, Scapino, Berden Mode & Slapen en enkele kledingzaken de belangrijkste trekkers in de niet-dagelijkse sector.

Vanwege de recente versterking van de binnenstad van Venlo en het matige huidige functioneren van het niet-dagelijks aanbod in het centrum van Blerick, is het noodzakelijk een trekker zoals Berden Mode & Slapen te behouden. Het overige niet-dagelijkse winkelaanbod is immers mede afhankelijk van de specifieke trekkracht van dit modewarenhuis. Het stimuleren c.q. faciliteren van uitbreiding is van belang om te kunnen concurreren met andere winkelgebieden. Als dit niet meer mogelijk is, wordt de kans groter dat deze winkel op termijn zal verdwijnen. Dit betekent dat de belangrijkste niet-dagelijkse trekker uit het centrum van Blerick verdwijnt, wat een verschraling van het aanbod, een vermindering van de bovenlokale functie van het centrum van Blerick en een toename van leegstand tot gevolg zal hebben.

Een uitbreiding van het modisch aanbod in Blerick centrum zal misschien enige effecten hebben op het modisch aanbod in de binnenstad van Venlo of in omringende kernen. De eventuele effecten spreiden zich daarmee over een groot aantal aanbieders en zullen daarom per saldo niet onaanvaardbaar zijn.

Hoewel de koopstromen tussen Blerick en Venlo iets zullen veranderen, zal de totale koopkrachtbinding op gemeenteniveau verbeteren. De ontwikkelingen hebben daarmee een positief effect op de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging in de gemeente en zullen per saldo leiden tot een verbetering van het woon-, werk- en ondernemersklimaat.

3. ONTWIKKELINGSKADER

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies van de marktmogelijkheden en effecten zoals behandeld in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een aanbodanalyse gemaakt van het gevestigde aanbod in de gemeente Venlo en specifiek stadsdeel Blerick. Ook is aandacht voor relevante kernen in de directe omgeving. Vervolgens wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op de dagelijkse artikelen-sector en modebranche, beleidskaders, plannen en initiatieven in de omgeving en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden vervolgens gebruikt voor het benaderen van de ontwikkelingsscenario's en effecten.

3.1 Aanbodanalyse

In deze paragraaf wordt een analyse van het winkelaanbod gemaakt. Aangezien de ontwikkeling vooral draait om de uitbreiding van een supermarkt en een warenhuis wordt in de analyse aandacht besteedt aan zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. Tevens wordt het horeca-aanbod in kaart gebracht. Ook wordt de leegstand in de gemeente Venlo en stadsdeel Blerick in kaart gebracht. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner¹. Voor Berden Wonen en Slapen en de Albert Heijn supermarkt zijn de oppervlakten gebruikt, zoals ze uit de beschikbare tekeningen naar voren komen. Voor beide zaken wordt daardoor een iets grotere winkelverkoopoppervlakte aangehouden dan Locatus aangeeft².

3.1.1 Aanbod gemeente Venlo

Bovenaan de winkelhiërarchie staat de binnenstad van Venlo met een regionaal verzorgende functie. De centra van Tegelen en Blerick hebben een stadsdeelverzorgende functie, de centra van Arcen, Velden en Belfeld en de wijk- en buurtcentra zijn vooral gericht op het eigen draagvlak in de omgeving. De grootschalige concentratie Trefcenter heeft evenals de binnenstad van Venlo een regionaal verzorgende functie. De navolgende tabel geeft een overzicht van het detailhandelsaanbod in de gemeente Venlo naar branche. Het aantal m² wvo per 1.000 inwoners in de gemeente Venlo is afgezet tegen het aantal m² wvo per 1.000 inwoners van de provincie Limburg en het landelijk gemiddelde.

¹ Peildatum juli 2014.

² Voor Berden Wonen en Slapen is 6.114 m²wvo aangehouden in plaats van 5.968 m² wvo (Locatus) en voor Albert Heijn 1.058 m² wvo in plaats van 800 m² wvo (Locatus).

Tabel 3.1: Aanbod gemeente Venlo naar branche (inclusief Blerick)

	Gemeente Venlo (100.536 inwoners)			Limburg	Nederland
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo	gem. wvo	gem. wvo
			per winkel	per 1.000 inwoners	per 1.000 inwoners
Levensmiddelen	146	38.790	266	383	303
Persoonlijke verzorging	40	5.917	148	59	48
dagelijkse artikelen	186	44.707	240	442	351
Warenhuis	6	8.204	1.367	82	66
Kleding en mode	136	40.478	298	402	237
Schoenen en lederwaren	37	7.262	196	72	52
Juwelier en optiek	27	1.847	68	18	17
Huishoudelijke en luxe art.	23	8.864	385	88	68
Antiek en kunst	4	175	44	2	8
Sport en spel	27	6.486	240	65	81
Hobby	16	1.150	72	11	17
Media	12	1.762	147	18	15
Dier en plant	46	56.653	1.232	564	198
Bruin- en witgoed	30	5.479	183	54	43
Fietsen en autoaccessoires	20	4.592	230	46	47
Doe-het-zelf	16	13.373	836	133	156
Wonen	64	38.723	605	385	399
Detailhandel overig	54	8.810	163	88	61
niet-dagelijkse artikelen	518	203.858	394	2.028	1.464
Totaal detailhandel	704	248.314	353	2.470	1.846

Bron: Locatus

Dagelijkse sector gemeente Venlo

De dagelijkse sector in de gemeente Venlo bestaat uit 186 winkels met een totale omvang van ruim 44.700 m² wvo. Het dagelijkse aanbod is met 440 m² wvo per 1.000 inwoners relatief ruim ten opzichte van het Limburgse en Nederlandse gemiddelde (respectievelijk 382 en 351 m² wvo). Dit kan verklaard worden door de het grote aantal Duitse bezoekers dat vanouds voor de aanschaf van bepaalde levensmiddelen naar Venlo komt.

Het supermarktaanbod vult doorgaans het grootste deel van de totale omvang van de dagelijkse sector in, zo ook in Venlo. Het supermarktaanbod heeft een aandeel van ca. 73% binnen de totale omvang van het dagelijkse aanbod in de gemeente Venlo. In de bijlage is een overzicht opgenomen van het complete supermarktaanbod in de gemeente Venlo en omgeving.

Niet-dagelijkse sector gemeente Venlo

De niet-dagelijkse sector in de gemeente Venlo bestaat uit 518 winkels, van totaal ruim 203.850 m² wvo. Net als de dagelijkse sector is ook de niet-dagelijkse sector in de gemeente Venlo met 2.028 m² wvo per 1.000 inwoners ruim vertegenwoordigd ten opzichte van Limburg en Nederland. Dit uit zich vooral in de branches warenhuis, kleding en mode, schoenen en lederwaren, huishoudelijke en luxeartikelen, dier en plant en detailhandel overig. Het ruime aanbod wordt sterk bepaald door drie grootschalige tuincentra. Daarnaast zijn er enkele grote modewarenhuizen gevestigd in de gemeente Venlo, waaronder een Primark (6.874 m² wvo) en Berden Mode en Slapen (6.114 m² wvo).

3.1.2 Aanbod stadsdeel Blerick

Dagelijkse sector stadsdeel Blerick

De dagelijkse sector in stadsdeel Blerick bestaat uit 35 winkels met een totale omvang van bijna 9.600 m² wvo.

Tabel 3.2: Aanbod Blerick naar branche

	Blerick (27.524 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (20.000 tot 30.000 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	27	8.318	308	33	8.900	270
Persoonlijke verzorging	8	1.271	159	9	1.455	158
dagelijkse artikelen	35	9.589	274	42	10.356	245
Warenhuis	2	1.450	725	1	1.026	861
Kleding en mode	18	9.465	525	31	5.330	173
Schoenen en lederwaren	3	731	244	6	1.540	246
Juwelier en optiek	5	353	71	8	551	71
Huishoudelijke en luxe art.	3	1.925	642	6	1.691	274
Antiek en kunst	-	-	-	1	140	130
Sport en spel	3	358	119	6	2.582	455
Hobby	3	165	55	3	455	132
Media	1	214	214	4	551	148
Dier en plant	10	2.397	240	11	7.730	732
Bruin- en witgoed	5	504	101	7	1.037	143
Fietsen en autoaccessoires	8	2.279	285	6	1.156	200
Doe-het-zelf	4	2.904	726	6	5.821	1.042
Wonen	11	2.878	262	18	12.727	711
Detailhandel overig	10	1.446	145	9	2.098	231
niet-dagelijkse artikelen	86	27.060	315	122	44.436	363
Totaal detailhandel	121	36.398	301	165	54.792	333

Bron: Locatus

Als Blerick vergeleken wordt met plaatsen van ca. 20.000 tot 30.000 inwoners blijkt het dagelijks aanbod relatief beperkt te zijn, in zowel het aantal winkels als de totale omvang. Ook het niet-dagelijkse aanbod is ten opzichte van deze plaatsen relatief beperkt. Dit wordt vooral veroorzaakt door de nabije ligging van Venlo. Het centrum van Venlo is het centrale winkelgebied in de gemeente, waardoor het niet-dagelijkse aanbod zich vooral hier concentreert.

Niet-dagelijkse sector stadsdeel Blerick

Het belangrijkste winkelgebied in Blerick is het centrum. Het centrum van Blerick telt 59 winkels, van totaal ruim 18.800 m² wvo. Belangrijkste trekkers in de dagelijkse sector in het centrum zijn Albert Heijn (Plaza Berden) en Jumbo (winkelcentrum Wieën). In de niet-dagelijkse sector is warenhuis Berden Mode & Slapen een belangrijke trekker met een omvang van ruim 6.000 m² wvo. Verder zijn de volgende formules aanwezig: Action, Hema, Kruidvat, Takkofashion, Charles Vögele, Xenos, Scapino, Blokker, Wibra, Etos, Trekpleister, Zeeman, Maxwell, Bruna, Shoeby, Jola, Didi, Durlinger, Dixons, Witteveen, Pearl, Eye Wish, Bonita, Hans Anders, Bakker Bart, Van Boxel en GSM-Shop.

Tabel 3.3: Aanbod centrum Blerick naar branche

	Blerick (27.524 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (20.000 tot 30.000 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	13	3.044	234	19	4.476	234
Persoonlijke verzorging	3	941	314	6	1.065	183
dagelijkse artikelen	16	3.985	249	25	5.541	222
Warenhuis	2	1.450	725	1	987	884
Kleding en mode	17	9.384	552	28	4.944	178
Schoenen en lederwaren	3	731	244	6	1.377	243
Juwelier en optiek	5	353	71	7	495	71
Huishoudelijke en luxe art.	3	1.925	642	5	1.236	255
Antiek en kunst	-	-	-	1	54	83
Sport en spel	-	-	-	4	847	225
Hobby	1	50	50	2	216	93
Media	1	214	214	3	457	160
Dier en plant	4	560	140	4	488	115
Bruin- en witgoed	3	380	127	5	738	139
Fietsen en autoaccessoires	-	-	-	2	339	202
Doe-het-zelf	-	-	-	1	246	264
Wonen	2	122	61	5	1.814	353
Detailhandel overig	1	46	46	5	592	131
niet-dagelijkse artikelen	42	15.215	362	78	14.829	191
Totaal detailhandel	58	19.200	331	103	20.370	198

De dagelijkse sector in het centrum van Blerick bestaat uit 16 winkels met een totale omvang van bijna 4.000 m² wvo. Als het centrum vergeleken wordt met plaatsen van ca. 20.000 tot 30.000 inwoners blijkt het dagelijks aanbod relatief beperkt te zijn, in zowel het aantal winkels als de totale omvang. In het niet-dagelijkse aanbod is in vergelijking tot vergelijkbare plaatsen op zijn. Vooral het modisch aanbod is met ca. 9.384 m² wvo relatief ruim, maar dit cijfer omvat wel tevens de slaapafdeling van Berden.

De overdekte winkelpassage Wieën zorgt voor een sterke winkelconcentratie aan de westzijde van het centrum. De gemoderniseerde Jumbo in combinatie met o.a. Blokker, Kruidvat en Hema heeft veel trekkracht. Ook de winkels aan de Kloosterstraat zijn kwalitatief sterk. Het betreft hier veel speciaalzaken aanwezig, ook in de modische sfeer. De Carleypassage is met onder andere een Action en Scapino ook relatief sterk. Opvallend is echter wel dat de winkels aan het Laurentiusplein duidelijk toe zijn aan een kwalitatieve investering. De panden hebben een gedateerde uitstraling en ook de inrichting van vooral Berden Mode & Slapen en de Albert Heijn is gedateerd en krap.

Buiten het centrum zijn er nog twee andere grotere winkelconcentraties, namelijk Vastenavondkampstraat en A. Thijmstraat. Het winkelgebied aan de Vastenavondkampstraat functioneert als wijkcentrum en heeft drie supermarkten als trekker, te weten Aldi, C1000 en Kafkas. De supermarkten hebben met respectievelijk 816, 771 en 241 m² wvo een beperkte omvang. Wel zorgen de drie complementaire supermarkten in combinatie met aanvullend dagelijkse en niet-dagelijkse winkels voor een compleet aanbod. Het winkelgebied aan de A. Thijmstraat kan eveneens als wijkcentrum worden gecategoriseerd. Opvallend is echter het ontbreken van een supermarkt. De branchering is nogal divers, waardoor een duidelijk profiel ontbreekt. Het betreft vooral zelfstandig ondernemerschap.

Supermarktstructuur Blerick en omgeving

Blerick telt 9 supermarkten, van totaal ca. 7.150 m² wvo. Grootste supermarkt is de nieuwe Plus aan de Vossenerlaan van 1.329 m² wvo, gevolgd door de Lidl aan Prins Mauritsstraat en Jumbo in de Wieënpassage, van respectievelijk 1.260 en 1.120 m² wvo. Opvallend is de relatief beperkte schaalgrootte van nagenoeg alle supermarkten in Blerick. Diverse supermarkten in Blerick zijn (min of meer) solitair gelegen.

Tabel 3.4: Supermarktaanbod Blerick

Naam/formule	Adres	m ² wvo	Winkelgebied	Winkelgebiedstype
Jumbo	Wieënpassage 40	1.120	Centrum Blerick	Binnenstedelijke Winkelstraat
Albert Heijn	Laurentiusstraat 7	1.058	Centrum Blerick	Binnenstedelijke Winkelstraat
Lidl	Prins Mauritsstraat 13	1.260	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
ALDI-Markt	B. Coenegrachtstraat 47	816	Vastenavondkampstraat	Wijkcentrum klein
C1000	Vastenavondkampstraat 148	771	Vastenavondkampstraat	Wijkcentrum klein
Spar	Op Den Akker 3	332	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Plus	Vossenerlaan 78	1.329	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Allochtone supermarkten		464		
Totaal		7.150		

Figuur 3.1: Supermarktstructuur Blerick en omgeving



Segmentering en spreiding

Navolgend is een figuur weergegeven met daarin de supermarktpositionering van de diverse formules naar service en prijs. De consument heeft in Blerick de beschikking over 2 supermarkten in het discount/prijs-segment, te weten Aldi en Lidl. Daarnaast zijn 5 supermarkten in het midden/service-segment, te weten twee C1000, Jumbo, Spar, Plus en Albert Heijn. Verder zijn er twee zelfstandige supermarkten gevestigd, namelijk Kafkas en Asda. De consument heeft in Blerick daarmee voldoende keuzemogelijkheden in zowel het discount/prijs- als het midden-service-segment. Ook qua spreiding liggen de supermarkten gunstig. Opvallend is echter de afwezigheid van een buurtsupermarkt in Hout-Blerick. Inwoners van Blerick hebben binnen aanvaardbare afstand tot de eigen woning toegang tot een supermarkt.

Figuur 3.2: Supermarktpositionering naar service en prijs (Bron: GfK Zomerrapport 2014)



3.1.3 Leegstand

Gemeente Venlo

In de gemeente Venlo staan 191 winkelpanden leeg, met een totale omvang van ruim 30.800 m² wvo. Dit komt neer op ca. 307 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is bijna 43% meer dan het landelijk gemiddelde van ca. 215 m² wvo per 1.000 inwoners. De onderstaande tabel geeft een overzicht van de grootste leegstaande panden in de gemeente Venlo. Hieruit blijkt dat Straelseweg 18 van 1.276 m² wvo het grootste leegstaande pand in de gemeente is en tevens langdurig leegstaat.

Tabel 3.5: Top-5 grootste leegstaande panden gemeente Venlo

Adres	Kern	Type	m² wvo	Winkelgebied
Straelseweg 18	Venlo	Langdurig	1.276	Straelseweg
Nijmeegseweg 2	Venlo	Aanvang/Frictie	1.270	Trefcenter
Hogeweg 20	Venlo	Aanvang/Frictie	1.256	Centrum Venlo
Nijmeegseweg 2	Venlo	Aanvang/Frictie	874	Trefcenter
Klaasstraat 23	Venlo	Aanvang/Frictie	650	Centrum Venlo

De relatieve leegstand uitgedrukt in het aantal panden in de gemeente Venlo (10,7%) is nagenoeg gelijk aan het provinciaal gemiddelde (10,6%). Dit is echter hoger dan het landelijk gemiddelde van 7,4%. De leegstand uitgedrukt in het aantal m² wvo is in de gemeente met 7,6% relatief beperkt, vergeleken met het provinciaal (10,7%) en landelijk gemiddelde (7,4%).

Tabel 3.6: Percentage leegstand gemeente Venlo t.o.v. Limburg en Nederland

Leegstand naar	Leegstand gemeente Venlo (%)	Leegstand Limburg (%)	Leegstand Nederland (%)
Aantal panden	10,7	10,6	7,4
Aantal m² wvo	7,6	10,7	8,0

Centrum Blerick

Uit een eigen van BRO inventarisatie in juli 2015 komt naar voren dat er in het centrum van Blerick 19 winkelpanden leegstaan (samen ca. 2.330 m² wvo). Hierbij moet de kanttekening geplaatst worden dat een aanzienlijk deel van de leegstand (8 winkels, 1.200 m² wvo) zich in de randen van het centrum bevindt. Hieronder vallen ook meerdere panden waar de detailhandelsbestemming inmiddels van af is gehaald (Pepijnstraat 22 en 24a, 1^e Graaf van Loonstraat, zie figuur 2.1). De leegstand langs de hoofdas Plaza Kloosterstraat-Wieën is daarmee tamelijk beperkt. De indruk bestaat dat de leegstand het afgelopen jaar iets is afgenomen: Locatus kwam in juni 2014 nog tot 22 panden met ca. 3.390 m² wvo.

3.1.4 Aanbod in de regio

Dagelijkse sector in de regio

In de directe omgeving van Venlo en Blerick zijn allereerst meerdere supermarkten gevestigd. In Baarlo zijn een Coop en Aldi gevestigd, in Grubbenvorst een Jan Linders, in Maasbree een Lidl en Jumbo en in Sevenum zijn een Aldi, Jumbo en Jan Linders. De omvang van de meeste van deze supermarkten is tamelijk beperkt; de grootste supermarkt in de omgeving is de Jumbo in Sevenum van 1.181 m² wvo.

Deze supermarkten liggen doorgaans in de centrale winkelgebieden van deze kernen, met veelal aanvullende dagelijkse en niet-dagelijkse winkels. De supermarkten hebben een belangrijke kernverzorgende verzorgingsfunctie en zijn de belangrijkste trekkers van

de centrumgebieden van deze kernen. De Aldi in Baarlo ligt solitair aan de rand van de kern.

Het aanbod in de niet-dagelijkse sector in de regio wordt vooral ingevuld door enkele grootschalige aanbieders, zoals bouwmarkten en tuincentra. Het centrum van Sevenum is naar grootte en verzorgingsfunctie nog het grootst in de regio. Hier zijn o.a. een grote modezaak, namelijk Jansen-Noy van 2.050 m² wvo en een Action van 710 m² wvo gevestigd.

3.2 Trends en ontwikkelingen

3.2.1 Dagelijkse sector

Aanbodzijde algemeen

De dagelijkse artikelsector 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 hebben een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.250 m² wvo omvatten. In grote steden maken sommige supermarkten een schaa sprong tot grootschalige supermarkten (3.000-4.000 m² wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaa sprong zichtbaar.
- Supermarktenorganisaties stemmen de omvang van hun winkels tegenwoordig meer dan voorheen af op de omvang van het (beoogde) marktgebied: grotere winkels met een wijk- of stadsdeelverzorgende functie en kleinere met een buurt- of dorpsfunctie. Supermarkten van 800-1.000 m² wvo kunnen die laatste functie vaak al goed invullen.
- 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 publiekstrekkingen.
- 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.
- Aan de onderkant van de markt ontstaan nieuwe initiatieven voor budgetsupermarkten die partijmatig artikelen verkopen.
- Tegelijkertijd is er ook een trend met meer aandacht voor vers, authentiek, biologisch, ter plekke klaargemaakt etc. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten.
- Branche- en sectorvervaging doen 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, versspecialisten 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 filiëlisering 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 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 afhaalpunten 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 zou dit kunnen veranderen. De verwachting voor de dagelijkse artikelensector is echter dat het aandeel van de internetbestedingen ondanks de komst van de afhaalpunten, 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.

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 (winkelrichting, 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 prijs-

bewuste consument is sterk op de prijsvriendelijke en discountsupermarkten georiënteerd.

- In de dagelijkse sector worden de aankopen door de consument 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 beneden modaal 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.
- Koopstromenonderzoeken laten verschuivingen zien in het koop- en bestedingsgedrag van de consument³. De mate waarin de consument haar dagelijkse boodschappen doet in de eigen woonplaats is 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 de centra nabij grotere of sterkere winkelgebieden die in de verdrukking komen. De concurrentie tussen winkelgebieden is toegenomen. Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking zijn noodzakelijk om de concurrentiepositie te blijven behouden.

3.2.2 Modische sector

- Het is nog altijd een moeilijke tijd voor de modebranche. In het derde kwartaal van 2014 behaalde de modebranche 4% minder omzet dan een jaar eerder. In het vierde kwartaal was dit 3% minder. In totaal is over 2014 1,6% minder omzet behaald dan in 2013⁴.
- Branche- en sectorervaging doen zich voor in diverse branches, waaronder de modebranche. Steeds vaker wordt een modewinkel gecombineerd met een horeca. Concept stores verkopen naast kleding ook vaak andere producten zoals horloges, accessoires, maar ook schilderijen, huishoudelijke artikelen en media.
- Internet en de opkomst van e-commerce hebben een duidelijke impact op de modebranche (ook wel e-fashion genoemd). Grote online spelers ('pure players') o.a.

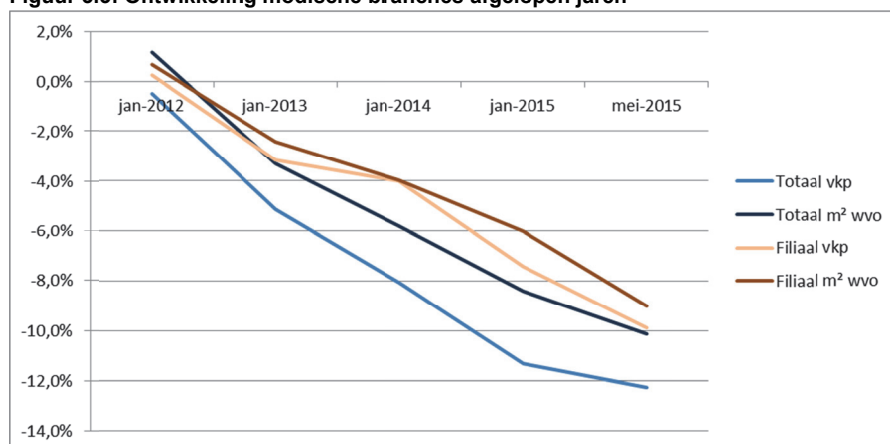
³ Platform Binnenstadsmanagement en SSM, De weerbare binnenstad (2012)

⁴ Bron: GFK Retail Reports Q4 2014.

Wehkamp, Otto, Zalando, domineren de markt, maar ook de fysieke winkels bevinden zich steeds vaker op het internet. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel).

- Pop-up stores worden steeds populairder. Het pop-up concept wordt vaak gebruikt in de modebranche. Kortstondige (internet)winkels schieten als paddenstoelen uit de grond om tijdelijk een leegstaand pand te betrekken. Het voordeel is drieledig; de consument wordt verrast met nieuw aanbod, de uitstraling van het pand verbetert en de internetwinkel genereert meer naamsbekendheid. De potentie voor dergelijke winkels is in de grotere centrumgebieden groter dan in dorpscentra.
- Het aantal faillissementen van modezaken neemt toe. Recentelijk zijn grote modeketens zoals de Etam Group (Miss Etam), Mexx, Piet Kerkhof en Dept Store failliet gegaan. V&D heeft al geruime tijd betalingsproblemen en kan niet langer de huurprijs betalen. Niet alleen de ketens hebben het moeilijk, ook de kleine zelfstandigen kunnen moeilijk weerstand bieden tegen de afnemende consumentenbestedingen, toenemende internetaankopen en moordende concurrentie.
- Als gevolg van de dalende consumentenbestedingen in de modebranche neemt de concurrentiestrijd tussen de ketens toe. Consequentie hiervan is dat verschillende particuliere winkels het bijzonder moeilijk hebben. Dit gaat daarmee vaak ten koste van het unieke aanbod.
- Steeds meer ketens trekken zich terug uit plaatsen met een inwonertal tussen de 20.000 en 30.000 inwoners. Ketens zoals Van Haaren, McGregor, Bjorn Borg, La Mar, O Moda, Pulls en Setpoint zijn niet meer te vinden in plaatsen met 20.000 tot 30.000 inwoners.
- Het middensegment heeft het moeilijk. Modewinkels moeten zich steeds meer onderscheiden. Dit betekent een sterke polarisatie in de segmentering van dit segment. Het hogere segment presteert redelijk, afhankelijk van de locatie. Steeds vaker oriënteert het hogere segment zich op de grotere plaatsen. Het lage segment doet het goed, zowel in grote als middelgrote plaatsen.
- De consument verkiest kwaliteit steeds vaker boven kwantiteit. Men wordt bewuster van waar de kleding vandaan komt, welke grondstoffen er in verwerkt worden en op welke wijze de kleding vervaardigd is. Het maatschappelijk verantwoord ondernemen en de duurzaamheid van kleding wordt daardoor steeds belangrijk.
- Prijs blijft ook in de modebranche nog steeds invloed te hebben op het koopgedrag. Hoewel kwaliteit belangrijker wordt, doen concepten zoals Primark het ontzettend goed. Het aanbieden van kleding en mode tegen een zeer scherpe prijs trekt veel mensen aan, ook van verder weg.

Figuur 3.3: Ontwikkeling modische branches afgelopen jaren



Relatie trends en ontwikkelingen tot de ontwikkeling in Blerick

De versterking van het centrum van Blerick door het initiatief voor Plaza Berden speelt in op diverse trends in de modische en supermarktbranche. De uitbreiding van de supermarkt sluit aan bij het faciliteren van extra gemak en beleving voor de consument. De betreffende schaalvergroting is vooral bedoeld om de gangpaden, stellingopbouw en winkelindeling te verbeteren. Ook zal het parkeren bij en de bereikbaarheid van de winkels verbeteren. Voor Berden Wonen & Slapen geldt dat het met name een modernisering van de winkel betreft, om zo beter aan te sluiten bij de wensen en eisen van de huidige consument.

3.3 Beleidskaders

3.3.1 Provinciaal

Het Provinciaal Detailhandelsbeleid is weergegeven in het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL). In 2014 is dit beleid geactualiseerd (POL2014). In algemene zin richt het beleid zich op de vraag wat er nodig is om de kwaliteit van de fysieke leefomgeving in Limburg te verbeteren. Samen met de inspanningen op andere terreinen moet dat leiden tot een leef- en vestigingsklimaat van een voortreffelijke kwaliteit. Het POL2014 stelt voorts dat er in Limburg voldoende, en in toenemende mate zelfs teveel woningen, bedrijventerreinen, kantoren en winkels zijn. Tegelijkertijd liggen er op al deze gebieden nog grote kwalitatieve opgaven. De uitdaging is om een omslag te maken 'van kwantiteit naar kwaliteit' en meer schaarste te creëren. Dynamisch voorraadbeheer is een middel hiertoe en bestaat uit:

- een goede visie en een actueel overzicht van de voorraad;
- verbeteren van de kwaliteit van de bestaande voorraad;
- schrappen van plannen en ideeën (ook van de harde plancapaciteit) waar geen behoefte aan blijkt te bestaan);

- onder voorwaarden toevoegen van nieuwe voorraad in combinatie met het schrappen van bestaande voorraad.

In het POL2014 worden ten aanzien van duurzame verstedelijking de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- grotere stedelijke ontwikkelingen concentreren in de steden, binnen het bestaande, bebouwde gebied. Indien dat niet mogelijk is zoveel mogelijk aansluitend daaraan met een stevige tegenprestatie voor het verlies van omgevingskwaliteiten;
- goed gebruik maken van reeds bestaande voorzieningen;
- de vitaliteit van de binnensteden heeft prioriteit bij detailhandelsvraagstukken;
- nieuwe stedelijke functies met veel woon-werkverkeer of bezoekersstromen dienen goed aangesloten te zijn op het OV-systeem;
- benutting leegstaande gebouwen.

Detailhandel draagt bij aan leefbaarheid van woongebieden. In verband met het teveel aan winkels ligt er een grote 'kwalitatieve' opgave. Inspelen op de groei van het internet-winkelen en de toenemende vraag naar beleving staat centraal.

- Behoud en versterking van de kwaliteit van de binnensteden als belangrijke ontmoetingsplaatsen.
- In dorpskernen en wijken het zoveel mogelijk op peil houden van het voorzieningen-niveau en de leefbaarheid. Dat zal echter niet overal kunnen op het niveau van nu, dat vraagt om keuzes.
- In stand houden van de kwaliteit van grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden. Voorkomen dat als oplossing van de problemen gekozen wordt voor verbreiding van deze centra waardoor deze zich tot nieuwe 'binnensteden' kunnen ontwikkelen.

De meeste beslissingen over de ontwikkeling van de winkelvoorzieningen worden op lokaal niveau genomen. Basisprincipes en spelregels zijn hierbij:

- Binnensteden hebben prioriteit. Buiten het stedelijk gebied is geen plek voor nieuwe winkelgebieden of grote uitbreidingen van bestaande. In het landelijk gebied helemaal geen nieuwe winkels.
- Inzetten op compactere winkelgebieden.
- Voor nieuwe winkelgebieden of uitbreiding van bestaande is er ruimte als deze aantoonbaar toegevoegde waarde bieden aan de regio en leiden tot een versterking van de structuur. De ontwikkeling moet gepaard gaan met het verdwijnen van minstens zoveel bestaande voorraad elders in de regio.
- Geen winkels op bedrijventerreinen, behalve als het gaat om verkoop van goederen die zich bij uitstek lenen voor vestiging op zo'n terrein.
- Geen ruimte voor winkels uit de branches die bij uitstek thuis horen in stadscentra (kleding, schoenen, gewone supermarkten; huidig beleid is alleen grotere winkels).
- Plannen in ontwikkeling die niet bijdragen aan de beoogde vernieuwing dienen zoveel mogelijk stopgezet te worden.

- Voor initiatieven voor grotere nieuwe winkelgebieden, winkels of uitbreidingen zal steeds gekeken moeten worden of deze passen binnen de regionale visie. Aan die afweging ligt een ruimtelijk-economische effectstudie ten grondslag (ladder van duurzame verstedelijking).

Het vernieuwen en verbeteren van de detailhandelsstructuur is primair de verantwoordelijkheid van de markt. De gemeenten zijn waar het gaat om de ruimtelijke sturing van ontwikkelingen de belangrijkste partij. De Provincie speelt een rol als regisseur: initiëren en participatie regionale samenwerking, monitoring, afstemming tussen regio's en met omliggende regio's, faciliteren met kennis en instrumentontwikkeling.

3.3.2 Regionaal

Momenteel wordt een regionale detailhandelsvisie voor Noord Limburg opgesteld. De gemeenten in Noord-Limburg werken in dit kader met elkaar aan een regionaal detailhandelsbeleid. Dit komt enerzijds doordat het beleid van de Provincie dit verplicht en anderzijds is er bij de regiogemeenten, mede gelet op de ontwikkelingen die spelen, het besef dat samenwerking nodig is om een evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur te behouden. Een regionale visie heeft tot doel om afspraken te maken over de positionering (en daarmee de concurrentie) tussen winkelgebieden in een regio. Overigens vindt al sinds 2012 in Noord-Limburg al regionale afstemming over detailhandelsontwikkelingen plaats.

3.3.3 Lokaal

Detailhandelsbeleid Venlo 2015-2025

De gemeente Venlo heeft recentelijk een nieuw detailhandelsbeleid vastgesteld. Hierin streeft de gemeente naar een duurzame en toekomstbestendige detailhandelsstructuur. De volgende algemene uitgangspunten gelden voor initiatieven op het gebied van detailhandel:

- 1) Behoud en versterking bestaande detailhandelsstructuur (vanuit oogpunt leefbaarheid én aantrekkelijkheid).
 - Binnen of in aansluiting op perspectiefrijke winkelcentra.
 - Perspectievolle clusters in buurten en wijken met supermarkt.
 - Kleinschalige initiatieven in wijk en buitengebied.
 - Complementair perifeer aanbod in één krachtig gebied, Trefcenter, passend bij specifieke branchering.
 - Geen solitair gelegen ontwikkelingen ondersteunen.
- 2) Webwinkels worden beschouwd als detailhandel. Webwinkels en afhaalpunten bij perspectiefrijke winkelgebieden of trafficlocaties.

Op basis van deze algemene uitgangspunten zijn enkele voorwaarden opgesteld, waaraan nieuwe detailhandelsontwikkelingen getoetst moeten worden:

1. De ontwikkeling moet passen bij het koopgedrag.
2. Voor supermarkten gelden maximale afmetingen.
3. De ontwikkeling moet passen bij het perspectief.
4. Transformatie naar andere functies is in randgebieden altijd mogelijk.

Dit toetsingskader is per winkelgebied specifiek enigszins genuanceerd. Het centrum van Blerick wordt aangewezen als een winkelgebied voor de dagelijkse boodschappen en effectief recreatief winkelen. Supermarkten mogen een omvang hebben van ca. 800 tot 2.000 m² wvo. Het perspectief is redelijk.

In het beleid worden ontwikkelingen mogelijk gemaakt indien de halterstructuur en de bestaande boodschappenstructuur versterkt worden. Voor detailhandel in het tweede deel van de Kloosterstraat en het Antoniusplein is onvoldoende perspectief. In dit gedeelte zet het beleid in op transformatie richting andere functies. Toevoeging van nieuwe supermarkten en detailhandelsvoorzieningen buiten de halterstructuur is vanuit het beleid niet mogelijk. Een ontwikkeling mag geen negatief effect hebben op leegstand in de Kloosterstraat en de Wieënpassage.

Het centrum van Blerick is in het beleid aangewezen als stadsdeelcentrum. Dit is doorgaans vanuit de detailhandelsstructuur een belangrijk winkelgebied dat versterking verdient.

3.3.4 Relatie beleid en het initiatief

Het initiatief levert een belangrijke bijdrage aan de versterking van het centrum van Blerick. De ontwikkeling sluit aan op zowel provinciaal als lokaal beleid. Het centrum van Blerick heeft een belangrijke verzorgingsfunctie binnen de gemeente Venlo en daarnaast ook een meer beperkte functie voor de inwoners van enkele omringende kernen. Versterking van het centrum op basis van de halterstructuur wordt in het lokale beleid aangemoedigd. Het initiatief speelt hier op in en past binnen het gestelde toetsingskader.

3.4 Plannen en initiatieven

Los van het in de inleiding van dit rapport beschreven planinitiatief voor het centrum van Blerick, speelt er het initiatief voor de transformatie van het voormalige Rabobank-pand naar winkel- en kantoorruimte. Vanwege de ligging van dit pand nabij de entree van de Wieënpassage betekent dit een versterking van de betreffende deel van de halter. Verder zijn er nog volgende relevante andere planinitiatieven in de gemeente Venlo en omgeving.

Tabel 3.7: Criteria harde/zachte plannen

	Privaatrechtelijk	Planologisch
Hard	• (principe)besluit B&W • Getekende overeenkomst	• Ontwerp bestemmingsplan • Vastgesteld bestemmingsplan • Onherroepelijk bestemmingsplan
Zacht	• Geen afspraak (slechts informatie) • Mondelinge afspraak	• Idee of voorstel

Tabel 3.8: Plannen en initiatieven gemeente Venlo en omgeving

Plan/initiatief	Locatie	Omvang/branche	Status
Ontwikkeling Q4	Venlo-centrum	Divers/creatief	Hard
Uitbreiding Lidl Leutherweg incl. MFA	Venlo-Oost	1.000 m² wvo	Zacht
Verplaatsing Jan Linders + uitbreiding met discounter	Tegelen-centrum	2.000- 3.500 m² supermarkt	Zacht
Tweede supermarkt Belfeld	Belfeld-centrum	1.100 m² dagelijks	Zacht
Vestiging Bauhaus	Veegtes-Nijmeegseweg	8.650 m² bouwmarkt + 2.500 m² wvo tuincentrum	Hard
Uitbreiding Tref	Leeuwenhoek/Groethoef	6.000 m²	Zacht
Tref-plus	Naast Bauhaus	6.000 – 12.000 m² wonen	Zacht
Berden	Trefcenter	2.500 m² wvo, wonen	Zacht
Uitbreiding Leurs	Trefcenter	12.000 m², tuincentrum	Hard
Van Cranenbroek	Keulse Barrière	15.000 m²	Hard
IKEA	Venlo	Omvang onbekend	Zacht
KazerneKwartier / Fort van Venlo	Venlo-Centrum	Leisuredome en authentic food and handmade market	Zacht
KazerneKwartier	Venlo-Centrum	5.000 m² sport/spel, beauty, Kennis	Hard

3.5 Draagvlakontwikkeling

3.5.1 Bevolkingsomvang en –ontwikkeling

Zoals eerder is aangegeven telt de gemeente Venlo ca. 100.536 inwoners⁵. Stadsdeel Blerick telt op basis van dezelfde bron ca. 27.524 inwoners. Volgens de Primos Prognose 2014⁶ zal het inwonertal van de gemeente Venlo in 2020 afnemen tot ca. 99.849 inwoners. De jaren daarna zal het inwonertal nog verder afnemen, met ca. 98.848 inwoners in 2025 en ca. 97.548 inwoners in 2030.

⁵ Bron: Gemeente Venlo, inwonertal in 2015 o.b.v. CBS/GBA, bewerking ABF Research.

⁶ Bron: Gemeente Venlo, ABF Research, Primos 2014.

Voor stadsdeel Blerick ontbreekt een actuele bevolkingsprognose. Het is te verwachten dat de bevolkingskrimp in de gemeente Venlo zich zal spreiden over de hele gemeente, waardoor een deel van de bevolkingskrimp ook ten koste zal gaan van het inwonertal van Blerick. Als we er vanuit gaan dat de bevolkingskrimp zich evenredig over de gemeente Venlo spreidt, zal het inwonertal in Blerick dalen tot ca. 27.336 in 2020, 27.062 in 2025 en 26.706 in 2030.

Tabel 3.9: Bevolkingsprognose gemeente Venlo en stadsdeel Blerick

Jaar	Gemeente Venlo	Afname (%) t.o.v. 2015	Stadsdeel Blerick	Afname (%) t.o.v. 2015
2015	100.536		27.524	
2020	99.849	-1%	27.336	-1%
2025	98.848	-2%	27.062	-2%
2030	97.548	-3%	26.706	-3%

3.5.2 Bestedingen

Het gemiddelde inkomensniveau in de gemeente Venlo bedraagt € 14.100,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt daarmee 6,6% lager dan het landelijk gemiddelde van € 15.100,- per hoofd van de bevolking⁷. Bij een afwijking groter dan 5% is het bij distributie planologisch onderzoek gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen. In dit geval is een correctie dus noodzakelijk. In Nederland wordt in de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector gemiddeld respectievelijk € 2.462,- en € 2.356,- per hoofd van de bevolking besteed⁸. De bestedingscijfers in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector bedragen na correctie respectievelijk € 2.421,- en € 2.278,- per hoofd van de bevolking.

Effect internet

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 opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 2% gestegen, de verwachting is dat de groei ook de komende jaren gestaag door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

In de niet-dagelijkse sector is de impact van internetaankopen zoals gezegd reeds groot en deze zal ook nog fors groeien. In de berekeningen is ten gevolge van een toename van de bestedingen via 'pure players' op het internet uitgegaan van een lager beste-

⁷ Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2012.

⁸ Bron: Detailhandel.info, bewerking BRO.

dingsvolume (-5%). Het toekomstig bestedingscijfer per hoofd van de bevolking voor de totale niet-dagelijkse sector bedraagt daarmee € 2.164,-.

3.5.3 Koopstromen

In 2014 is door BRO een koopstromenonderzoek voor de gemeente Venlo uitgevoerd. Dit onderzoek geeft een goed beeld van de koopstromen binnen Venlo en specifiek het centrum van Blerick. De koopkrachtbinding is de mate waarin de inwoners van de gemeente Venlo of stadsdeel Blerick bestedingen doen bij winkels die in Venlo of Blerick zijn gevestigd. De koopkrachttoevloeiing duidt op de mate waarin de inwoners van buiten Venlo of Blerick besteden bij winkels die in Venlo of Blerick zijn gevestigd. De toevloeiing wordt uitgedrukt als aandeel (%) van de omzet.

Koopstromen Blerick dagelijkse sector

Het Winkelhart Blerick neemt binnen het stadsdeel de belangrijkste positie in als aankoopplaats voor de dagelijkse boodschappen. Het centrum van Blerick bond ca. 17,5% van de koopkracht in de gemeente Venlo en ca. 56% van de koopkracht in het stadsdeel Blerick. Dit zal nu wellicht iets minder zijn (ca. 50%) door de komst van de PLUS Ruim 15% van de koopkracht wordt door Vastenavondkampstraat gebonden. In totaal bond het dagelijkse aanbod in Blerick ca. 80% van de koopkracht in Blerick, maar veracht mag worden dat dat nu hoger ligt (85%) door de komst van de nieuwe PLUS en de vernieuwing van de Jumbo in het centrum.

Op basis van het koopstromenonderzoek is inzicht in de koopkrachttoevloeiing naar de stadsdelen, zo ook Blerick. Dit betreft echter alleen de toevloeiing uit de gemeente Venlo. Er is geen onderzoek gedaan naar de gebieden rondom Venlo, waardoor de koopkrachttoevloeiing niet volledig uitsluitend is. Naar verwachting zal het grootste deel van omzet in de dagelijkse sector in Blerick uit de gemeente Venlo komen. Op basis van het koopstromenonderzoek is het aandeel gebonden bestedingen uit overig Venlo ca. 18% van de totale koopkracht. Een deel zal echter ook van buiten de gemeente Venlo komen. Naar verwachting zal het grootste deel uit de kernen, Maasbree, Baarlo, Grubbenvorst en Sevenum komen. Deze plaatsen hebben op basis van een inwonertal van 24.480 en een gemiddeld bestedingscijfer van € 2.245,- per hoofd van de bevolking een gezamenlijk bestedingspotentieel van ca. € 55 mln. Stel dat 5 tot 10% van deze koopkracht afvloeit naar aankoopplaatsen in Blerick. Dan bindt het dagelijkse aanbod in Blerick nog ca. € 2,8 tot € 5,5 mln. uit deze kernen. In totaal acht BRO een koopkrachttoevloeiing van ca. 20% haalbaar.

Voor de koopkrachttoevloeiing naar het centrum van Blerick geldt hetzelfde principe. In absolute zin zal naar schatting ongeveer de helft van de totale koopkrachttoevloeiing in Blerick ten gunste van het centrum komen. Dit heeft vooral te maken met het feit dat centrum naast een sterk dagelijks aanbod ook een ruim aanvullend niet-dagelijks aanbod heeft. De andere helft van de koopkrachttoevloeiing zal ten gunste komen van het overi-

ge dagelijkse aanbod in Blerick. Voor het centrum achten wij een aandeel omzet van buiten Blerick van ca. 15% daardoor haalbaar.

Koopstromen Blerick niet-dagelijkse sector

Het centrum van Blerick is ook voor de niet-dagelijkse sector de belangrijkste aankoopplaats binnen Blerick. Binnen de gemeente Venlo is dit echter de recent vernieuwde binnenstad, met o.a. de Maasboulevard. Het niet-dagelijkse aanbod in het centrum van Blerick bindt ca. 9,4% van de totale koopkracht in de gemeente Venlo. Het centrum van Blerick bindt bijna 27% van de koopkracht van stadsdeel Blerick. Het grootste gedeelte van de koopkracht uit Blerick vloeit af naar de binnenstad van Venlo (33%) en het Trefcenter (10%). Het totale niet-dagelijkse aanbod bindt ca. 32% van de koopkracht in Blerick.

Ook voor de niet-dagelijkse sector geldt dat de koopkrachttoevloeiing op basis van het koopstromenonderzoek slechts deels te bepalen is. Een koopkrachttoevloeiing van ca. 34% in de niet-dagelijkse sector wordt haalbaar geschat.

3.6 Functioneren en uitbreidingsruimte

3.6.1 Dagelijkse artikelen

In navolgende tabel is op basis van de hiervoor aangegeven gegevens een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijkse artikelenaanbod in Blerick. Hiervoor wordt de omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) als indicator gebruikt.

Tabel 3.10: Benadering functioneren dagelijkse sector centrum Blerick

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2020)
Aantal inwoners	27.524	27.336
Bestedingen per hoofd (€)	2.421	2.421
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	66,6	66,2
Koopkrachtbinding	50%	51%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	33,3	33,8
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	15%	15%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	5,9	6,0
Totale besteding (€ mln.)	39,2	39,8
Huidig wvo (m ²)	3.985	3.985
Omzet per m ² wvo (€)	9.835	9.885
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	7.207	7.207

De gemiddelde omzet per m² wvo in de dagelijkse sector in het centrum van Blerick bedraagt ca. € 9.835,-. Dit is vergeleken met het gewogen gemiddelde (€ 7.207,-) relatief

ruim⁹. Dit betekent dat het dagelijkse aanbod in het centrum van Blerick op dit moment goed functioneert en dat er sprake is van distributieve ruimte.

Uitgaande van een voor deze centrumsupermarkten benodigde omzet per m² wvo van ca. € 9.000,- gaat het om ca. 370 m² wvo.

Met een versterking van het centrum, als gevolg van de supermarktontwikkeling, zal er wellicht iets meer koopkracht uit Blerick gebonden worden. Zodra ook rekening wordt gehouden met de bevolkingskrimp zal het centrum in de toekomst per saldo nog steeds bovengemiddeld functioneren.

Als gekeken wordt naar de uitbreidingsmogelijkheden voor de dagelijkse sector in stadsdeel Blerick als geheel, kan geconcludeerd worden dat er theoretisch geen distributieve uitbreidingsruimte bestaat voor uitbreiding van het supermarktaanbod.

Tabel 3.11: Berekening distributieve uitbreidingsruimte dagelijkse sector Blerick

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2020)
Aantal inwoners	27.524	27.336
Bestedingen per hoofd (€)	2.421	2.421
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	66,6	66,2
Koopkrachtbinding	85%	86%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	56,6	56,9
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	20%	20%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	14,2	13,6
Totale besteding (€ mln.)	70,8	71,2
Huidig wvo (m ²)	9.589	9.589
Omzet per m ² wvo (€)	7.385	7.425
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo) ¹⁰	7.438	7.438

3.6.2 Niet-dagelijkse artikelen

De gemiddelde omzet per m² wvo in de niet-dagelijkse sector in centrum Blerick bedraagt theoretisch € 1.625,-. Dit is vergeleken met het gewogen gemiddelde (€ 2.360,-) relatief laag¹¹. Dit betekent dat het niet-dagelijkse aanbod in het centrum van Blerick op dit moment matig functioneert. Met een versterking van het centrum, als gevolg van de uitbreiding van Berden Mode & Slapen, zal er wellicht iets meer koopkracht uit Blerick gebonden worden. Als ook rekening wordt gehouden met de bevolkingskrimp zal het centrum in de toekomst per saldo nog steeds benedengemiddeld functioneren.

⁹ De normatieve vloerproductiviteit is gewogen naar het aanbod in het centrum.

¹⁰ De normatieve vloerproductiviteit is gewogen naar het aanbod in stadsdeel Blerick.

¹¹ De normatieve vloerproductiviteit is gewogen naar het aanbod in het centrum.

Tabel 3.12: Benadering functioneren niet-dagelijkse sector centrum Blerick

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2020)
Aantal inwoners	27.524	27.336
Bestedingen per hoofd (€)	2.164	2.164
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	59,6	59,2
Koopkrachtbinding	27%	30%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	16,1	17,7
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	35%	35%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	8,7	9,6
Totale besteding (€ mln.)	24,7	27,3
Huidig wvo (m²)	15.215	15.215
Omzet per m² wvo (€)	1.625	1.800
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo)	2.360	2.360

Als wordt gekeken naar de uitbreidingsmogelijkheden voor de niet-dagelijkse sector in stadsdeel Blerick als geheel, kan geconcludeerd worden dat er theoretisch geen distributieve uitbreidingsruimte bestaat voor uitbreiding van het aanbod.

Tabel 3.13: Berekening distributieve uitbreidingsruimte niet-dagelijkse sector Blerick

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren (2020)
Aantal inwoners	27.524	27.336
Bestedingen per hoofd (€)	2.164	2.164
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	59,6	59,2
Koopkrachtbinding	32%	35%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	19,1	20,7
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	40%	40%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	12,7	13,8
Totale besteding (€ mln.)	31,8	34,5
Huidig wvo (m²)	27.060	27.060
Omzet per m² wvo (€)	1.175	1.275
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo)	1.898	1.898

Kwaliteit boven kwantiteit

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

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

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

3.7 Effecten

Effecten van uitbreiding dagelijkse sector in centrum Blerick

De uitbreiding van Albert Heijn zal slechts beperkte effecten hebben op de Jumbo in winkelcentrum de Wieënpassage, omdat de dagelijkse artikelensector in het centrum van Blerick ruim bovengemiddeld functioneert. Daarnaast trekken Jumbo en Albert Heijn over het algemeen toch een eigen publiek. De beperkte uitbreiding zal niet leiden tot een significante verschuiving in de koopstromen tussen beide supermarkten: er blijft sprake van evenwicht. De uitbreiding dient vooral om de winkel beter en efficiënter in te richten, zodat de routing voor de consument in de winkel verbetert.

Het is echter niet volledig uit te sluiten dat er als gevolg van de uitbreiding elders in Blerick effecten zullen ontstaan. Het totale dagelijkse aanbod in Blerick functioneert redelijk, maar buiten het centrum matig. Hierdoor zullen er eventueel toch negatieve effecten kunnen ontstaan. Mocht er onverhoopt toch een aanbieder verdwijnen, dan zal dit waarschijnlijk verouderde en solitaire gevestigde zaak zijn. Vanuit het gemeentelijk beleid en de detailhandelsstructuur zijn deze aanbieders niet structuurbepalend. Het verdwijnen van één of enkele aanbieders zal niet leiden tot duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur. Ook zal de consumentenverzorging in Blerick niet in gevaar komen. De consument heeft immers nog steeds de beschikking over veel keuzemogelijkheden in de dagelijkse sector.

Effecten van uitbreiding niet-dagelijkse sector in centrum Blerick

Het niet-dagelijkse aanbod zal aanzienlijk uitbreiden worden (maximaal ca. 3.000 m² wvo). Aangezien er theoretisch geen distributieve marktruimte bestaat in Blerick zal een dergelijke uitbreiding effect kunnen hebben op aanbieders in de niet-dagelijkse sector die concurreren met Berden Mode & Slapen.

Dit zal vooral de winkels in de modische branches betreffen, omdat de uitbreiding zich vooral zal richten op de uitbreiding van het modisch aanbod. Er is immers al een uitgebreide slaapafdeling.

In Blerick zijn nagenoeg alle winkels in de modische sector gevestigd in het centrum. Het gaat hier om ca. 10.000 m² wvo (inclusief Berden Mode & Slapen van ruim 6.000 m² wvo). Het modisch aanbod in Blerick exclusief Berden Mode & Slapen heeft op basis van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit voor modezaken een omzetclaim van ca. € 10,4 mln. Dit aanbod functioneert in de huidige situatie naast Berden Mode & Slapen. Waarschijnlijk zijn de overige modische zaken (ca. 4.000 m² wvo) sterk afhankelijk van de aantrekkingskracht van Berden Mode & Slapen. Dit blijkt ook uit het feit dat het bestedingspotentieel voor de modische branches (lederwaren, modewinkels, schoenenzaken) in de huidige situatie erg laag is. Uit het koopstromenonderzoek blijkt dat het centrum van Blerick op het gebied van de modische sector een binding haalt van ca. 25%. Op basis van een bestedingspotentieel van ca. € 17 mln. (27.524 inwoners * € 621,- besteding per hoofd) is dit slechts € 4,3 mln. Dit betekent dat een forse koopkrachttoevloeiing noodzakelijk is om überhaupt gemiddeld te functioneren.

Het modisch aanbod in het centrum van Blerick dat zich concentreert aan de Kloosterstraat heeft mogelijk te weinig autonome trekkracht om een dergelijke koopkrachttoevloeiing te generen. Berden Mode & Slapen heeft dit echter wel, waardoor een versterking van deze winkel juist positieve effecten kan hebben op het centrumaanbod (er wordt meer koopkracht van buiten Blerick getrokken). De negatieve effecten op de modische aanbieders in het centrum van Blerick zullen beperkt zijn, omdat deze immers nu al naast Berden Mode & Slapen functioneren. De extra bezoekers als gevolg van de uitbreiding zullen deels ook aankopen doen in andere winkels in het centrum. Hierdoor kan het overige aanbod in het centrum van Blerick per saldo profiteren van de versterking. Daar komt bij dat deze vaak kleinschalige en/of specialistische modezaken een andere doelgroep bedienen dan een warenhuis. Hierdoor is er geen sprake van directe concurrentie.

Berden Mode & Slapen is meer een concurrent voor andere grotere (mode)warenhuizen. Deze zitten vooral in de binnenstad van Venlo, zoals V&D en C&A. De uitbreiding zal er toe leiden dat er onderling enige koopkrachtverschuiving zal plaatsvinden. Anders gezegd, inwoners van Venlo zullen iets meer op het centrum van Blerick georiënteerd zijn, wat leidt tot meer koopkrachtafvlueing uit Venlo naar Blerick. Voor Blerick geldt dat er iets minder koopkracht zal afvloeien naar Venlo, maar dat de binding op het eigen stadsdeel zal toenemen. Per saldo zorgt de versterking van het aanbod er voor dat de totale koopkrachtbinding op gemeenteniveau zal verbeteren. Inwoners van de gemeente Venlo zullen immers relatief minder vaak naar aankoopplaatsen buiten de eigen gemeente gaan, zoals het Designer Outlet Center te Roermond, omdat het aanbod in de eigen gemeente sterker wordt.

Omdat de effecten in Venlo-centrum (en overige gemeente Venlo) zich spreiden over veel mode-aanbieders is het niet te verwachten dat er hierdoor winkels zullen verdwijnen. Mogelijk verdwijnen er de komende tijd nog wel kleding- en/of schoenenwinkels, maar dat is vooral te wijten aan de verwachte verdere groei van e-commerce als aankoopkanaal.

Dit laatste geldt ook voor de effecten op het aanbod in Blerick omringende dorpen. Hier zijn ook enkele modezaken aanwezig waaronder ook modewarenhuizen in Sevenum, Horst en Panningen. De uitbreiding van Berden betekent iets meer concurrentie voor deze zaken, maar de effecten spreiden zich weer over meerdere zaken.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

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

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse artikelen

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

Bestedingspotentieel

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

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

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

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Bijlage 2: Supermarktaanbod gemeente Venlo en omgeving

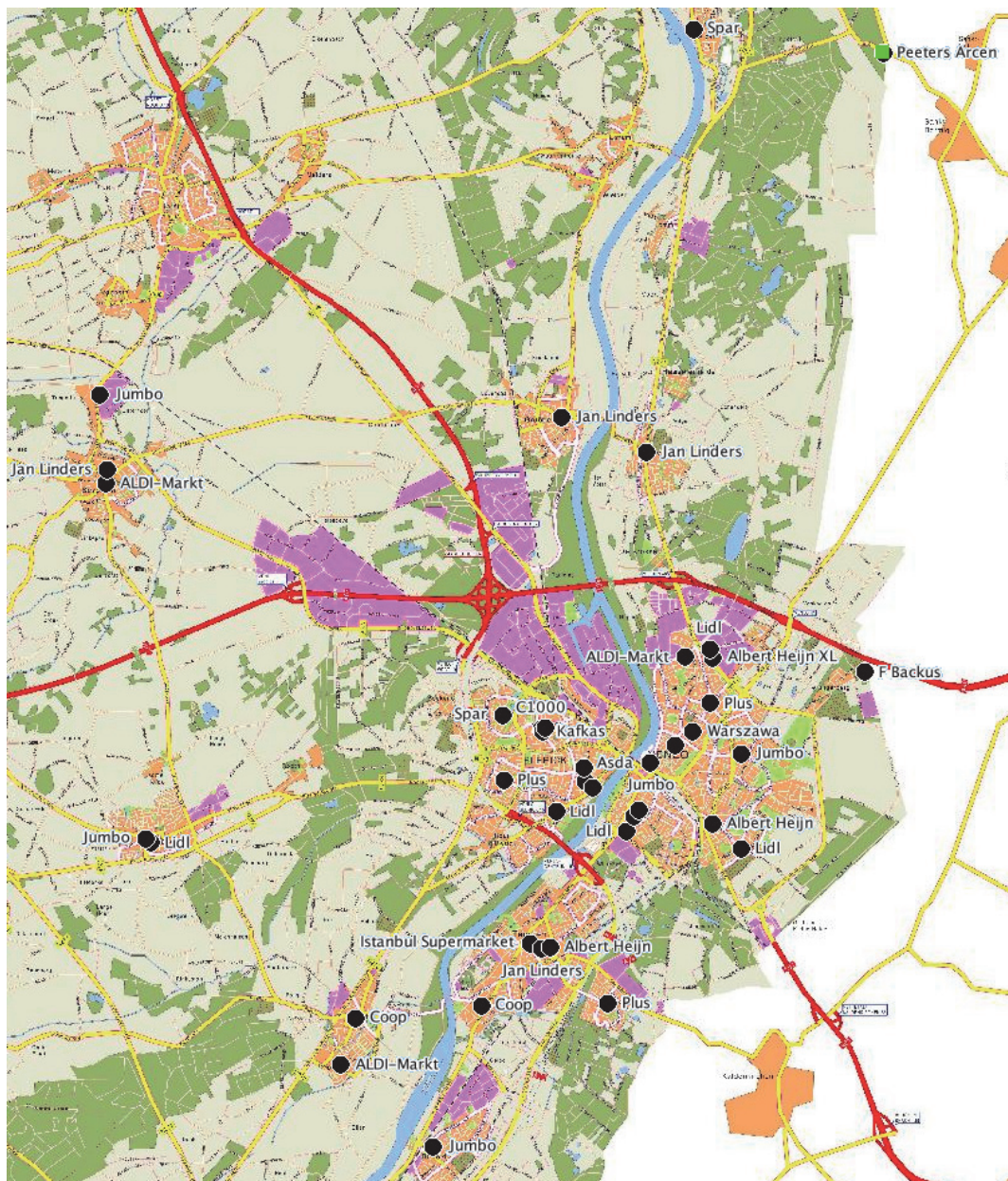
In de onderstaande tabel en figuur is het complete supermarktaanbod in de gemeente Venlo (m.u.v. Lomm en Arcen) en de kernen Baarlo, Maasbree, Sevenum en Grubben-vorst weergegeven.

Tabel A: Supermarktaanbod gemeente Venlo en omgeving

Woonplaats	Naam/formule	Adres	m² wvo	Winkelgebied
Belfeld	Jumbo	Muldersplein 10	976	Centrum Belfeld
Steyl	Coop	Pater Petersstraat 1	930	Bebouwde kom
Tegelen	Albert Heijn	Raadhuislaan 48	1.205	Centrum Tegelen
Tegelen	Jan Linders	Kerkstraat 42	1.198	Centrum Tegelen
Tegelen	Plus	Glazenapstraat 21	855	Bebouwde kom
Tegelen	Istanbul Super-market	Gasthuisstraat 64	152	Centrum Tegelen
Velden	Jan Linders	Markt 10	998	Centrum Velden
Venlo	Die 2 Brüder von Venlo	Monseigneur Nolensplein 5	3.807	Centrum Venlo
Venlo	F Backus	Herungerberg 417	394	Buiten bebouwde kom
Venlo	Warszawa	Straelseweg 29	225	Straelseweg
Venlo	Albert Heijn	Maagdenbergplein 15	948	Bebouwde kom
Venlo	Lidl	Nijmeegseweg 24	764	Trefcenter
Venlo	Lidl	Prins Mauritsstraat 13	1260	Bebouwde kom
Venlo	Jumbo	Wieënpassage 40	1.120	Centrum Blerick
Venlo	Albert Heijn	Laurentiusstraat 7	1.058	Centrum Blerick
Venlo	ALDI-Markt	Burg Coenegrachtstraat 47	816	Vastenavondkampstraat
Venlo	Lidl	Leutherweg 189	540	Bebouwde kom
Venlo	C1000	Vastenavondkampstraat 148	771	Vastenavondkampstraat
Venlo	Albert Heijn	Van Nijvenheimstraat 62	1.120	Van Nijvenheimstraat
Venlo	Lidl	Kraanvogelstraat 36	925	Bebouwde kom
Venlo	Spar	Op Den Akker 3	332	Bebouwde kom
Venlo	Plus	Straelseweg 183	1.487	Gelreplein
Venlo	Plus	Vossenerlaan 78	1.329	Bebouwde kom
Venlo	Jumbo	Vinckenhofstraat 90	1.067	Vinckenhofstr
Venlo	Kafkas	Drie Decembersingel 14	241	Vastenavondkampstraat
Venlo	Albert Heijn XL	Nijmeegseweg 20	3.814	Trefcenter
Venlo	ALDI-Markt	Van Postelstraat 120	900	V Postelstr
Venlo	Jan Linders	Pastoor Op Heijstraat 59	1.289	Van Nijvenheimstraat
Venlo	Asda	Laurentiusstraat 92	223	Bebouwde kom
Venlo	Jumbo	Tegelpoort 1	1.176	Centrum Venlo
Subtotaal		30	31.920	
gemeente Venlo				

Woonplaats	Naam/formule	Adres	m² wvo	Winkelgebied
Baarlo	Coop	Grotestraat 11	850	Centrum Baarlo
Baarlo	ALDI-Markt	Diepenbroeklaan 1	980	Bebouwde kom
Grubbenvorst	Jan Linders	Kloosterstraat 70	1.067	Centrum Grubbenvorst
Maasbree	Lidl	Dorpstraat 13	700	Centrum Maasbree
Maasbree	Jumbo	Heierveldlaan 10	795	Centrum Maasbree
Sevenum	ALDI-Markt	Raadhuisplein 4	657	Centrum Sevenum
Sevenum	Jumbo	Horsterweg 64	1.188	Bedrijfsterrein
Sevenum	Jan Linders	Pastoor Vullingsstraat 53	800	Centrum Sevenum
Subtotaal omliggende kernen	8		7.037	
Totaal marktgebied	38		38.957	

Figuur: Supermarktaanbod geografische weergave



Bijlage 3: Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

4. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
5. 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.
6. 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."

Enkele treden van de Ladder verdienen een nadere toelichting.

Actuele regionale behoefte

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

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

Aandacht voor leegstand

Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand; kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

maat 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 oogpunt 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, Herontwikkeling De 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.

Bijlage 4: Wegbestemde detailhandel

Locatie	Bestemming/ aanduiding Beheersverordening	Bestemming/ aanduiding Bestemmingsplan	Oppervlak wegbestemd detailhandel (m²)
Pepijnstraat 24/24a	Wonen met (dh)	Gemengd	228
1e Graaf van Loon- straat (hoekpand tegenover café)	Gemengd met (dh)	Gemengd	589
1e Graaf van Loon- straat (richting Kloos- terstraat)	Centrum	Gemengd	882
Antoniuslaan (op de hoek tegenover de parkeerplaats)	Centrum	Gemengd	1381
Pontanus- straat/Laurentiusstraa t (locatie Paerdskoel)	Centrum	Gemengd	2490
Hoek Pontanusstraat/ Helling	Detailhandelsfunctie uit voormalig bestemmingsplan reeds in beheersverordening niet meer opgenomen		1.600
Totaal			7.170

