advies

project
Actualisatie DPO en beoordeling centrumplannen

datum
3 juni 2021

opdrachtgever
Gemeente Laarbeek

projectnummer
P04405

opgesteld door
FSi

i.a.a.
RvL

BRO
Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01
E info@bro.nl
www.bro.nl

1. Inleiding

Aanleiding

Het winkelaanbod in het dorp Lieshout in de gemeente Laarbeek is momenteel sterk versnipperd aanwezig, met name aan de Dorpsstraat. Van een compact centrumgebied is momenteel geen sprake. Een compact dorpshart met verschillende voorzieningen, waaronder detailhandel, is belangrijk voor de leefbaarheid van het dorp. Inwoners hebben behoefte aan een centrale ontmoetingsplek waar de identiteit van het dorp terugkomt. De gemeente zet zich actief in om aan de Heuvel, het geografische en historische hart van het dorp, centrumfuncties te concentreren. Dit is positief voor de levendigheid en leefbaarheid van het dorp, de inwoners en de ondernemers, die van elkaars nabijheid kunnen profiteren.

Supermarkt Jumbo is de enige supermarkt in de kern Lieshout en vervult daardoor een essentiële functie in het voorzien van inwoners in de eerste levensbehoefte. Met een omvang van circa 850 m^2 winkelvloeroppervlak (wvo) en een beperkte parkeercapaciteit voldoet de supermarkt niet aan de maatstaven van een hedendaagse fullservice supermarkt. Daarnaast is de supermarkt momenteel nagenoeg solitair aanwezig buiten het dorpshart, waardoor combinatiebezoek met andere winkels en voorzieningen nauwelijks aan de orde is. Modernisering van de supermarkt is noodzakelijk om ook in de toekomst een supermarkt te behouden voor het dorp.

Sinds 2017 bestaat het plan om de supermarkt te verplaatsen naar het zuidelijk deel van het centrum, op de hoek van de Dorpstraat, Heuvel en de Ribbiustraat. De supermarkt komt daarmee centraal in het dorpshart te liggen. Het voornemen is om de supermarkt daarbij uit te breiden tot circa 1.250 m^2 winkelvloeroppervlak (wvo). Aanvullend wordt op de locatie circa 300 m^2 wvo overige dagwinkels en/of horeca en 20 à 24 appartementen gerealiseerd. De combinatie van een supermarkt met dagwinkels versterkt het centrumprofiel en worden ruimtelijk ook binnen het historische karakter van het dorpshart ingepast. De huidige supermarktlocatie wordt getransformeerd naar woningen.

Een aantal inwoners heeft echter bedenkingen bij de ontwikkeling, met name ten aanzien van de beoogde locatie en de totale omvang van de supermarkt en overige voorzieningen. Ze vragen zich af of de beoogde ontwikkeling noodzakelijk is en of de grootschaligheid niet ten koste gaat van het huidige dorpse karakter van Lieshout. Zelf hebben ze bovendien een alternatief plan voor de betreffende locatie, namelijk ruim 30 woningen en circa 200 m^2 horeca. Initiatiefnemers onderstrepen de meerwaarde van een toekomst bestendige supermarkt, maar achten het denkbaar dat de supermarkt op de huidige locatie kan groeien. Daarbij kan tevens ruimte worden gemaakt voor andere winkels.

In essentie gaat het om de vraag hoe de levendigheid in het centrum van Lieshout wordt gewaarborgd en welk van beide plannen hier het meeste aan bijdraagt.

Aanpak

In 2019 heeft BRO een DPO uitgevoerd voor de verplaatsing van Jumbo naar de beoogde planlocatie (dd. 26-03-2019). BRO is gevraagd het plan van bewoners objectief te beoordelen. Om de overwegingen van bewoners goed te kunnen toetsen zijn enkele basis analyses noodzakelijk die ook terugkomen in het DPO. Hierdoor is ook gekozen het eerdere DPO te actualiseren met de meest recente feiten en cijfers. De volgende stappen zijn doorlopen:

- Wat is het verzorgingsgebied en de functie van het centrum van Lieshout?

- Hoe ziet de dagelijkse vraag- en aanbodstructuur in Lieshout en omgeving er uit? Tevens is een benchmarkanalyse uitgevoerd met betrekking tot het aanbod en specifiek supermarkten in dorpen zoals Lieshout.
- Wat zijn relevante trends en ontwikkelingen in dorpen zoals Lieshout en specifiek als het gaat om het winkelaanbod, supermarkten, sfeer en beleving?
- Wat zijn relevante provinciale, regionale en lokale beleidskaders?
- Wat is de huidige en toekomstige behoefte aan dagelijks winkelaanbod in Lieshout? Wat betekent dit voor de distributieve mogelijkheden voor dagelijkse winkels?
- Hoe kunnen beide plannen worden beoordeeld in het licht van een levendig, vitaal en toekomstbestendig centrum van Lieshout?

In het volgende hoofdstuk wordt concluderend een beoordeling gegeven van beide centrumplannen. Hoofdstuk 3 tot en met 6 zijn hiervoor de onderliggende analyses.

2. Conclusies

Kwantitatieve behoefte

- In de huidige situatie functioneert het dagelijks aanbod in de gemeente Laarbeek indicatief iets beneden het landelijk vijfjaarsgemiddelde. Het verschil is echter redelijk beperkt en aanvaardbaar. In kleinere landelijke kernen is het dagelijks aanbod doorgaans in staat om stabiele beneden het landelijk gemiddelde te kunnen functioneren. De huidige situatie dient vooral te worden beschouwd als evenwichtssituatie.
- De komende jaren neemt het inwonertal in het verzorgingsgebied licht af, maar wordt wel rekening gehouden met een toename van de binding. Het economisch functioneren van dagelijkse winkels, inclusief de uitbreiding van Jumbo, ligt nog altijd iets bededen het gemiddelde.
- Ten opzichte van de huidige situatie, neemt het economisch functioneren naar verwachting licht toe. Eventuele toekomstige uitbreidingen van supermarkten elders in de gemeente dienen te worden bezien in het licht van de dagelijkse aanbodstructuur op dat moment.

Kwalitatieve behoefte en effecten

Kwantitatief bestaat geen aanleiding om het dagelijkse aanbod fors uit te breiden, maar een beperkte uitbreiding kan te verantwoorden zijn indien dit een kwalitatieve versterking van de consumentenverzorging en/of detailhandelsstructuur en leefbaarheid oplevert. In kwalitatieve zin is de beoogde uitbreiding en modernisering van Jumbo in Lieshout een positieve ontwikkeling voor de consumentenverzorging.

- De beoogde ontwikkeling resulteert in een moderne supermarkt in Lieshout, die invulling geeft aan de hedendaagse consumentenbehoefte (uitgebreider assortiment, ruimere opzet, etc.). Consumenten in Lieshout krijgen de beschikking over een aantrekkelijke toekomstbestendige supermarkt.
- De ontwikkeling draagt bij aan de toekomstbestendigheid van het centrum van Lieshout. Een stevige supermarkt is een cruciale voorwaarde om bezoekers te blijven trekken en biedt perspectief om andere (bestaande) voorzieningen zo veel mogelijk in stand te houden.

Naar verwachting leidt de beoogde uitbreiding van de supermarkt in Lieshout niet tot onaanvaardbare effecten voor de bestaande dagelijkse winkelstructuur binnen Laarbeek.

- Het omzeteffect is per saldo positief. Doordat Jumbo groter wordt, neemt de afvloeiing naar verwachting af. Voorzieningen die zich in de nabijheid van de nieuwe Jumbo vestigen, zullen hiervan profiteren.
- Omzeteffecten zullen zich voornamelijk richten op speciaalzaken in Lieshout die solitair liggen, of bij supermarkten in de omgeving die minder toevloeiing uit Lieshout krijgen. De effecten op andere supermarkten in de gemeente blijven beperkt en die zullen hierdoor niet de deuren moeten sluiten. Naar verwachting zal de uitbreiding van de supermarkt dan ook geen onaanvaardbare effecten hebben op de bestaande structuur.
- Hoewel door de modernisering de concurrentiekracht van Jumbo zal toenemen, is het niet te verwachten dat de andere supermarkten in de gemeente Laarbeek of omringende plaatsen verdrongen worden. Enige omzetderving door de veranderde concurrentieverhoudingen is mogelijk, maar daarmee zal hun bestaan normaliter niet in het geding zijn. Daarvoor zijn zij te modern en/of te zeer gericht op een specifieke doelgroep (zoals discounters) of eigen klantenkring (de inwoners van de eigen kern of wijk). Verder zullen de eventuele effecten buiten Lieshout zich spreiden over veel aanbieders en daardoor blijven de effecten per winkel heel beperkt.
- Het toekomstig economisch functioneren van dagelijkse winkels is mede afhankelijk van hoe de aanvullende commerciële ruimtes wordt ingevuld.
  - Indien de commerciële ruimte wordt ingevuld met extra dagelijkse winkelmeters, dan heeft dit in beginsel effect op het functioneren van dagelijkse winkels. Bij voorkeur worden deze meters echter ingevuld door verplaatsing en concentratie van bestaand aanbod. Indien in het verlengde daarvan achterblijvende panden worden getransformeerd, blijft het gemiddelde economisch functioneren per saldo (nagenoeg) gelijk.
  - Indien de commerciële ruimtes worden ingevuld met extra horecameters heeft dit in beginsel geen effect op de gemiddelde vloerproductiviteit van dagelijkse winkels. Aanvullende horeca draagt bovendien bij aan de verblijfs- en ontmoetingsfunctie in Lieshout.

Beoordeling centrumplannen

Voor het centrum van Lieshout bestaan twee plannen. In het oorspronkelijke plan staan verplaatsing en uitbreiding van supermarkt Jumbo centraal. Het zwaartepunt in het centrum komt te liggen aan de Heuvel en het zuidelijk deel van de Dorpsstraat, waar een compact en levendig centrum ontstaat. De Heuvel krijgt een functie als centrale verblijfs- en ontmoetingsplek. Het alternatieve plan legt de primair focus op de Heuvel als centrale verblijfs- en ontmoetingsplek.

Plan A: Verplaatsing en uitbreiding supermarkt
Het oorspronkelijke plan stelt verplaatsing en uitbreiding van supermarkt Jumbo centraal.

- De supermarkt breidt uit tot circa 1.250 m^2 wvo en verplaatst naar de locatie op de hoek van de Dorpsstraat, Heuvel en Ribbiusstraat.
- Ten oosten van de supermarkt wordt een parkeerplaats gerealiseerd en aan de dorpsstraat is extra ruimte voor fietsparkeren. Aan beide zijden komt een entree.
- Aan de kant van de Heuvel wordt circa 300 m^2 wvo aanvullende commerciële ruimte gerealiseerd voor dagwinkels en/of horeca in combinatie met terrasruimte.
- Tevens worden circa 23 appartementen gerealiseerd en ook op de bestaande supermarktlocatie is woningbouw voorzien met circa 10 grondgebonden woningen en levensloopbestendige woningen.
- De Heuvel wordt opnieuw ingericht met meer ruimte voor groen en verblijfskwaliteit.
- Afhankelijk van de parkeerbalans is ruimte voor langs- of haaksparkeren ten zuiden van de Heuvel. Deels is dit al mogelijk in de bestaande situatie.

Plan B: Heuvel als centrale verblijfs- en ontmoetingsplek
Een aantal inwoners heeft bedenkingen bij de ontwikkeling met name ten aanzien van de beoogde supermarktlocatie en de totale omvang van de supermarkt en overige commerciële voorzieningen. Ze vragen zich af of de beoogde ontwikkeling noodzakelijk is en of de grootschaligheid niet ten koste gaat van het huidige dorpse karakter van Lieshout.

- In het alternatieve plan wordt ingezet op de Heuvel als authentiek en gezellig dorpsplein met extra ruimte voor terrassen. De focus ligt op beleving en evenementen. De Heuvel is een dorpsplein waar iedereen samenkomt voor een hapje en een drankje.
- Het dorpsplein heeft een open karakter, met individuele en vrijstaande bebouwing, c.q. karakteristieke panden. De nieuwbouw dient een geheel te vormen met de bestaande historische bouw.
- Op de Heuvel is veel aandacht voor een sfeervolle, groene en natuurlijke uitstraling.

Voor de beoogde locatie van Jumbo is een alternatief plan gemaakt dat er programmatisch als volgt uitziet:

- Primair worden er woningen toegevoegd. Afhankelijk van de daadwerkelijk gekozen variant is dit een divers programma van circa 41 woningen en 73 parkeerplaatsen (variant 1), dan wel 27 woningen en 54 parkeerplaatsen (variant 2). Het betreft gestapelde woningen achter het bestaande lint en het beoogde commercieel programma.
- Het commercieel programma bestaat uit drie horecavoorzieningen met een omvang van circa 200 m^2 wvo met extra terrassen.

Met dit plan zetten de inwoners primair in op de Heuvel als ontmoetingsplaats in het centrum van Lieshout. Horeca, restaurants en cultuur worden in dit plan zo veel mogelijk geconcentreerd op de Heuvel en aan de Dorpsstraat-zuid. Zodoende wordt de Heuvel tevens waardevol als toeristisch recreatiegebied. Ontspannen, verblijven, ontmoeten en recreëren staan hier centraal.

Winkels zijn van oudsher gevestigd aan de Dorpsstraat en zouden hier dan ook behouden moeten blijven. Inwoners onderschrijven dat de supermarkt de kans moet krijgen om uit te breiden, maar vinden de huidige locatie aan de Dorpsstraat het meest geschikt daarvoor. In de plannen wordt de supermarkt en andere winkels geconcentreerd rondom de bestaande supermarktlocatie en het middelgedeelte van de Dorpstraat.

Levendig, vitaal en toekomstbestendig centrum.

Het vertrekpunt om beide plannen te beoordelen is de verlevendiging van het centrum van Lieshout. Hoe zorgen we voor een aantrekkelijk en levendig centrum? Daarbij is het vooral van belang om te kijken naar wat het centrum van Lieshout nu echt definieert en hoe het centrum vitaal, leefbaar en toekomstbestendig kan worden gehouden. Als de vitaliteit, leefbaarheid en toekomstbestendigheid onder druk staan, zal ook de levendigheid in het centrum op termijn afnemen.

Voor een vitaal, leefbaar en toekomstbestendig centrum van Lieshout zijn vier hoofduitgangspunten vastgesteld. Beide initiatieven zijn vervolgens getoetst aan de vier uitgangspunten.

Lokaal centrum voor dagelijkse boodschappen

Het centrum van Lieshout heeft primair een lokale verzorgingsfunctie voor dagelijkse boodschappen en in het verlengde daarvan frequent benodigde niet-dagelijkse aankopen. In beperkte mate heeft het centrum een functie voor inwoners van buiten de kern. De relevantie van het centrum begint bij een aantrekkelijk boodschappenaanbod, in omvang passend bij de lokale verzorgingsfunctie.

Plan A (**++**): het boodschappenaanbod in het centrum van Lieshout bestaat primair uit een supermarkt, enkele reguliere

versspeciaalzaken en een drogist. Verder zijn er enkele winkels in het verlengde van de boodschappenfunctie. Dit is een goede boodschappenbasis voor het centrum, die aansluit bij de lokale verzorgingsfunctie. De extra commerciële ruimte bij de supermarkt biedt mogelijkheden om de diversiteit van het (vers)speciaalaanbod uit te breiden (1 à 2 zaken). Dit vergt wel een goede afweging tussen enerzijds verbreding van de diversiteit versus het economisch functioneren van dagelijkse winkels.

Plan B (**+/-**). Ook in dit plan geldt dat voor het centrum een boodschappenbasis wordt beoogd die past bij de verzorgingsfunctie. Kanttekening bij plan B is echter dat modernisering op de huidige locatie niet vanzelfsprekend is. Het is vooralsnog niet duidelijk of Jumbo op de bestaande locatie wil én kan uitbreiden. Ruimtelijk gezien is uitbreiding lastig, mede vanwege de beperkte parkeermogelijkheden.

Supermarkt als voornaamste publiekstrekker

Een toekomstbestendige supermarkt met moderne maatvoering is de voornaamste publiekstrekker in het toekomstige centrum van Lieshout. Deze supermarkt vormt niet alleen de basis binnen het boodschappenaanbod, het is ook een cruciale voorwaarde om andere winkels en voorzieningen voor de eigen inwoner zo veel mogelijk in stand te houden.

Plan A (**++**). Verplaatsing en uitbreiding van de supermarkt staan in dit plan centraal. Dit betekent dat het centrum van Lieshout een stevige moderne supermarkt krijgt. Het fundament binnen de boodschappenbasis krijgt een duurzame impuls met een toekomstbestendige publiekstrekker. Dit draagt in hoge mate bij aan de vitaliteit en toekomstbestendigheid van het centrum. Een stevige trekker biedt perspectief voor aanvullende dagwinkels.

Plan B (**+/-**). In plan B wordt in beginsel tevens uitbreiding van de supermarkt beoogd, maar wel op de bestaande locatie. Het is vooralsnog echter niet duidelijk of de supermarkt op de bestaande locatie uit kan én wil breiden en dit brengt veel onzekerheid met zich mee. In de huidige vorm is de supermarkt naar verwachting niet toekomstbestendig. Inwoners zullen makkelijk hun weg vinden naar de grotere supermarkten in omgeving, waardoor de trekkersfunctie van de supermarkt in Lieshout zal afnemen. In het verlengde daarvan zullen ook andere voorzieningen in het centrum van Lieshout hier nadeel van ondervinden. Het toevoegen van alleen een paar dagwinkels is markttechnisch bovendien niet haalbaar. Zelfstandige exploitatie in een dorp als Lieshout biedt namelijk onvoldoende perspectief. De aanwezigheid van een moderne supermarkt is inmiddels een vereiste.

Compact, compleet en comfortabel

Het toekomstige centrum van Lieshout heeft een compleet aanbod aan voorzieningen dat aansluit bij de verzorgingsfunctie. Het winkel- en voorzieningenaanbod wordt daarbij idealiter zo veel mogelijk geconcentreerd in een compact centrumgebied. Hierdoor ontstaat synergie en kunnen winkels en voorzieningen zo veel mogelijk profiteren van elkaars nabijheid en elkaar overeind houden. Het centrum is daarnaast goed bereikbaar met voldoende parkeercapaciteit en heeft een aantrekkelijk openbare ruimte.

Plan A (**+**). Dit plan verbetert de concentratie van voorzieningen in het centrum. Het zwaartepunt komt te liggen aan de zuidkant van het centrum, rondom de Heuvel en het zuidelijk deel van de Dorpsstraat. Tegenover de planlocatie is de drogist gehuisvest en verder zijn er diverse horecagelegenheden en andere publieksgerichte zaken in de directe omgeving aanwezig. De kans op combinatiebezoek met andere winkels of publieksgerichte voorzieningen is hierdoor groter dan op de huidige locatie.

De nieuwe Jumbo wordt ontwikkeld met circa 300 m² wvo aanvullende commerciële ruimte. Vanwege de nabijheid van de belangrijkste publiekstrekker zijn deze ruimtes aantrekkelijke voor de vestiging van andere voorzieningen. De supermarkt fungeert hierbij feitelijk als katalysator.

Vooralsnog is het niet duidelijk of de commerciële ruimte kan worden ingevuld met nieuwe voorzieningen. Het kan echter ook gaan om verplaatsing van bestaande winkels of voorzieningen. De ontwikkeling zou op die manier ook bijdragen aan een verder clustering van de retail in Lieshout-centrum. Feitelijk fungeert dit plan als vliegwiel voor het gemeentelijk transformatiekader, waarin de focus voor publieksgerichte voorzieningen in het zuidelijk deel van het centrum ligt.

Bij verplaatsing zijn de achterblijvende panden een aandachtspunt. De ruimte voor aanvullende dagelijkse winkels is beperkt en aanvullende niet-dagelijkse winkels zijn niet wenselijk. Idealiter wordt zo veel mogelijk gestuurd op transformatie van panden naar wonen, conform het beoogde gemeentelijke transformatiekader.

In dit plan ontwikkelen de Heuvel en omgeving zich tot het dorpshart van Lieshout. Dit gebied is goed bereikbaar en tevens is sprake van voldoende parkeercapaciteit (parkeerplaats Jumbo en bestaande parkeercapaciteit / langsparkeren). De verbetering van de omgevingskwaliteit rond dit plein kan tevens bijdragen aan de beleidsmatig beoogde versterking van de toeristisch-recreatieve functie van Lieshout. De

aanwezigheid van Bavaria Brouwerijcafé aan het pleintje is in dit verband positief te noemen.

Plan B (-). In dit plan is tevens sprake van concentratie van voorzieningen, maar die is tweeledig. Horeca, restaurants en cultuur worden in dit plan geconcentreerd op de Heuvel en aan de Dorpsstraat-zuid. Zodoende wordt de Heuvel waardevol als toeristisch recreatiegebied. Winkels daarentegen worden geconcentreerd in het midden van de Dorpsstraat en om en nabij de bestaande supermarktlocatie aan de noordzijde.

Dit betekent feitelijk dat er twee voorzieningenclusters ontstaan, één gericht op verblijf en ontmoeting en één gericht op boodschappen doen. Hierdoor is sprake van een gedeeld centrum, terwijl voorzieningen juist gebaat zijn bij nabijheid zodat ze van elkaar kunnen profiteren (combinatiebezoek en synergie effecten). In tegenstelling tot plan A blijft in plan B sprake van spreiding van voorzieningen en blijft de lintstructuur aan de overeind. Daarmee draagt het plan niet bij aan het beoogde gemeentelijke transformatiekader en een compact centrum rondom de Heuvel en het zuidelijk deel van de Dorpsstraat.

Beide clusters zijn goed bereikbaar, maar de parkeercapaciteit is een aandachtspunt (o.a. beperkte parkeercapaciteit noordzijde). De omgevingskwaliteit rondom de Heuvel wordt verbeterd kan tevens bijdragen aan de beleidsmatig beoogde versterking van de toeristisch-recreatieve functie van Lieshout. De aanwezigheid van Bavaria Brouwerijcafé aan het pleintje is in dit verband positief te noemen.

Centrum als centrale ontmoetingsplek van Lieshout

Het toekomstige centrum is meer dan alleen een functioneel boodschappencluster. Het centrum van Lieshout heeft namelijk ook perspectief als centrale ontmoetingsplek van het dorp (‘Huiskamer van Lieshout’). Hiervoor kan worden ingezet op het creëren van sociale meerwaarde. Dit kan enerzijds door het toevoegen, verplaatsen en concentreren van ‘sociale’ functies zoals horeca. Anderzijds is hiervoor een aantrekkelijke openbare ruimte van belang die de consument ook daadwerkelijk uitnodigt om hier (langer) te verblijven.

Plan A (+). In dit plan worden voorzieningen zo veel mogelijk geclusterd in het zuidelijk deel van het centrum (de Heuvel en het zuidelijk deel van de Dorpsstraat), waardoor de centrale functie van het zuidelijk deel van het centrum wordt benadrukt. Door clustering van voorzieningen trekt dit deel van het centrum vanzelf de meeste bezoekers en vindt ontmoeting plaats. De aanwezige horeca in dit gebied draagt bij aan de verblijfsfunctie en bovendien biedt de extra commerciële ruimte mogelijkheden voor aanvullende horeca (incl. terras) aan de zijde van de Heuvel. Toevoeging van kwaliteit en onderscheidende concepten staan hierbij voorop.

Daarnaast krijgt de openbare ruimte rondom de Heuvel een impuls. Het gebied wordt opnieuw ingericht, waarbij nadrukkelijk aandacht is voor groen en verblijfskwaliteit.

Plan B (++). In dit plan wordt het gebied rondom de Heuvel volledig ingericht als centrale verblijfs- en ontmoetingsplek. Enerzijds vindt hier concentratie plaats van horeca, restaurants en cultuur, anderzijds is het de locatie bij uitstek waar allerlei evenementen worden gehouden. De Heuvel wordt een authentiek en gezellig dorpsplein met extra ruimte voor terrassen. Het is een plein waar iedereen samenkomt voor een hapje en een drankje. In de visie is de Heuvel tevens een plein waar een groot aantal evenementen plaats zal vinden. De commerciële ruimte biedt mogelijkheden voor aanvullende horeca. Toevoeging van kwaliteit en onderscheidende concepten staan hierbij voorop.
De verblijfs- en ontmoetingsfunctie wordt bovendien benadrukt doordat er veel aandacht is voor sfeervolle, groene en natuurlijke uitstraling. Ook de behoud van karakteristieke panden draagt bij aan een aantrekkelijke omgevingskwaliteit.

Tot slot

Geconcludeerd wordt dat plan A sterk de voorkeur heeft boven Plan B. Plan A draagt als geheel nadrukkelijk het meeste bij aan een levendig, vitaal en toekomstbestendig centrum. Het grote nadeel van plan B is de onzekerheid ten aanzien van de supermarkt, maar ook de spreiding van voorzieningen in het centrum. Dit neemt echter niet weg dat inwoners van Lieshout geen punt hebben. Diverse onderdelen uit Plan B worden idealiter meegenomen in de uitwerking van Plan A.

- De supermarkt dient ruimtelijk zodanig te worden ingepast, zodat het dorpse kleinschalige karakter van Lieshout behouden blijft.
- De uitstraling van het vastgoed van de supermarkt en de overige dagwinkels/horeca dienen een historische uitstraling te hebben en/of aan te sluiten bij het gevelbeeld op de Heuvel.
- Verkeer en parkeren dient zo te worden ingericht dat overlast voor omwonenden zo veel mogelijk wordt beperkt.

3. Trends en ontwikkelingen

De detailhandelssector is zeer dynamisch en volop in beweging. De coronacrisis heeft deze beweging op veel punten versterkt. Onderstaand zijn de voornaamste trends en ontwikkelingen uiteengezet.

Landelijke trends

Omzet en bestedingen

- De **omzet in de detailhandel** neemt sinds 2014 weer gestaag toe (zie figuur 1). Daarbij is wel een duidelijk verschil zichtbaar tussen de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector. De omzet in de dagelijkse sector is fors toegenomen, terwijl dit in de niet-dagelijkse sector minder hard gaat. In 2020 was hier zelfs sprake van een beperkte krimp (met name als gevolg van Corona).
- Het aantal **online bestedingen** is de afgelopen jaren sterk toegenomen, evenals het aantal producten en diensten dat online verkrijgbaar is (zie figuur 2). Corona heeft deze trend versterkt. Toonbankbestedingen blijven vooralsnog echter domineren en ook raken online en offline steeds meer met elkaar verweven (multi-channel).
- De opkomst van online winkelen heeft de **fysieke winkelmarkt** echter **blijvend onder druk** gezet, met name recreatieve niet-dagelijkse winkels. De afgelopen jaren zijn meerdere winkelketens failliet gegaan. Hoewel de leegstand de afgelopen jaren afnam (o.a. door transformatie naar wonen en horeca), is sinds 2019 weer sprake van een toename van de leegstand (o.a. door verzadiging horeca). De verwachting is dat het aantal faillissementen en bedrijfsbeëindigingen de komende tijd sterk zal toenemen, mede als gevolg van de Coronacrisis.
- De **omzet in de horeca** is sinds 2010 fors toegenomen. De impact van Corona is echter enorm en heeft geleid tot een ongekende omzetdaling in 2020, waardoor de omzet weer op het niveau van 2010 zit (zie figuur 3).
- Hoewel de behoefte aan horeca blijft toenemen, heeft de omzetdaling in 2020 en de verwachte daling in 2021 grote impact op het functioneren en voortbestaan va bestaande horeca. Op korte termijn wordt verwacht dat veel horecazaken failliet gaan. Voor een groot deel komen hier naar verwachting andere ondernemers voor in de plaats, terwijl een deel van de horeca mogelijk voor langere tijd leeg.

Behoefte in perspectief

- De behoefte aan **fysieke winkels** zal naar verwachting blijven bestaan. Dit geldt echter alleen voor winkels die enerzijds kunnen profiteren van het internet (multi-channel) en anderzijds voldoende toegevoegde waarde bieden (service, kwaliteit, beleving, gemak, etc.).
- Het boodschappenaanbod heeft vooralsnog in beperkte mate last van het internet. Consumenten maken echter in toenemende mate gebruik van **online boodschappen**. Bekende formules als Albert Heijn, Jumbo en Plus bieden online diensten aan, maar ook het aantal nieuwe pure online spelers zoals Hello Fresh en Picnic rukt op.
- De **impact** van de **coronacrisis op** de **dagelijkse sector** is **beperkt**. Sterker nog, de bestedingen aan dagelijkse producten zijn alleen maar toegenomen (zowel online als offline). Dit heeft deels te maken met hamstergedrag, maar ook doordat bestedingen zijn verschoven van de horeca naar supermarkten en speciaalzaken.
- Voor **horeca** geldt dat de **behoefte onverminderd groot** blijft. Het bestaansrecht van centrumgebieden op buurt-, wijk- en dorpsniveau wordt juist gevormd dor de foodbeleving, waarin de horeca een belangrijke rol speelt. Supermarkten vervullen hierin echter ook een steeds belangrijkere rol, waardoor ook supermarkten een horecafunctie krijgen en traditionele horeca, zoals cafés en restaurants minder zichtbaar worden.



Figuur 1: Omzetontwikkeling detailhandel (bron: CBS)



Figuur 2: Omzetontwikkeling detailhandel en online (bron: CBS)



Figuur 3: Omzetontwikkeling horeca (bron: CBS)

Wijzigend consumentengedrag

- De opkomst van het internet heeft geleid tot een **structureel gewijzigd koopgedrag** door consumenten. Men verwacht dat alles gemakkelijk en snel te koop is; de klant is koning.
- De consument is steeds mobieler en bereid voor grotere centra grote(re) afstanden af te leggen. Anderzijds is de afgelopen jaren en mede door Corona, het 'koop lokaal' principe ontstaan. Moderne buurt- wijk- en dorpscentra hebben nog altijd bestaansrecht indien het aanbod goed aansluit op de **behoefte** van de **lokale consument**. Met name middelgrote centra vallen 'tussen wal en schip'. Ze bieden veelal onvoldoende onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde ten opzichte van de grotere en kleinere centra en het internet.

Kansen voor dorps- wijk- en buurtcentra

- Dorps- wijk- en buurtcentra, zowel het centrum van Lieshout, hebben veel perspectief als lokale aankooplocatie voor **dagelijkse boodschappen** en **frequent benodigde niet-dagelijkse producten** zoals bloemen en huishoudelijke artikelen. Inwoners hebben blijvend behoefte aan frequent benodigde aankopen nabij de eigen woonomgeving. Dit aanbod is dan ook essentieel voor de leefbaarheid in dorpen, wijken en buurten.
- **Supermarkten** hebben een belangrijke **trekkersfunctie** en vormen daarmee de voornaamste basis in dorps-, wijk- en buurtcentra. Een gemiddelde service supermarkt van circa 1.200 m^2 wvo trekt wekelijks zo'n 10.000 bezoekers, waar ook omliggende winkels en voorzieningen door middel van **combinatiebezoek** van profiteren. Een discountsupermarkt trekt wekelijks minder bezoekers, maar heeft doorgaans wel een groter verzorgingsgebied. Hierdoor zijn zowel service- als discountsupermarkten (in toenemende mate) structuurbepalend.
- De gemiddelde **omvang van supermarkten** is de afgelopen jaren toegenomen. Kleinere supermarkten (<1.000 m^2 wvo) verdwijnen steeds vaker uit de structuur, met uitzondering van de kleine stadssupermarkten in grotere binnensteden en doelgroepensupermarkten (<500 m^2 wvo). Met name het aantal supermarkten met een omvang tussen 1.000 en 1.500 m^2 wvo is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Deze moderne maat sluit uitstekend aan bij de wens van de hedendaagse consument, die behoefte heeft aan supermarkten met een uitgebreid assortiment (keuze en gemak) en een ruime opzet (comfort).
- Landelijke trends duiden er op dat het dorps- wijk- en buurtcentra transformeren naar integrale centrumgebieden (zie figuur 4). Het daadwerkelijke profiel en de richting wordt veelal bepaald door de aanwezigheid van het supermarktaanbod en het draagvlak (de inwoners in het verzorgingsgebied).
- Duidelijk is dat het perspectief voor niet-dagelijks aanbod in de vorm van **recreatieve winkels** en bepaalde doelgericht bezochte winkels afneemt (o.a. kleding, mode, schoenen, sport, speelgoed en elektronica).
- Aanvullend aan het winkelaanbod bestaat in dorpscentra zoals in Lieshout ook nog altijd perspectief voor **andere publieksgerichte functies** zoals ambachtelijke dienstverlening. De omvang en diversiteit van dit aanbod is afhankelijk van het draagvlak.
- Voor horeca is in dit type centra ook nog altijd perspectief. Voor horeca is niet alleen perspectief vanuit een consumentenbehoefte, het draagt ook in hoge mate bij aan de **verblijfskwaliteit** en de **ontmoetingsfunctie** van het centrum ('het centrum als centrale ontmoetingsplek').



Figuur 4: Perspectief buurt- en wijkcentra

Lokale ontwikkelingen

Voor zover bekend bij BRO zijn er binnen Lieshout of de gemeente Laarbeek geen plannen of initiatieven die relevant zijn in het kader van voorliggend onderzoek.

Conclusie trends en ontwikkelingen

- Winkels in de dagelijkse sector, zoals supermarkten, hebben voldoende perspectief in een dorp zoals Lieshout, mits dit aanbod modern is en goed aansluit op de lokale behoefte (inwoners van de eigen kern en in enige mate voor omliggende kernen, waar geen of beperkt dagelijkse winkelaanbod aanwezig is zoals Mariahout).
- De relevantie van het centrum wordt in toenemende mate bepaald door een aantrekkelijk dagelijks aanbod met stevige supermarkten. Een stevige supermarkt is het fundament voor de boodschappenfunctie, maar ook een belangrijke voorwaarde om andere voorzieningen zo lang mogelijk in stand te houden. Zonder supermarkt is er feitelijk geen sprake van een voorzieningencentrum.
- Supermarkt Jumbo is de belangrijkste winkelvoorziening in Lieshout, vanwege het voorzien in de eerste levensbehoefte. In de huidige vorm is de supermarkt echter niet toekomstbestendig. Dit is een risico in een sterk concurrerende supermarktsector. Op termijn zou dit kunnen leiden tot het verdwijnen van de supermarkt.
- Uitbreiding en modernisering van Jumbo resulteert niet alleen in een toekomstbestendige supermarkt, het is ook cruciaal voor de leefbaarheid en vitaliteit van het dorp. Bij verplaatsing en concentratie draagt het bij aan een sterk compact dorpshart.
- De nieuwe supermarkt krijgt een omvang van circa 1.250 m^2 wvo en dit biedt ruimte om het assortiment te optimaliseren en een ruimer opgezette aantrekkelijke supermarkt te creëren. Daarmee wordt invulling gegeven aan de consumentenbehoefte, namelijk meer keuzemogelijkheden, gemak en winkelcomfort.
- Bovendien zijn er kansen voor het centrum als centrale ontmoetingsplek (‘Huiskamer van Lieshout’). Functies als horeca en leisure dragen hier in hoge mate aan bij, maar ook een aantrekkelijke en compacte inrichting van de openbare ruimte.

4. Vigerend beleid

Provinciaal beleid

De provincie Noord-Brabant hecht veel waarde aan een toekomstbestendige detailhandelsstructuur[1]. De rol van de provincie ten aanzien van detailhandel is primair richting geven. De Provincie heeft hiervoor een aantal richtinggevende principes vastgesteld, die aangeven waar de komende jaren de accenten liggen ten aanzien van detailhandel en centrumontwikkelingen[2]:

- Nieuwe ontwikkelingen dragen bij aan versterking van de gewenste structuur.
- Per saldo geen extra winkelmeters toevoegen.
- Concentreer detailhandel en voorkom verspreide bewinkeling.
- Nieuwe detailhandel alleen in of aansluitend aan perspectiefrijke winkelgebieden.
- Biedt ruimte aan innovatieve concepten en detailhandelsontwikkelingen die bijdragen aan het versterken van de beoogde / gewenste detailhandelsstructuur en / of het centrum.
- Verwijder onbenutte en vrijkomende detailhandelsontwikkelingen op ongewenste locaties uit bestemmingsplannen.
- Beoordeel ontwikkelingen op de impact op omliggende gemeenten en stem daarmee af.

Regionaal beleid

In 2015 is de regionale detailhandelsvisie van de Metropoolregio Eindhoven vastgesteld[3]. Het hoofddoel is een goed en toekomstbestendig voorzieningenniveau voor inwoners van de regio. Dit is van groot belang als vestigingsfactor, maar ook voor de leefbaarheid in de kernen.

- Het is essentieel om te zorgen voor een goed basisvoorzieningenniveau. Versterken wat sterk is en er voor zorgen dat winkelgebieden toekomstbestendig zijn.
- Een belangrijk uitgangspunt voor versterken van een winkelgebied is concentratie of clustering van detailhandel, zodat winkels kunnen profiteren van elkaars nabijheid en een potentieel grotere klantenkring.
- Nieuwe detailhandelsontwikkelingen vinden in principe plaats in concentratiegebied, tenzij het om een unieke kwalitatieve toevoeging gaat, dan wel om een ontwikkeling die cruciaal is voor de leefbaarheid.

In de regionale visie is een aantal afspraken geformuleerd, waaronder:

- Detailhandel wordt zo veel mogelijk geconcentreerd in bestaande winkelgebieden om zo de hoofdstructuur te behouden en te versterken.
- Nieuwe detailhandelsontwikkelingen moeten passen bij het verzorgingsgebied en aantoonbaar kwaliteit toevoegen en de structuur versterken.
- Nieuwe detailhandelsontwikkelingen vinden in principe plaats in concentratiegebieden of op plekken waar dat voor de leefbaarheid noodzakelijk is.
- Supermarkten worden gerealiseerd in of aan de rand van bestaande winkelgebieden.

Specifiek voor Lieshout / Mariahout zijn enkel korte en lange termijn uitdagingen geformuleerd:

- Relatie met Bavaria versterken (korte termijn).
- Versterken organisatiegraad en samenwerking (korte termijn).
- Evenementen en markt verplaatsen naar de Heuvel (korte termijn).
- Clustering van dagelijks winkelaanbod (lange termijn).
- De Heuvel uitbouwen als centraal ontmoetingspunt (lange termijn).
- Concentreren van horeca aanbod (lange termijn).

In 2015 is tevens het Afsprakenkader Detailhandel in de Peel vastgesteld[4]. Het beleid van De Peel is gericht op versterking van de hoofdstructuur. Hiervoor is een aantal uitgangspunten geformuleerd, waaronder:

- Er wordt gestreefd naar ruimtelijke concentratie van detailhandel en het voorkomen van verspreide bewinkeling.
- Detailhandelsontwikkelingen in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden worden geaccommodeerd. Hiermee kunnen ook herstructureringsopgaven worden gerealiseerd. Bij ontwikkelingen is het van belang dat sprake is van een behoefte en geen blijvende negatieve effecten voor de bestaande structuur.
- Per saldo worden geen extra winkelmeters toegevoegd.
- Biedt ruimte aan innovatieve concepten.
- Supermarkten worden in of aan de rand van winkelgebieden gesitueerd.

In het afsprakenkader wordt de gemeente Laarbeek als klein en kernverzorgend omschreven met lokale aspiraties.

- Het wensbeeld is optimalisatie van de lokale verzorgingsfunctie waarbij alles is gericht op het koopgemak voor de consument. In centra wordt gestreefd naar een compleet dagelijkse aanbod, aangevuld met frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen.
- Binnen het dagelijks aanbod wordt gestreefd naar complementaire supermarkten met moderne omvang.
- Centra zijn compact en overzichtelijk, gericht op efficiënt boodschappen doen.

1 Provincie Noord-Brabant (2020), Interim omgevingsverordening Noord-Brabant.
2 Provincie Noord-Brabant. Richtinggevende principes detailhandel.
3 Metropoolregio Eindhoven (2015), Regionale detailhandelsvisie MRE
4 Subregio De Peel (2015); Afsprakenkader Detailhandel in de Peel.

Daarnaast wordt het volgende afspraken gehanteerd:

- Detailhandelsontwikkelingen vanaf 150 m² tot 1.000 m² vvo, wordt gemeld aan de directe buurgemeenten.
- Detailhandelsontwikkelingen die onderbouwd moeten worden vanuit de ladder voor duurzame verstedelijking, tot een maximum van 2.500 m² vvo worden afgestemd in het bestuurlijk overleg economische zaken de Peel.
- Detailhandelsontwikkelingen vanaf 2.500 m² vvo, worden afgestemd in de RACD (Regionale adviescommissie detailhandel

Lokaal beleid

In 2015 is de Retailnota Laarbeek vastgesteld. Hierin is aangegeven dat de retail in de gemeente primair een lokale functie heeft. Lieshout heeft in enige mate ook een bovenlokale verzorgingsfuncties en een relatief hoge vloerproductiviteit, waardoor er voldoende perspectief is voor versterking van het aanbod.

- Het wensbeeld voor het centrum van Lieshout is optimalisatie van de lokale verzorgingsfunctie waarbij alles is gericht op het koopgemak voor de consument. Het streven is een compleet dagelijks aanbod, aangevuld met frequent benodigde niet-dagelijkse winkels.
- De gemeente heeft bovendien de ambitie om een compact dorpscentrum te creëren met een sterk boodschappenaanbod voor de eigen inwoners. De ambitie is tevens om de toeristisch-recreatieve functies van Lieshout te versterken, door de relatie met Bavaria en het verblijfsklimaat te verbeteren.

In de SWOT analyse worden onder meer de volgende punten benoemd:

- “Kansen laten liggen verplaatsing supermarkt Lieshout”.
- “Daghoreca ondervertegenwoordigd.

“De supermarkt in Lieshout wordt specifiek benoemd als beeldbepalende trekker van het dorp.

Conclusies beleid

- Zowel op provinciaal, regionaal als lokaal niveau wordt in algemene zin ingezet op compacte centra en supermarkten die zijn gepositioneerd in of aan de rand van centrumgebieden.
  - Plan A speelt in op een compacter centrum, doordat de supermarkt wordt verplaatst naar het dorpshart aan de Heuvel. De realisatie van meerdere aangrenzende units voorziet bovendien in de wens tot concentratie van voorzieningen (mits deze voor een deel worden ingevuld door verplaatsers). Verplaatsing van de supermarkt als voornaamste trekker kan tevens functioneren als katalysator voor andere ontwikkelingen rondom het dorpshart.
  - Plan B onderstreept in enige mate de centrale positie van het dorpshart de Heuvel door de toevoeging van kleinschalige detailhandel en / of horeca op de betreffende locatie. In dit plan wordt in mindere mate ingezet op concentratie van voorzieningen doordat de supermarkt op de huidige plek behouden blijft. Feitelijk wordt ingezet op twee concentraties, één voor winkels en één voor horeca en leisure.
- Per saldo is in principe geen uitbreiding van winkels gewenst. Tegelijkertijd zet het beleid echter sterk in op modernisering en vernieuwing van bestaand aanbod, zoals supermarkten. Daarbij wordt het belang van supermarkten voor de leefbaarheid in wijken/dorpen onderstreept.
  - Plan A zet sterk in op uitbreiding en modernisering van het winkelaanbod. De ontwikkeling kan daardoor kwalitatief worden beargumenteerd. Ook wordt ingezet op een betere bereikbaarheid en parkeersituatie.
  - In plan B wordt in beginsel ook gestreefd naar uitbreiding en modernisering van het winkelaanbod, met als grote verschil dat de supermarkt op de huidige locatie blijft. Het is echter een groot vraagteken of de supermarkt op de huidige locatie wil én kan uitbreiden.
- Specifiek voor Lieshout wordt een versterking van het supermarktaanbod beoogd, waarbij een verplaatsing van de supermarkt al als mogelijkheid benoemd is, evenals het clusteren van het dagelijks artikelenaanbod en het uitbouwen van de Heuvel als centraal ontmoetingspunt.
  - Plan A voorziet in dit beleidsdoel. Het supermarktaanbod wordt versterkt en verplaats naar het dorpshart. De functie van de Heuvel als centrale plek in het centrum wordt hiermee onderstreept. De toevoeging van extra horeca draagt hier tevens aan bij. Verplaatsing van de supermarkt kan mogelijk dienen als katalysator voor verdere clustering van voorzieningen rondom het dorpshart.
  - In Plan B wordt in beginsel ook gestreefd naar versterking van het supermarktaanbod, maar wel op de bestaande locatie. Zoals gezegd is het vooralsnog een groot vraagteken of de supermarkt op de huidige locatie wil en kan uitbreiden. De ontmoetingsfunctie van de Heuvel wordt in dit plan onderstreept met horeca, extra ruimte voor terrassen, het plein als locatie voor alle evenementen evenals een sfeervolle, groene en natuurlijke uitstraling. Ontspannen, verblijven, ontmoeten en recreëren staan hierbij centraal.
- Vanuit het Afsprakenkader De Peel moet het Plan A worden afgestemd in het bestuurlijk overleg economische zaken de Peel, aangezien er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling en de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen dient te worden. Plan B is in omvang een stuk kleiner en moet worden gemeld aan de directe buurgemeenten.
- Samenvattend wordt geconcludeerd dat Plan A beleidsmatig de voorkeur heeft boven Plan B. In plan A wordt

sterk ingezet op concentratie en in het verlengde daarvan concentratie voorziening en ontstaat een duidelijk dorpshart aan de Heuvel en het zuidelijk deel van de Dorpsstraat. Plan B benadrukt primair de centrale positie van het dorpshart als ontmoetingspunt en door de toevoeging van kleinschalige voorzieningen. Tegelijkertijd blijft de supermarkt op de huidige plaats behouden en is een vraagteken of de supermarkt op deze locatie wil en kan uitbreiden.

5. Huidige situatie

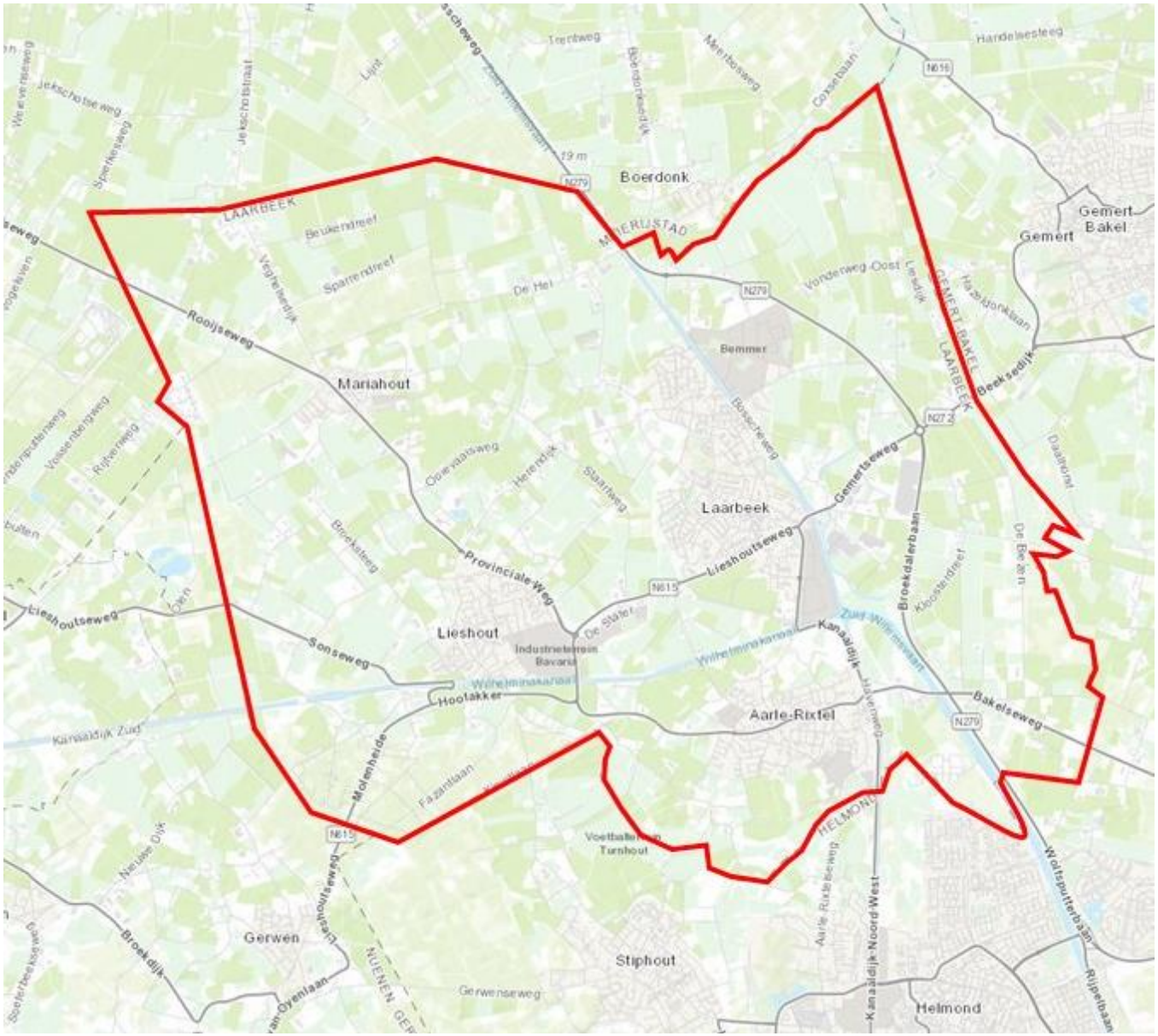
Consumentendraagvlak

Primair verzorgingsgebied

- De kern Lieshout is onderdeel van de landelijke gemeente Laarbeek in Zuidoost-Brabant. De gemeente telt circa 22.530 inwoners. Lieshout (ca. 4.290 inw.) is qua inwonertal de derde kern na Beek en Donk (ca. 10.490) en Aarle-Rixtel (ca. 5.720 inw.). Mariahout is de kleinste kern binnen de gemeente. Het inwonertal blijft de komende jaren redelijk stabiel. Volgens prognoses van de provincie Noord-Brabant telt de gemeente Laarbeek in 2030 circa 22.510 inwoners[5].
- Qua inkomensniveau wijkt de gemeente Laarbeek nauwelijks af van het landelijk gemiddelde. Het gemiddelde inkomen bedraagt circa € 25.300,- per inwoner per jaar. Dit ligt ongeveer 3% beneden het landelijk gemiddelde van circa € 26.000,- per inwoner per jaar[6].
- Wel zijn er verschillen tussen de kernen, het inkomen in Lieshout is een stuk hoger dan in de ander kernen. Het gemiddelde inkomen in Lieshout bedraagt circa € 27.400,- per persoon per jaar en ligt daarmee circa 5% boven het landelijk gemiddelde.

Secundair verzorgingsgebied

- Het dagelijks winkelaanbod in de gemeente Laarbeek heeft primair een functie voor inwoners van de eigen gemeente. Onderzoek in 2017 toonde aan dat circa 81% van de inwoners voor dagelijkse aankopen is georiënteerd op de eigen gemeente. Van de totale bestedingen is circa 89% afkomstig uit de eigen gemeente. Wel is er sprake van enige oriëntatie uit omliggende gemeenten, met name uit Helmond en Son & Breugel.



Figuur 5: Afbakening primair verzorgingsgebied dagelijkse sector

5 Provincie Noord-Brabant (2020), Indicatie bevolkingsomvang 2020-2040
6 CBS Statline, Kerncijfers wijken en buurten

- Het dagelijks winkelaanbod in Lieshout heeft naar verwachting primair een functie voor inwoners van de eigen kern. Verondersteld wordt dat de binding lager is dan op gemeenteniveau, doordat het aanbod bescheiden is. Inwoners zullen met name voor het discountaanbod elders de boodschappen doen. De andere kernen beschikken bovendien over grotere en/of modernere supermarkten.
- In 2019 had Lieshout nog het voordeel van de grootste Jumbo in de gemeente, maar inmiddels is de Jumbo in Beek en Donk uitgebreid en gemoderniseerd.
- Naar verwachting kan het dagelijkse aanbod in Lieshout wel enigszins profiteren van bestedingen door werknemers en bezoekers van de Bavaria brouwerij.

Analyse dagelijkse aanbod

Gemeente Laarbeek

Tabel 1 toont het dagelijks winkelaanbod in de gemeente Laarbeek[7]. Het aanbod is onderverdeeld naar levensmiddelen, specifiek supermarkten en persoonlijke verzorging. Tevens is een vergelijking gemaakt waarbij het aanbod per 1.000 inwoners in de gemeente Laarbeek is afgezet tegen het aanbod in Noord-Brabant en Nederland.

- Inwoners van de gemeente Laarbeek beschikken over 25 dagelijkse winkels met een totale omvang van ruim 8.100 m^2 wvo. Dit resulteert in een aanbod van 360 m^2 wvo per 1.000 inwoners. Dit aanbod ligt iets beneden het provinciale en landelijk gemiddelde, hetzij in beperkte mate. Wel zijn er verschillen tussen artikelgroepen.
- In totaal zijn er in de gemeente Laarbeek 22 levensmiddelenwinkels met een omvang van circa 7.185 m^2 wvo. Dit aanbod ligt iets beneden het provinciale en landelijke gemiddelde. Het supermarktaanbod daarentegen ligt iets boven het provinciale en landelijke gemiddelde. Het aanbod persoonlijke verzorging is komt nagenoeg overeen.

Tabel 1 Dagelijks aanbod gemeente Laarbeek

	Aantal	M^2 wvo	M^2 per 1.000 inwoners Laarbeek (22.530 inwoners)	M^2 per 1.000 inwoners Noord-Brabant (2.572.500)	M^2 per 1.000 inwoners Nederland (17.407.585)
Levensmiddelen	22	7.185	319	326	327
waarvan supermarkt	*7*	*6.335*	*281*	*276*	*270*
Persoonlijke verzorging	3	917	41	39	41
Totaal	**25**	**8.102**	**360**	**365**	**368**

- In algemene zin is het dagelijks aanbod bescheiden, zeker voor een landelijke gemeente met kleinere overwegend lokaal verzorgende kernen. Dergelijke kernen hebben primair een functie voor dagelijkse aankopen, waardoor een stevige boodschappenbasis te meer relevant is. Niet alleen voor de consumentenverzorging, maar ook voor de vitaliteit van centrumgebieden.
- Het bescheiden dagelijks aanbod heeft vooral te maken met een beperkt (vers)speciaal aanbod. Het supermarktaanbod (per 1.000 inwoners) ligt immers hoger dan het provinciale en landelijke gemiddelde. Een stevig supermarktaanbod is echter een cruciale basis, zeker gezien de functie van supermarkten als publiekstrekkers.
- De schaalgrootte van supermarkten is bescheiden. De gemiddelde omvang van supermarkten in Laarbeek bedraagt circa 905 m^2 wvo, relatief klein ten opzichte van het provinciale (ca. 986 m^2 wvo) en landelijke gemiddelde (ca. 961 m^2 wvo).
- Vijf van de zeven supermarkten zijn kleiner van 1.000 m^2 wvo. Jumbo in Lieshout is zelf kleiner dan 900 m^2 wvo en Jumbo in Mariahout is slechts 400 m^2 wvo. Moderne service supermarkten hebben landelijk al snel een omvang van 1.200 à 1.600 m^2 wvo en in kleinere dorpen een omvang van 1.000 à 1.500 m^2 wvo. Ook moderne discountsupermarkten hebben al snel een omvang van 1.000 à 1.500 m^2 wvo. Dit betekent dat slechts twee supermarkten in de gemeente Laarbeek (MCD Aarle-Rixtel Jumbo Beek) een moderne omvang hebben. De beide Jumbo supermarkten in Lieshout en Mariahout voldoen niet aan deze maatstaf.
- Het meeste dagelijks aanbod is gevestigd in Beek en Donk (11 winkels, 3.696 m^2 wvo), gevolgd door Aarle-Rixtel (9 winkels, 2.913 m^2 wvo), Lieshout (4 winkels, 1.092 m^2 wvo) en Mariahout (1 winkel, 400 m^2 wvo). Deze verdeling correspondeert grotendeels met het inwonertal per kern. Tegelijkertijd valt op dat het dagelijks aanbod in Lieshout veel beperkter is dan in Aarle-Rixtel, zeker in verhouding tot het inwonertal. Aarle-Rixtel en Beek en Donk beschikken beide over een moderne supermarkt.

Kern Lieshout

De kern Lieshout beschikt over vier dagelijkse winkels met een totale omvang van circa 1.092 m^2 wvo. Behalve een supermarkt zijn er twee reguliere verszaken (bakker en slager) en een drogist aanwezig. Om meer inzicht te krijgen in het aanbod en hoe zich dit verhoud tot het inwonertal in Lieshout, is het dagelijks winkelaanbod op kernniveau vergeleken met plaatsen die een vergelijkbaar inwonertal hebben.

[7] Locatus retailverkenner, geraadpleegd in mei 2021

- Tabel 2 toont dat het dagelijks aanbod in Lieshout iets beperkter is ten opzichte van vergelijkbare plaatsen, zowel in aantal als in omvang van winkels. Ook de schaalgrootte van winkels is kleiner.
- Het verschil heeft met name betrekking op het levensmiddelen aanbod. Binnen dat aanbod is vooral het aantal verszaken beperkt. In omvang en metrage valt het supermarktaanbod op. In tegenstelling tot Lieshout beschikken vergelijkbare plaatsen gemiddeld genomen wel over een supermarkt met moderne maatvoering.

Tabel 2 Dagelijks aanbod Lieshout ten opzichte van plaatsen met vergelijkbaar inwonertal

	Lieshout			Plaatsen met 3.500 - 5.000 inwoners		
	Aantal	M² wvo	gem. wvo	Aantal	M² wvo	gem. wvo
Levensmiddelen	3	922	307	5	1.506	301
waarvan supermarkt	*1*	*848*	*848*	*1*	*1.346*	*1.346*
Persoonlijke verzorging	1	170	170	1	179	179
Totaal	**4**	**1.092**	**273**	**6**	**1.685**	**280**

Analyse supermarktaanbod

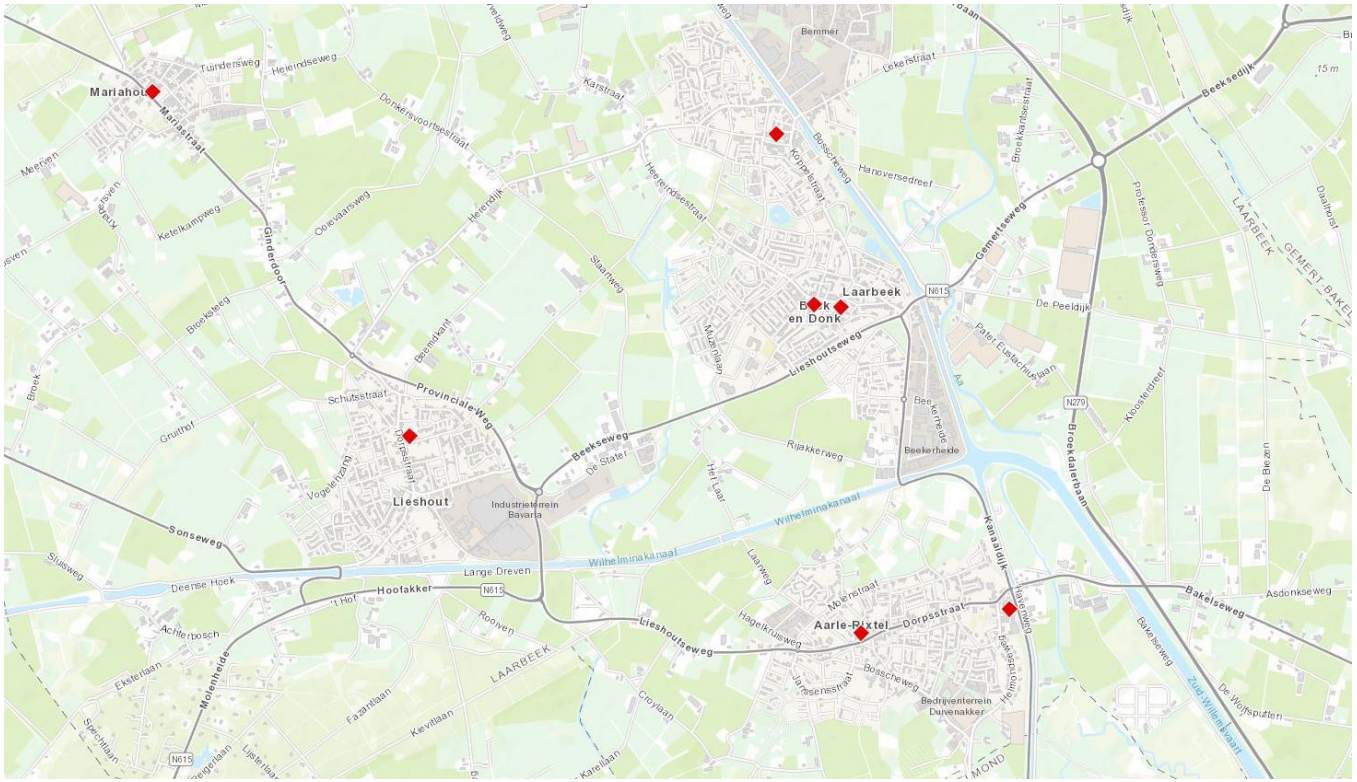
Gemeente Laarbeek

Figuur 6 toont de spreiding van supermarkten binnen de gemeenten Laarbeek. Tabel 3 toont aanvullend het supermarktaanbod onderverdeeld naar formule en metrage.

Tabel 3 Supermarkten gemeente Laarbeek

Kern	Formule	M² wvo
Beek en Donk	Jumbo	1.055
Beek en Donk	Jan Linders	955
Beek en Donk	PLUS	989
Aarle-Rixtel	MCD	1.190
Aarle-Rixtel	ALDI	948
Lieshout	Jumbo	848
Mariahout	Mariahout	400

- In de gemeente zijn zeven supermarkten gevestigd, waarvan zes service supermarkten en één discount supermarkt. Het discount segment is daarmee ondervertegenwoordigd.



Figuur 6: Spreiding supermarkten gemeente Laarbeek

- Beek en Donk beschikt met drie service supermarkten over het meest uitgebreide supermarktaanbod. Jumbo heeft een moderne maat, maar Jan Linders en PLUS zijn aan de kleine kant.
- In Aarle-Rixtel zijn twee supermarkten gevestigd, waaronder de grootste supermarkt in de gemeente. Aarle-Rixtel beschikt als enige kern over complementaire supermarkten (service én discount). Supermarkt Aldi is echter wel aan de kleine kant.
- Lieshout beschikt over één service supermarkt. Hoewel één supermarkt passend is bij een kern als Lieshout, is de supermarkt klein, zeker voor een moderne service supermarkt.
- De supermarkt is Mariahout is beperkt in omvang, maar heeft ook vooral een functie als buurtsupermarkt en als supermarkt voor de snelle / vergeten boodschap. Voor een volwaardige supermarkt is onvoldoende draagvlak. Voor grote wekelijkse boodschappen zijn inwoners van Mariahout redelijkerwijs georiënteerd op de andere supermarkten in de gemeente in Laarbeek of daarbuiten.

Supermarktaanbod in de omgeving

In de omliggende gemeenten is een uitgebreid supermarktaanbod, met diverse grote en moderne supermarkten.

- Met name Helmond biedt ruime keuzemogelijkheden en is vanwege de nabijheid een aantrekkelijke boodschappenlocatie voor inwoners van de gemeente Laarbeek. Helmond beschikt onder meer over een Albert Heijn XL (3.900 m^2 wvo), maar ook over een aantrekkelijke supermarktcombinatie op het Nieuwveld (PLUS en ALDI). Bovendien beschikt Helmond over twee LIDL supermarkten met moderne omvang, terwijl deze formule niet in Laarbeek gevestigd is.
- Ook Gemert-Bakel, Nuenen, Gerwen en Nederwetten en Son en Breugel beschikken over grote en aantrekkelijke supermarkten (1.200 – 1.800 m^2 wvo).
- Veghel ligt op enige afstand maar beschikt wel over een Jumbo Foodmarkt van circa 2.900 m^2 wvo. Vanwege de uniciteit van deze formule is dit ook een interessante alternatieve boodschappenlocatie.

Analyse leegstand

- De leegstand in de gemeente Laarbeek betreft 21 panden met een omvang van circa 3.275 m^2 wvo. Het aantal leegstaande panden is sinds 2019 met vijf toegenomen, maar in omvang is de leegstand met ruim 800 m^2 wvo afgenomen. Ruim 80% van de leegstand betreft aanvangs- / frictieleegstand.
- De leegstand in Lieshout is de afgelopen jaren sterk afgenomen, mede als gevolg van transformatie naar wonen aan de Lankelaar. De leegstand is zeer beperkt en betreft slechts twee panden met een totale omvang van circa 60 m^2 wvo. Beide panden zijn gelegen in het zuidelijk deel van de Dorpsstaat in het centrum.
- Opgemerkt moet worden dat de voorzieningen in Lieshout sterk ‘op eigen kracht’ functioneren. Van een compact centrum is geen sprake. Met de wetenschap dat bestaande ondernemers veelal zelfstandig opereren en mogelijk tegen pensioenleeftijd aanlopen, is de huidige beperkte leegstand geen garantie voor de toekomst. Naar verwachting zal ook in Lieshout de leegstand toenemen.

Analyse Lieshout-Centrum

Figuur 7 toont het aanbod en de spreiding van voorzieningen in het centrum van Lieshout.

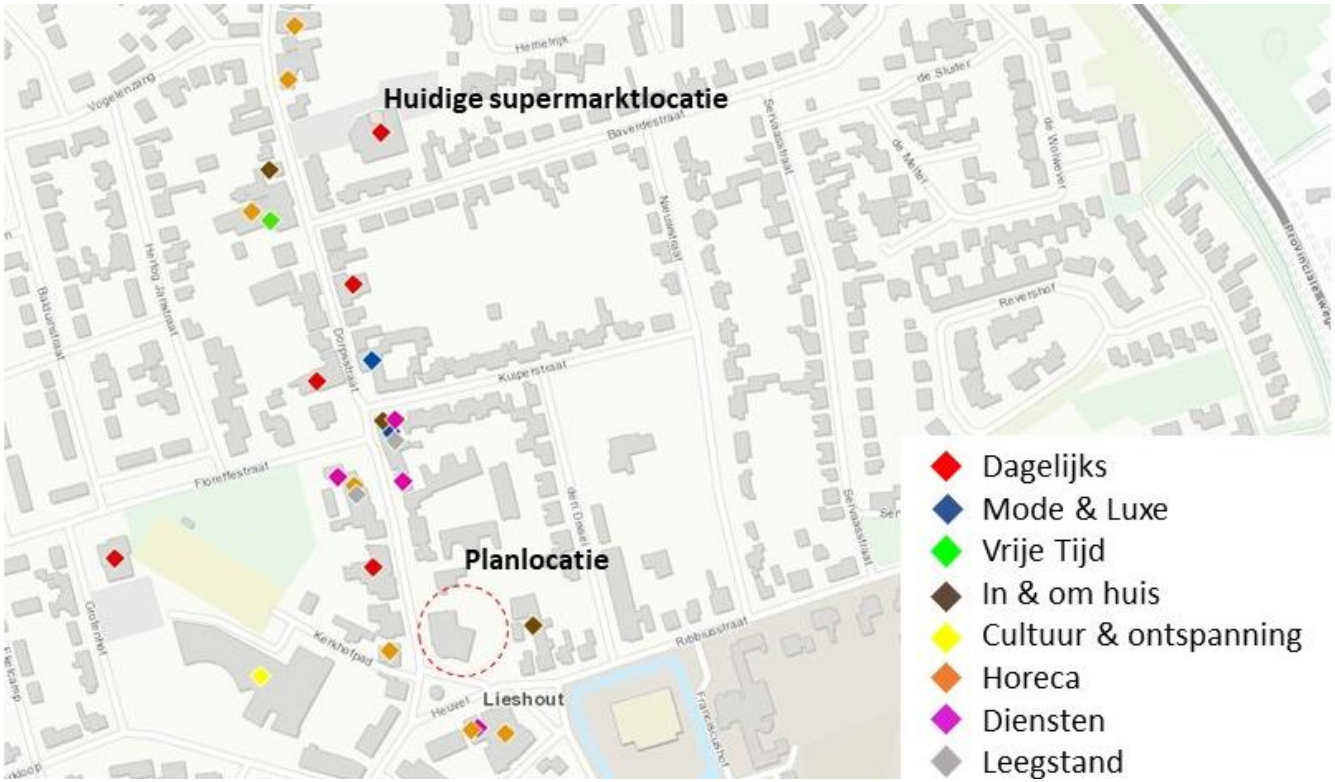
- Het centrum is langgerekt (ca. 400 meter) en strekt vanuit de Heuvel aan de zuidkant tot aan de huidige locatie van Jumbo aan de noordkant. In het huidige centrum is geen sprake van concentratie en sterke versnippering aan de Dorpsstraat. Hierdoor is nauwelijks sprake van synergie tussen voorzieningen.
- Voornaamste trekker Jumbo ligt aan de uiterste noordzijde van het centrum, maar het aantal overige voorzieningen is hier beperkt. Winkels bevinden zich vooral in het midden van de Dorpsstraat. De horeca is redelijk verspreid met enkele voorzieningen aan de Heuvel, maar ook midden in de Dorpsstraat en aan de uiterste noordkant van het centrum.
- Ook van een centrale verblijfs- en of ontmoetingsplek is in de huidige situatie nauwelijks sprake.

Het centrum heeft primair een functie voor inwoners van de eigen kern. De relevantie en vitaliteit van het centrum wordt in toenemende mate bepaald door een sterke boodschappenfunctie. Daarnaast neemt de belevings- en ontmoetingsfunctie toe, zeker in een kern als Lieshout waar bourgondisch karakter en Brabantse gezelligheid belangrijke aspecten zijn.

Benchmark aanbod

Om het aanbod in het centrum van Lieshout in perspectief te kunnen plaatsen, is een benchmark uitgevoerd (tabel 4). Daarbij is het aanbod in diverse branches afgezet tegen het gemiddelde in 148 kleine kernverzorgende centrumgebieden in kernen met een inwonertal tussen 3.500 en 5.000 (op basis van typering Locatus). Uit de benchmark kan het volgende worden opgemaakt.

- In grote lijnen komt het aanbod in het centrum van Lieshout overeen met het aanbod in de benchmarkcentra.



Figuur 7: Voorzieningenaanbod Lieshout-Centrum

Tabel 4 Benchmark aanbod Lieshout-Centrum (in aantal verkooppunten)

	Supermarkten	Overig dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In & Om Huis	Detailh. overig	Horeca	Leisure	Diensten	Leegstand
Lieshout-Centrum	1	3	2	1	3	0	7	1	4	2
Benchmarkcentra	1	4	3	1	3	1	5	1	5	2

Het aanbod in het centrum van Lieshout, evenals de benchmarkcentra sluit aan bij de verzorgingsfunctie van de betreffende kernen, namelijk voor de eigen inwoners. Het aanbod in deze centra bestaat doorgaans uit één supermarkt, enkele (vers)speciaalzaken en een beperkt niet-dagelijks winkelaanbod.

- Hoewel het supermarktaanbod in aantal overeenkomt, blijkt uit nadere analyse dat de supermarkt in omvang redelijk beperkt is. De gemiddelde supermarkt omvang (m.u.v. doelgroep supermarkten) in de benchmarkcentra is ruim 1.000 m^2 wvo, de gemiddelde omvang van full service supermarkten bedraagt ruim 1.100 m^2 wvo. De supermarkt in Lieshout daarentegen heeft een omvang van slechts 848 m^2 wvo.
- Het overig dagelijks aanbod in benchmarkcentra is iets groter. In kwalitatieve zin wijkt het aanbod echter nauwelijks af. Ook in benchmarkcentra betreft het overwegend reguliere (vers)speciaalzaken. Bijna 60% van het aanbod betreft net als in Lieshout bakkers, slagers en drogisten. Ruim 60% betreft andere veel voorkomend aanbod zoals slijters, groente- en fruit, vis, kaas en tabak en lectuur.
- Het niet-dagelijks aanbod in benchmarkcentra is net als in het centrum van Lieshout beperkt. Dit past echter bij de functie van dit type centra, namelijk (in toenemende mate) primair voor dagelijkse boodschappen en aankopen in het verlengde daarvan.
- Het horeca-aanbod in het centrum van Lieshout is uitgebreider dan in de benchmarkcentra. Dit kan deels worden verklaard door het bourgondische karakter, waar Noord-Brabant (en ook Limburg) bekend om staan. Ter indicatie: als uitsluitend wordt gekeken naar het kleine kernverzorgende kernen in Noord-Brabant en Limburg, dan is het gemiddelde aantal horecagelegenheden 6,5.

6. Behoefte dagelijks aanbod

Kwantitatieve behoefte

Distributieplanologisch onderzoek

Om een indicatie te geven ten aanzien van de kwantitatieve behoefte aan dagelijkse winkels zijn distributieplanologische berekeningen gemaakt voor de huidige en de toekomstige situatie in 2030. De resultaten geven een indicatie van het economisch functioneren en eventuele marktmogelijkheden voor dagelijks aanbod. De berekeningen zijn gemaakt voor de gehele gemeente Laarbeek. Hiermee het effect van de beoogde ontwikkeling in Lieshout voor de gemeente inzichtelijk. Secundair is rekening gehouden met enige toevloeiing uit omliggende gemeenten, evenals toeristische bestedingen.

Koopstromen

Voor de gemeente Laarbeek zijn geen recente koopstroomgegevens beschikbaar. In 2013 is koopstromenonderzoek uitgevoerd door de Rabobank, maar dit onderzoek is enkel gebaseerd op transacties door particulieren en bedrijven. De resultaten hiervan kunnen niet worden vertaald naar koopstromen. Cijfers ten aanzien van binding en toevloeiing geven geen volledig beeld en worden niet gebruikt in deze rapportage. Voor de berekeningen is daarom een zorgvuldige inschatting gemaakt op basis van kennis en ervaring van koopstromen en het functioneren van winkelgebieden.

In de huidige situatie wordt een binding van 80 à 85% reëel geacht. Met andere woorden, circa 80 à 85% van de inwoners van de gemeente Laarbeek is voor dagelijkse aankopen georiënteerd op de eigen gemeente. Inwoners beschikken over diverse supermarkten, full service maar ook discount, en verschillende (vers)speciaalzaken en drogisterijen. Bovendien zijn consumenten voor dagelijkse boodschappen sterk lokaal georiënteerd. Tegelijkertijd hebben meerdere supermarkten geen moderne omvang, terwijl het supermarktaanbod in de omliggende gemeenten redelijk uitgebreid en onderscheidend is en daardoor ook consumenten uit Laarbeek zal trekken. Hierbij kan worden gedacht aan Albert Heijn XL en Jumbo Foodmarkt vanwege hun uniciteit, maar ook een formule als Lidl die in Laarbeek niet aanwezig is.

Tabel 5 Distributieplanologische benadering dagelijkse sector gemeente Laarbeek

	2021	2030
Inwoners primair verzorgingsgebied	22.530	22.510
Winkelomzet per hoofd (€)	2.574	2.574
Bestedingspotentieel (€ mln.)	58,0	58,0
Koopkrachtbinding (%)	80 à 85%	85 à 90%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	46,4 à 49,3	49,2 à 52,1
Koopkrachttoevloeiing (%)	15%	15%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	8,2 à 8,7	8,7 à 9,2
Totale bestedingen (€ mln.)	54,6 à 58,0	57,9 à 61,3
Huidig aanbod (m^2 wvo)	8.102	8.504
Omzet per m^2 wvo (€)	6.750 à 7.175	6.825 à 7.225
Vergelijkbaar landelijk vijfjaarsgemiddelde (€)	7.564	7.564
Verschil ten opzichte van gemiddelde (%)	-11 à -5%	-10 à -4%
Verschil ten opzichte van huidige situatie	**n.v.t**	**Ca. +1%**

In beperkte mate zijn ook bestedingen afkomstig uit omliggende gemeenten, zoals uit de kern Boerdonk, maar ook uit Helmond-Noord, Gerwen en Breugel. Tevens wordt rekening gehouden met toeristische toevloeiing, mede gelet op de aanwezigheid van de Bavaria Brouwerij in Lieshout. Daarnaast worden er bestedingen gedaan door consumenten die in Laarbeek werkzaam zijn, maar elders woonachtig (snelle boodschap tijdens of na het werk). Een toevloeiing van circa 15% wordt reëel geacht. Met andere woorden, circa 15% van de bestedingen die terecht komen bij dagelijkse winkels in de gemeente Laarbeek, is afkomstig van buiten de gemeente.

Voor de toekomstige situatie wordt een binding van 85 à 90% haalbaar geacht. Daarbij wordt onder meer rekening gehouden met versterking van het dagelijks aanbod, waaronder de modernisering van de supermarkt in Lieshout. Bovendien zijn consumenten voor dagelijkse boodschappen in toenemende mate lokaal georiënteerd (bij voorkeur zo dicht mogelijk bij de woonomgeving). De coronacrisis heeft deze ontwikkeling alleen maar versterkt. De toevloeiing wordt in relatieve zin gelijk gehouden. Aangezien dit een aandeel van de totale bestedingen betreft neemt de toevloeiing in absolute zin wel beperkt toe.

Economisch functioneren en marktruimte

- In de huidige situatie functioneert het dagelijks aanbod indicatief iets beneden het landelijk vijfjaarsgemiddelde. het verschil is echter redelijk beperkt en aanvaardbaar. Zeker in kleinere landelijke gemeenten is het dagelijks aanbod doorgaans in staat om stabiel beneden het landelijk gemiddelde te kunnen functioneren, onder meer als gevolg van lagere exploitatielasten. In de context van Laarbeek kan een afwijking tot circa 15% als aanvaardbaar worden beschouwd. De huidige situatie dient vooral te worden beschouwd als evenwichtssituatie.
- De komende jaren neemt het inwonertal in het primaire verzorgingsgebied licht af, maar wel wordt rekening gehouden met een toename van de binding (onder meer door versterking van het aanbod, wijzigend consumentengedrag, maar ook als gevolg van de Coronacrisis). Het indicatieve economisch functioneren van dagelijkse winkels, inclusief de beoogde uitbreiding van Jumbo, ligt in de toekomstige situatie nog altijd beneden het landelijk gemiddelde. Afhankelijk van de daadwerkelijk gerealiseerde binding is de afwijking 4% tot 10%.
- Eventuele andere ontwikkelingen binnen het dagelijks aanbod in Laarbeek zijn niet bekend en dus niet in de som meegenomen. Zodoende wordt wel het zuivere effect van de beoogde supermarktuitbreiding in Lieshout inzichtelijk. Toekomstige uitbreiding van dagelijks aanbod heeft effect op het economisch functioneren van het dagelijks aanbod in de gemeente.
- Ten opzichte van de huidige uitgangssituatie, neemt het economisch functioneren naar verwachting licht toe. Dit biedt mogelijkheden voor toekomstige uitbreiding van dagelijkse winkels, c.q. supermarkten. Vanzelfsprekend dient dit te worden bezien in het licht van de dagelijkse aanbodstructuur op dat moment.
- Kwantitatief bestaat geen aanleiding om het dagelijkse aanbod uit te breiden, maar een beperkte uitbreiding kan te verantwoorden zijn indien dit een kwalitatieve versterking van de consumentenverzorging en/of detailhandelsstructuur en leefbaarheid oplevert.

Kwalitatieve behoefte en effecten

Kwalitatieve behoefte vanuit consumentenverzorging

In kwalitatieve zin is de beoogde uitbreiding en modernisering van Jumbo in Lieshout een positieve ontwikkeling voor de consumentenverzorging.

- De beoogde ontwikkeling resulteert in een moderne supermarkt in Lieshout, die uitstekend invulling geeft aan de hedendaagse consumentenbehoefte (uitgebreider assortiment, ruimere opzet, etc.). Consumenten in Lieshout krijgen hiermee de beschikking over een aantrekkelijke toekomstbestendige supermarkt.
- De ontwikkeling draagt bovendien bij aan de toekomstbestendigheid van het centrum van Lieshout. Supermarkten zijn in wijk- en buurtcentra de voornaamste publiekstrekkers, zo ook in Lieshout. De relevantie van een stevige toekomstbestendige supermarkt neemt hier alleen maar toe. Een stevige supermarkt is een belangrijke voorwaarde om bezoekers te blijven trekken en biedt tevens perspectief om andere (bestaande) voorzieningen zo veel mogelijk in stand te houden.
- Vanuit beleidsmatig oogpunt is specifiek in Lieshout versterking van het supermarktaanbod gewenst. Een stevige en moderne supermarkt wordt van belang geacht voor de leefbaarheid in de kern Lieshout.
- Plan A heeft ten opzichte van Plan B een positief effect op de centrumstructuur, namelijk concentratie van voorzieningen rondom een stevige publiekstrekker.
- Het positieve effect van Plan B is minder mobiliteit / autoverkeer rondom het dorpshart. Hierdoor is mogelijk sprake van minder overlast voor bewoners.

Kwaliteit boven kwantiteit

De kwantitatieve berekening van het economisch functioneren is gebaseerd op meerdere aannames. Het heeft immers te maken met toekomstige ontwikkelingen die op voorhand nooit exact voorspeld kunnen worden. De bevolkingsontwikkeling kan anders uitpakken, bestedingen kunnen sterk stijgen of juist dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. Zoals gezegd zullen ook toekomstige supermarktontwikkelingen effect hebben. De uitkomsten van de berekening mogen daarom nooit als normatief worden gezien, maar uitsluitend als indicatief.

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

Indien winkelontwikkelingen plaatsvinden op een wenselijke plek binnen de structuur en als gevolg hebben dat verouderd aanbod op een minder gewenste plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er als geheel per saldo op vooruit gegaan. Er is immers modern aanbod en/of aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk de meeste baat bij.

Effecten op de bestaande detailhandelsstructuur

Naar verwachting leidt de beoogde uitbreiding van de supermarkt in Lieshout niet tot onaanvaardbare effecten voor de bestaande dagelijkse winkelstructuur binnen Laarbeek.

- Het verwachte omzeteffect voor dagelijkse winkels is per saldo positief. Doordat Jumbo groter wordt, neemt de afvloeiing naar verwachting af. Voorzieningen die zich in

de nabijheid van de nieuwe Jumbo vestigen, zullen hiervan profiteren. Omzeteffecten zullen zich voornamelijk richten op speciaalzaken in Lieshout die solitair liggen, of bij supermarkten in de omgeving die minder toevloeiing uit Lieshout krijgen. Het is niet uit te sluiten dat een speciaalzaak uit Lieshout verdwijnt, maar daarvoor in de plaats komt concentratie. Bovendien kunnen speciaalzaken zich (op termijn) ook zelf concentreren nabij Jumbo. De effecten op andere supermarkten in de gemeente blijven beperkt en die zullen hierdoor niet de deuren moeten sluiten. Naar verwachting zal de uitbreiding van de supermarkt dan ook geen onaanvaardbare effecten hebben op de bestaande structuur.

- Het gemiddelde functioneren van dagelijkse winkels ligt in de toekomstige situatie, net als in de huidige situatie, iets beneden het landelijk gemiddelde. Zoals eerder aangegeven kunnen dagelijkse winkels in kleinere landelijke kernen doorgaans immers stabiel beneden het landelijk gemiddelde functioneren.
- Hoewel door de modernisering de concurrentiekracht van Jumbo zal toenemen, is het niet te verwachten dat de andere supermarkten in de gemeente Laarbeek of omringende plaatsen verdrongen zullen worden. Enige omzetderving door de veranderde concurrentieverhoudingen is mogelijk, maar daarmee zal hun bestaan normaliter niet in het geding zijn. Daarvoor zijn zij te modern en/of te zeer gericht op een specifieke doelgroep (zoals discounters) of eigen klantenkring (de inwoners van de eigen kern of wijk). Verder zullen de eventuele effecten buiten Lieshout zich spreiden over veel aanbieders en daardoor blijven de effecten per winkel heel beperkt. Zij zullen daarom niet in hun bestaan bedreigd worden.
- Het toekomstig economisch functioneren van dagelijkse winkels is mede afhankelijk van hoe de aanvullende commerciële ruimtes wordt ingevuld.
  - Indien de commerciële ruimte wordt ingevuld met extra dagelijkse winkelmeters, dan heeft dit
  - in beginsel effect op het functioneren van dagelijkse winkels. Bij voorkeur worden deze meters echter ingevuld door verplaatsing en concentratie van bestaand aanbod. Indien in het verlengde daarvan achterblijvende panden worden getransformeerd, blijft het gemiddelde economisch functioneren per saldo (nagenoeg) gelijk.
  - Indien de commerciële ruimtes worden ingevuld met extra horecameters heeft dit in beginsel geen effect op de gemiddelde vloerproductiviteit van dagelijkse winkels. Aanvullende horeca draagt bovendien bij aan de verblijfs- en ontmoetingsfunctie in Lieshout.