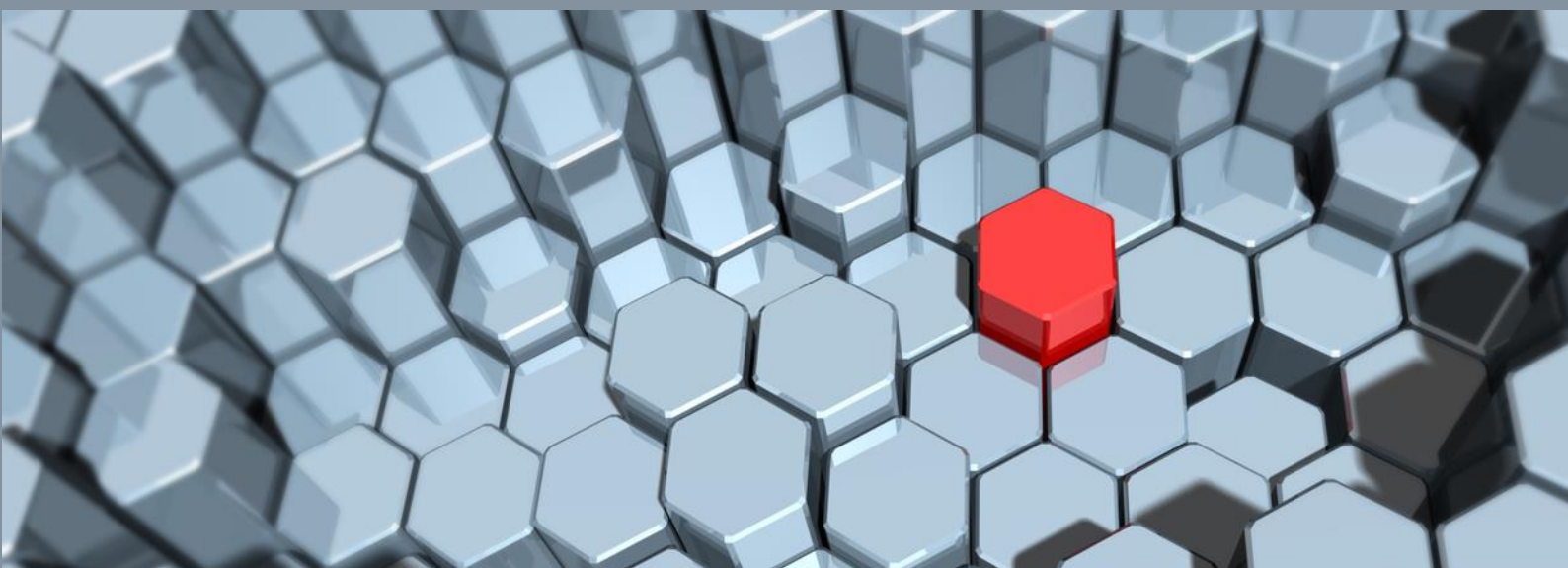


Apeldoorn, onderzoek behoefte en effecten Hornbach-ontwikkeling



Apeldoorn, onderzoek behoefte en effecten Hornbach-ontwikkeling

Rapportnummer:	203X01339_2
Datum:	21 juni 2017
Projectteam BRO:	Geert Welten
Trefwoorden:	ladder voor duurzame verstedelijk, doe-het-zelf, tuincentrum, bouwmarkt
Bron foto kft:	BRO
Beknopte inhoud:	In dit rapport wordt de beoogde ontwikkeling van Hornbach in Apeldoorn getoetst volgens de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking, waarbij de conclusie is dat de ontwikkeling voorziet in de behoefte en dat de effecten aanvaardbaar zijn. Daarbij kan worden voorzien in de behoefte door herontwikkeling van leegstaand vastgoed binnen bestaand stedelijk gebied.

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

1. AANLEIDING, ONDERZOEK EN RESULTATEN (MANAGEMENTSUMMARY)	2
1.1 Aanleiding en vraagstelling	2
1.2 Opzet onderzoek	3
1.3 Onderzoeksresultaten en conclusies	4
1.3.1 Conclusie	4
1.3.2 Behoeft	5
1.3.3 Aanvaardbaarheid van de effecten	6
1.3.4 Bestaand stedelijk gebied	8
2. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	9
2.1 Trends en ontwikkelingen in de doe-het-zelf- en tuinbranche	9
2.2 De formule Hornbach	12
2.3 Positie Hornbach binnen doe-het-zelfsector	13
3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE RELEVANT VERZORGINGSGBIED	15
3.1 Het relevante verzorgingsgebied	16
3.2 Analyse relevant winkelaanbod, winkelleegstand en initiatieven	17
3.3 Koopstromen en bestedingen verzorgingsgebied	22
3.4 Economisch functioneren doe-het-zelfbranche en tuinentra	24
3.5 Effectanalyse	27
3.5.1 Uitgangspunten	27
3.5.2 Analyse effect doe-het-zelfbranche relevante regio	28
3.5.3 Analyse effect tuinentra relevante regio	31

BIJLAGEN

Bijlage 1: Ontwikkeling doe-het-zelfaanbod na vestiging grootschalige bouw en tuinmarkt

1. AANLEIDING, ONDERZOEK EN RESULTATEN (MANAGEMENT-SUMMARY)

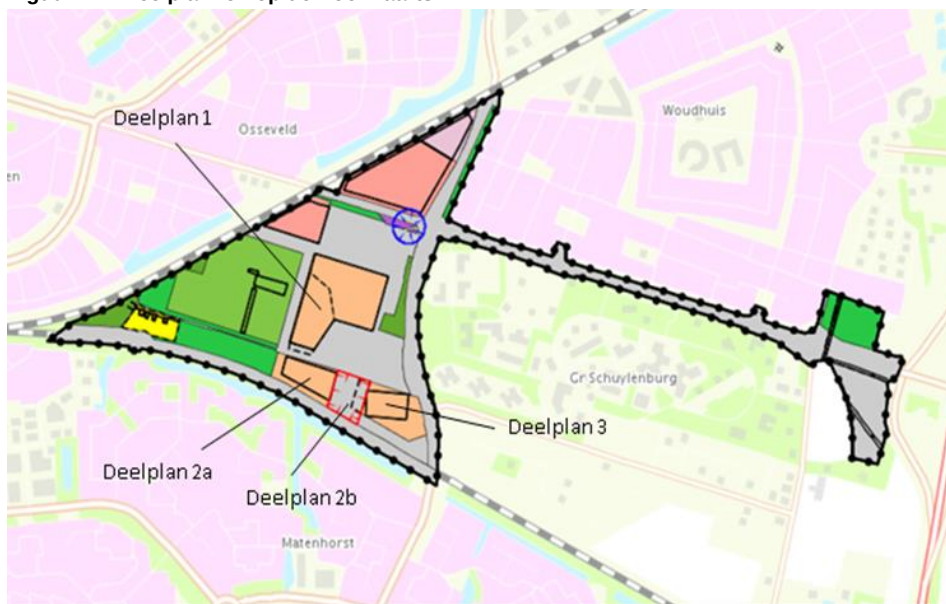
1.1 Aanleiding en vraagstelling

Initiatief

Aan de oostzijde van de stad Apeldoorn ligt het in ontwikkeling zijnde retailpark de Voorwaarts (figuur 1.1). Op retailpark de Voorwaarts is perifere en grootschalige detailhandel en horeca gevestigd. Het bestemmingsplan voor deelplan 2a is vastgesteld en voor deelplan 2b loopt nu een bestemmingsplanprocedure. Deelplan 3 (en een deel van deelplan 2b) is de locatie waar Hornbach voornemens is een grootschalige bouw-/tuinmarkt (inclusief drive-in) te realiseren. Het ten behoeve van deze ontwikkeling opgestelde bestemmingsplan voorziet in een bouw-/tuinmarkt bestaande uit:

- het bouwmarktgedeelte van maximaal 10.000 m² bvo, zijnde circa 8.000 m² wvo (verwarmbaar en vrij van weersinvloeden¹);
- het tuincentrumgedeelte van maximaal 2.300 m² bvo, zijnde circa 1.840 m² wvo (verwarmbaar en vrij van weersinvloeden¹).

Figuur 1.1: Deelplannen op de Voorwaarts



¹ Het winkelvoeroppervlak (wvo), zoals gehanteerd in dit rapport, is het voor consumenten toegankelijke/zichtbare deel van het bruto vloeroppervlak van de winkel dat verwarmbaar is en vrij van weersinvloeden. Het wvo van detailhandel is doorgaans circa 80% van het totale oppervlak in m² bvo. De buitenruimte van alle detailhandel – dus ook van bouwmarkten en tuincentra – wordt niet meegeteld bij het winkelvoeroppervlak. Ook winkeldataleverancier Locatus hanteert deze definitie. Zodoende wordt er een eenduidig uitgangspunt voor het oppervlak van een winkel gehanteerd, waardoor winkels onderling goed vergelijkbaar zijn. De eventuele omzet die wordt behaald op de producten die buiten uitgesteld staan wordt meegerekend bij de omzet van de binnenruimte. In de omzet per m² wvo die in de analyses wordt gehanteerd is dan ook altijd de omzet van de buitenruimte verdisconteerd.

1.2 Opzet onderzoek

Ladder voor duurzame verstedelijking

De 'ladder voor duurzame verstedelijking' (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening) is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument, waaraan iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' (art. 1.1.1. Bro) moet worden getoetst. In de toelichting bij het bestemmingsplan is onderbouwd dat het initiatief van Hornbach geen nieuwe stedelijke ontwikkeling betreft.

Mede naar aanleiding van vragen in de zienswijze is in dit rapport een analyse uitgevoerd van de behoefte en de effecten van de beoogde ontwikkeling volgens de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking. Per 1 juli 2017 wordt het tweede lid van art. 3.1.6. wordt als volgt:

"De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien."

Vraagstelling

De locatie van de beoogde ontwikkeling bevindt zich binnen bestaand stedelijk gebied. Daarom concentreert dit onderzoek zich op de behoefte aan de ontwikkeling binnen het relevante verzorgingsgebied. Verder wordt aangesloten bij de jurisprudentie omtrent de huidige ladder voor duurzame verstedelijking. In verband hiermee wordt tevens de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat inzichtelijk gemaakt. Hierbij zijn met name de mogelijke leegstandseffecten van belang. Op basis van voorgaande uitgangspunten is de centrale onderzoeksvraag als volgt geformuleerd:

"Voorziet de beoogde ontwikkeling van Hornbach in Apeldoorn in een behoefte binnen het verzorgingsgebied en zijn de te verwachten effecten ervan aanvaardbaar?"

Ruimtelijk-functioneel onderzoek

Het antwoord op de onderzoeksvraag wordt verkregen door middel van ruimtelijk-functioneel onderzoek. Dit onderzoek betreft een aanvulling op het eerder uitgevoerde leegstandsonderzoek "Apeldoorn, leegstandsonderzoek Hornbach, 17 januari 2016" (hierna: "leegstandsonderzoek") dat als bijlage 2 bij de toelichting op het ontwerpbestemmingsplan Laan van Erica 50 (ontwerp, 30 maart 2017) is gevoegd.

Er wordt op gewezen dat de uitgangspunten voor het leegstandsonderzoek waren gebaseerd op de maximale planologische invulling uitgaande van de regels bij het ontwerpbestemmingsplan. Mede naar aanleiding van de zienswijzen is de maximale planologische ruimte voor de ontwikkeling afgestemd op het bouwplan. Hierdoor is de maximale planologische ruimte voor het bouwmarktdeel verkleind van circa 10.000 m² wvo naar circa 8.000 m² wvo en is de maximale planologische ruimte voor het tuincentrumdeel verkleind van circa 5.000 m² wvo naar circa 1.840 m² wvo. Dit betekent dat de conclusies ten aanzien van de leegstandseffecten uit het leegstandsonderzoek worden overgenomen in dit rapport, maar dat deze deels worden geactualiseerd naar aanleiding van de in het ontwerpbestemmingsplan doorgevoerde wijzigingen.

Leeswijzer rapport

In de volgende paragraaf wordt de onderzoeksvraag beantwoord en wordt de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen. De elementen waaruit de conclusie is opgebouwd komen aan de orde in de hoofdstukken daarna.

- Hoofdstuk 2: de kwalitatieve behoefte wordt bepaald op basis van trends in consumentengedrag, ontwikkelingen in het winkelaanbod en de positionering van Hornbach.
- Hoofdstuk 3: de (kwantitatieve) behoefte is verkend binnen het verzorgingsgebied van de beoogde Hornbach in Apeldoorn. In dit hoofdstuk is tevens aandacht voor de te verwachten effecten van de beoogde ontwikkeling op het verzorgingsgebied.
- In de bijlage bij het rapport is de ontwikkeling tussen 2007 en 2016 weergegeven van het doe-het-zelfaanbod in verzorgingsgebieden waar al een grootschalige bouw-/tuinmarkt gevestigd is en van verzorgingsgebieden waar zich een grootschalige bouw-/tuinmarkt wenst te vestigen.

1.3 Onderzoeksresultaten en conclusies

Deze paragraaf start met beantwoording van de onderzoeksvraag uit paragraaf 1.1. Vervolgens wordt ingegaan op de behoefte aan de ontwikkeling, de aanvaardbaarheid van de eventuele effecten en de ligging van de ontwikkelingslocatie.

1.3.1 Conclusie

Voorziet de beoogde ontwikkeling van Hornbach in Apeldoorn in een behoefte binnen het relevante verzorgingsgebied en zijn de te verwachten effecten ervan aanvaardbaar?

Ja, de ontwikkeling speelt in op de behoefte en is een aanwinst voor Apeldoorn. Eventuele effecten zijn aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat binnen het verzorgingsgebied.

- Met de beoogde ontwikkeling van een grootschalige bouw-/tuinmarkt wordt ingespeeld op de behoefte van consumenten aan service, comfort en ruime keuze in een fysieke winkel (mede als reactie op de e-commerce).
- De ontwikkeling is een aanwinst voor de voorzieningenstructuur van Apeldoorn en de regio, want in het relevante verzorgingsgebied (de gemeenten Apeldoorn, Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen) is een dergelijk concept – de combinatie van een grootschalige bouwmarkt met tuincentrum en een drive-in – nog niet aanwezig.
- Verder zal de beoogde ontwikkeling van Hornbach positief zijn voor winkelstad Apeldoorn in het algemeen voor retailpark de Voorwaarts in het bijzonder, omdat de bovenlokale trekkracht en naamsbekendheid van Hornbach bijdraagt aan het aantal bezoekers aan het retailpark, waarvan een deel een bezoek aan Hornbach zal combineren met een bezoek aan de overige voorzieningen op het retailpark of elders in Apeldoorn.
- Realisatie van de beoogde ontwikkeling kan mogelijk enig omzeteffect hebben op het doe-het-zelf- en tuincentrumaanbod binnen het relevante verzorgingsgebied, maar de omvang van het effect is beperkt en past binnen een normale ontwikkeling in de concurrentieverhoudingen.
- Daarbij wordt gewezen op de analyse van de ontwikkeling van de doe-het-zelfbranche in 21 regio's/gemeenten in Nederland, waaruit blijkt dat zowel in gebieden met als zonder een grootschalige bouw-/tuinmarkt over het algemeen ruimte is voor groei van de bouwmarkten (zie bijlage 1).

De aanwezigheid van een grootschalige bouw-/tuinmarkt past dan ook in een gezonde winkelmarkt, waar ruimte is voor investeringen en innovatie.

1.3.2 Behoefte

In het navolgende worden de argumenten en overwegingen gegeven bij de conclusie de beoogde ontwikkeling voorziet in een behoefte.

Kwalitatieve behoefte

De beoogde ontwikkeling voorziet om de volgende redenen in de kwalitatieve behoefte van de consument. In hoofdstuk 2 staan de achtergronden bij onderstaande conclusies.

- Het veranderende consumentengedrag heeft invloed op de doe-het-zelf- en tuinbranche. De klant vraagt om een breder en dieper assortiment, meer service in de winkel en meer winkelcomfort (ruime gangpaden, lage schappen, fraaie productpresentatie). De beoogde ontwikkeling voorziet in deze behoeften van de consument door middel van schaalvergroting. Dit ontwikkeling is dan ook een reactie op het bestaande doe-het-zelfaanbod en het is tevens een reactie op de groei van e-commerce.
- De nieuwste vestigingen van Hornbach in Nederland hebben een grootschalig oppervlak. Deze winkels beschikken naast het bouwmarktgedeelte over een tuincentrumdeel en een drive-in. Het grootschalige oppervlakte is nodig om een breed en diep assortiment te voeren en de artikelen optimaal te kunnen presenteren. De grootschalige bouw-/tuinmarkten onderscheiden zich ten opzichte van andere bouwmarkten door de aanwezigheid van een drive-in waar klanten de aankopen direct vanuit het schap in hun voertuig kunnen plaatsen.
- Van belang is verder dat er momenteel sprake is van een sterke opleving van de woningmarkt (bronnen Rabobank, ABN AMRO Bank, NVM, CBS etc.). Mede als gevolg daarvan trekt ook de bouw en verbouw van woningen weer sterk aan. Zo meldt Taco van Hoek, directeur van het Economisch Instituut voor de Bouw (EIB), dat de orderportefeuilles van aannemers op hetzelfde volume zitten als op het hoogtepunt van voor de crisis (AD, 15 juni 2017). De aantrekkende woningmarkt is positief voor de bestedingen aan doe-het-zelfartikelen. Het CBS meet dan ook een sterke omzetplus in de branchegroep doe-het-zelf, keukens en vloeren. In de eerste drie maanden van 2017 was de omzet significant hoger (resp. +10,1%, +8,5% en +9,1%) dan in dezelfde maanden vorig jaar. De stijging ligt fors boven de omzetstijging van de non-foodsector als geheel.
- Een gunstige bijkomstigheid is dat negatieve omzeteffecten van e-commerce relatief beperkt blijven in de doe-het-zelfbranche. Slechts 1,5% van de omzet in de doe-het-zelfbranche verloopt buiten de fysieke winkels om.
- De beoogde komst van Hornbach naar Apeldoorn heeft een positief effect op de consumentenverzorging in de regio, door een nog ontbrekend, grootschalig winkelconcept aan het huidige aanbod toe te voegen. Het vormt een welkome aanvulling op het huidige aanbod in het relevante verzorgingsgebied (de gemeenten Apeldoorn, Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen) dat uitsluitend bestaat (medio 2017) uit reguliere en/of kleinschalige bouwmarkten en doe-het-zelfspecialzaken.
- De verwachting is dat komst van een nieuwe grootschalige bouw-/tuinmarkt – met een zeer ruim assortiment en een aantrekkelijke prijsstelling – zal zorgen voor een opleving van het doe-het-zelfen in de regio. Hierbij kopen consumenten de ‘bulk’ bij de bouwmarkt. Voor specialistisch pro-

ductaanbod en specialistische service (waaronder installatie) zal een deel van de consumenten de speciaalzaak (vaak om-de-hoek) bezoeken, waardoor de gehele sector kan profiteren van de vernieuwing in de markt door de komst van de nieuwe aanbieder. Ervaringen elders laten ook zien dat de doe-het-zelfsector profiteert van de komst van Hornbach, want In Amsterdam hebben drie (relatief grote) speciaalzaken in doe-het-zelf zich gevestigd in de directe nabijheid van de recent geopende Hornbach om daar te kunnen profiteren van de aantrekkingskracht van Hornbach (PropertyNL, 14 juni 2017). Het betreft een groot- / detailhandel in gereedschappen en ijzer- en metaalwaren, een groot- / detailhandel in vloeren en aanverwante artikelen en een groot- / detailhandel in woningtextiel, gordijnstoffen en vloerbedekking. Productgroepen die ook aanwezig zijn bij Hornbach, maar desondanks zien de speciaalzaken marktkansen juist in de buurt van Hornbach.

Kwantitatieve behoefte

Ten aanzien van de kwantitatieve behoefte zijn de conclusies als volgt (zie hoofdstuk 3 voor de achtergronden bij onderstaande conclusies).

- Momenteel ligt de omzet per m² wvo van het doe-het-zelfaanbod in de kern Apeldoorn onder het gemiddelde dat passend is bij de omvang en samenstelling van het doe-het-zelfaanbod in de kern. Dit leidt tot de conclusie dat er vanuit kwantitatieve gronden geen behoefte is. Overigens kunnen er ook zonder een kwantitatieve behoefte kwalitatieve redenen zijn voor vernieuwing en versterking van het winkelaanbod. Deze kwalitatieve redenen zijn in Apeldoorn ruim aanwezig, zoals bovenstaand is weergegeven.
- In de tuincentrumbranche ligt de omzet per m² wvo in de kern Apeldoorn onder het passende gemiddelde. Dit betekent dat er in deze branche niet alleen kwalitatieve, maar ook een kwantitatieve behoefte is aan ontwikkeling.

1.3.3 Aanvaardbaarheid van de effecten

Uit het ruimtelijk-functioneel onderzoek volgt dat de beoogde ontwikkeling mogelijk omzeteffecten heeft op de winkels in de doe-het-zelfbranche en de tuincentra in het verzorgingsgebied. Om de volgende redenen wordt geconcludeerd dat de eventuele ruimtelijke effecten als gevolg hiervan aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. In hoofdstuk 3 staan de achtergronden bij onderstaande conclusies.

Tuincentra

- Uit het leegstandsonderzoek (BRO, 17 januari 2017) volgt dat er voor tuincentra in Apeldoorn – inclusief de beoogde ontwikkeling – voldoende omzet te behalen is om economisch-duurzaam te functioneren. Als vermeld in paragraaf 1.2, was in dat onderzoek uitgegaan van een maximale planologische ruimte voor het tuincentrumdeel van circa 5.000 m² wvo. In de actuele planregels is de maximale planologische ruimte voor het tuincentrumdeel verkleind naar circa 1.840 m² wvo. Door deze verkleining van het toegestane oppervlak zal in de tuinbranche geen sprake meer zijn van enig overaanbod in de gemeente Apeldoorn als gevolg van de beoogde ontwikkeling.
- Uit de regionale effectenanalyse in paragraaf 3.5 van het onderhavige rapport volgt dat de effecten van de beoogde ontwikkeling van het tuincentrumdeel van Hornbach op het verzorgingsgebied (buiten Apeldoorn) zeer beperkt zijn. De kans op sluiting van een tuincentrum is zeer klein, terwijl de consumentenverzorging er door de komst van de nieuwe aanbieder op vooruit gaat.

Doe-het-zelfbranche

- Uit het leegstandsonderzoek (BRO, 17 januari 2017) volgt dat het mogelijk is dat er één bouwmarkt in Apeldoorn de deuren zal moeten sluiten als gevolg van de Hornbach-ontwikkeling. Als vermeld in paragraaf 1.2, was in dat onderzoek uitgegaan van een maximale planologische ruimte voor het bouwmarktdeel van circa 10.000 m² wvo. In de actuele planregels is de maximale planologische ruimte voor het bouwmarktdeel verkleind naar circa 8.000 m² wvo. Door deze verkleining heeft het te verwachten overaanbod in de doe-het-zelfbranche in de gemeente Apeldoorn een omvang van circa 2.400 m² wvo in plaats van circa 4.400 m² wvo. Omdat het te verwachten overaanbod bijna de helft kleiner is, zal ook de kans op het ontstaan van leegstand fors kleiner zijn dan eerder bepaald in het leegstandsonderzoek. Bij een dergelijke mate van overaanbod wordt niet verwacht dat een bouwmarkt zal moeten sluiten als gevolg van de beoogde Hornbach-ontwikkeling.
- Mochten zich echter effecten voordoen, dan is in het leegstandsonderzoek onderbouwd dat die mogelijk een bouwmarkt zullen treffen die qua profilering, ligging, locatie/bereikbaarheid en omvang een zwakke uitgangspositie heeft ten opzichte van Hornbach. Dit betreft één van de volgende twee locaties: Praxis (Kayersmolen-Noord) of Gamma (bedrijvenpark Apeldoorn-Noord). Voor beide 'risico'-panden zijn ruim voldoende mogelijkheden voor herinvulling (zowel bestemmingsplanmatig als bouwfysisch). De kans dat een van deze twee panden tot structurele leegstand vervalt is daarom klein. Belangrijk gegeven daarbij is dat er nauwelijks leegstand is in de omgeving van de risicopanden, waardoor eventuele nieuwe leegstand geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten voor de desbetreffende gebieden teweegbrengt. Ook geeft de lage leegstand een indicatie van gezonde marktomstandigheden, waarbinnen herinvulling goed mogelijk is. Te meer, omdat de economie groeit, de woningmarkt momenteel sterk aantrekt en het inwonertal van Apeldoorn groeit. Dit heeft positieve invloed op de winkelbestedingen.
- Uit de regionale effectenanalyse in paragraaf 3.5 van het onderhavige rapport volgt dat de effecten van de beoogde ontwikkeling van het bouwmarktdeel van Hornbach op het verzorgingsgebied (buiten Apeldoorn) beperkt zijn. Het omzeteffect vertegenwoordigt omgerekend een oppervlak van 1.270 m² wvo. Als het omzeteffect zich concentreert op één doe-het-zelfwinkel is het mogelijk dat een breedpakketzaak of een grotere doe-het-zelfspeciaalzaak in het verzorgingsgebied (buiten Apeldoorn) sluit. Sluiting van een bouwmarkt (Praxis, Gamma of Karwei) wordt niet verwacht, omdat deze allen fors groter zijn dan de genoemde 1.270 m² wvo. Of een doe-het-zelfzaak eventueel zal moeten sluiten, is op voorhand niet te voorspellen. Het is waarschijnlijker dat het effect zich uitspreidt over de 35 doe-het-zelfbedrijven in het verzorgingsgebied, waardoor het effect per vestiging beperkt blijft en geen van de winkels hoeft te sluiten.
- Mogelijk heeft het omzeteffect een uitwerking op één van de tien breedpakketzaken in het verzorgingsgebied (Multimate, Hubo en verscheidene zelfstandigen), omdat breedpakketzaken min of meer op te vatten zijn als een kleine bouwmarkt. Het is echter de vraag of sluiting van een breedpakketzaak een direct gevolg is van de beoogde Hornbach-ontwikkeling. Het aanbod aan breedpakketzaken in Nederland neemt al decennia als gevolg van trends in consumentengedrag en/of pensionering van de eigenaren. Een eventuele sluiting van een winkel in het verzorgingsgebied zal daarom vooral het gevolg zijn van autonome ontwikkelingen, waar de Hornbach-ontwikkeling slechts een zijdelingse rol in speelt.

- Zelfs bij sluiting van een doe-het-zelfzaak verbetert het voorzieningenniveau in de doe-het-zelfbranche, omdat op regionaal niveau een reguliere doe-het-zelfzaak wordt 'vervangen' door een aantrekkelijke, nieuwe grootschalige bouw-/tuinmarkt met drive-in – een winkelvorm die nog niet aanwezig is in het verzorgingsgebied.
- Verder heeft de komst van Hornbach of een andere grootschalige bouwmarkt in geen van de marktgebieden tot gevolg gehad dat de markt voor bouwmarkten verstoord werd. In bijlage 1 is te zien dat er doorgaans juist geïnvesteerd wordt door bouwmarkten in een regio om de concurrentie met Hornbach aan te gaan. Er wordt dan ook geconcludeerd dat de aanwezigheid van Hornbach past in een gezonde winkelmarkt waar ruimte is voor investeringen en innovatie.
- Tot slot wordt erop gewezen dat de bouwkundige aspecten (efficiënte 'dozenbouw') van een bouwmarkt (of breedpakketzaak) over het algemeen herinvulling met andersoortige perifere detailhandel of herontwikkeling naar een bedrijf in beginsel niet in de weg staan. Ook hebben de locaties van bouwmarkten doorgaans een ruime bestemming, waar naast bouwmarkten ook andersoortige (perifere) detailhandel en/of andersoortige bedrijvigheid is toegestaan. Het is daarom niet te verwachten dat de leegkomende bouwmarkt(en) structureel leeg blijft/blijven staan. Daarbij zullen eventuele leegstandseffecten verspreid over de 6 gemeenten in het verzorgingsgebied plaatsvinden, waardoor de toename van de leegstand voor de lokale situatie beperkt blijft.

1.3.4 Bestaand stedelijk gebied

In de geconstateerde behoefte (zie bovenstaande) kan worden voorzien binnen bestaand stedelijk gebied. De beoogde locatie maakt namelijk onderdeel uit van het bestaand stedelijk gebied, waarbij de ontwikkeling wordt opgevangen door herontwikkeling van leegstaand vastgoed. Er is binnen het verzorgingsgebied voor het overige geen leegstaand winkelvastgoed van voldoende omvang aanwezig waarin de beoogde ontwikkeling kan worden ingepast. Van belang is verder dat de locatie zich bevindt aansluitend aan retailpark de Voorwaarts waar eveneens grootschalige en perifere detailhandel is voorzien.

2. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

In dit hoofdstuk worden de achtergronden en overwegingen gegeven bij de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de kwalitatieve behoefte van de consument (zie paragraaf 1.3.2). Hiertoe wordt allereerst gekeken naar de trends en ontwikkelingen in de relevante branches (paragraaf 2.1). Vervolgens wordt nagegaan op welke wijze de initiatiefnemer hierop aansluit (paragraaf 2.2 en 2.3).

2.1 Trends en ontwikkelingen in de doe-het-zelf- en tuinbranche

De markt van doe-het-zelfzaken en tuinentra is volop in beweging. In het navolgende worden de relevante trends geschetst betreffende de ontwikkeling van beide branches in Nederland. Daaruit zal duidelijk worden (zie ook paragraaf 2.2) hoe de Hornbach-formule niet alleen tekenend is voor deze ontwikkelingen, maar daarin ook een trekkersrol vervult.

Doe-het-zelf

- Het verbeterde imago van zelfwerkzaamheid, de individualisering van de woonomgeving en de toenemende 'kluservaring' van de consument (geholpen door doe-het-zelf-tv-programma's) hebben de afgelopen decennia voor een groei van het doe-het-zelf en het bouwmarktenaanbod gezorgd. Ook vrouwen nemen steeds vaker het voortouw om te gaan klussen. Hierdoor is er in de bouwmarkten een trendverschuiving naar woondesign te zien.
- De schaalvergroting zet door: 3.000 tot 5.000 m² wvo is voor een bouwmarkt tegenwoordig gebruikelijk (Locatus, 2016). Daarnaast is er ook een toenemende druk vanuit de markt voor het vestigen van grootschalige vestigingen. De Hornbachformule die al gauw 8.000-18.000 m² wvo vraagt voor een bouwmarkt, tuinentra en bedrijvenservicepunt onder één dak is hier een voorbeeld van.
- De uitbreiding van het winkelvloeroppervlak gaat gepaard met verbreding en verdieping van het assortiment. Ook neemt de integratie van productgroepen toe. Het is echter een misvatting dat grootschalige bouw-/tuinmarkten een groot aandeel branchevreemde artikelen voeren. Bij Hornbach zijn branchevreemde artikelgroepen in het assortiment juist nagenoeg afwezig. Zoals te zien in tabel 2.1, is de samenstelling van het reguliere assortiment van bijvoorbeeld Hornbach overeenkomstig met het reguliere assortiment van de grootste bouwmarktformules in Nederland – Praxis, Karwei en Gamma. Belangrijk daarbij is dat alle bouwmarkten (en tuinentra) naast bouwmaterialen uiteenlopende artikelen verkopen voor de bouw en de verfraaiing van woning en tuin. Deze artikelgroepen zijn standaard onderdeel van bouwmarkten en zijn dan ook niet aan te merken als branchevreemd. Bij de grootschalige bouw-/tuinmarkten is dit assortiment echter zowel veel breder als dieper. Ten aanzien van het nevenassortiment geldt dat juist de reguliere bouwmarkten relatief veel aanvullende artikelgroepen voeren.

Tabel 2.1: Gevoerde artikelgroepen naar bouwmarkt (indicatie o.b.v. assortimentslijsten websites)

	Hornbach	Bauhaus	Praxis	Karwei	Gamma
<u>Regulier ass. bouwmarkten (en tuincentra):</u>					
Bouwstoffen, hout, ramen, deuren	✓	✓	✓	✓	✓
Machines, gereedschap, werkplaats	✓	✓	✓	✓	✓
Vloeren, tegels	✓	✓	✓	✓	✓
IJzerwaren	✓	✓	✓	✓	✓
Verf, behang	✓	✓	✓	✓	✓
Woondecoratie, lijstenmakerij	✓	✓	✓	✓	✓
Verwarmen, koelen, ventileren	✓	✓	✓	✓	✓
Keukens	✓	✓	✓	✓	✓
Badkamer, keukens, sanitair	✓	✓	✓	✓	✓
Verlichting, elektra	✓	✓	✓	✓	✓
Auto- en fietsaccessoires	✓	✓	✓	✓	✓
Tuin	✓	✓	✓	✓	✓
Dieren, aquaria	✓	✓	✓		
<u>Nevenassortiment:</u>					
Huishoudelijke artikelen	✓	✓	✓	✓	✓
Watersportartikelen		✓		✓	✓
Sportartikelen			✓	✓	✓
Speelgoed				✓	✓
Bruin- en witgoed				✓	✓

- Ook de bouwmarkten gaan zich segmenteren. De Intergamma-formule Karwei is zich bijvoorbeeld meer gaan richten op decoratieve artikelen, terwijl Gamma de constructieve formule blijft. Gamma en Praxis zijn daarnaast gestart met meer kleinschalige 'stadswinkels' in reguliere winkelcentra in stedelijke gebieden. Deze vormen voor een groot deel een hedendaagse voortzetting van de breedpakketzaken en ijzerwaren winkels die van oudsher in stadscentra voorkwamen.
- Bouwmarkten maken een kwaliteitsslag door het introduceren van verschillende nieuwe producten en concepten. Voorbeelden zijn de opname en verhuur van gereedschap, shop-in-shops van Bosch en de verkoop van verschillende designproducten (o.a. Jan des Bouvrie voor Gamma en Marcel Wanders voor Karwei). Daarnaast gaat ook de beleving een grotere rol spelen. Dit uit zich in de vestiging van horecaformule La Place in een bouwmarkt in Amsterdam en productdemonstraties.
- Het onderscheid tussen professioneel toeleverende zaken en de reguliere detailhandel neemt af. Enerzijds richten bouwmarkten zich meer op levering aan aannemers en kleine zelfstandigen, terwijl anderzijds de professionele toeleveranciers hun assortiment verbreden, showrooms inrichten en aparte balies maken voor particulieren.
- Bij het bovenstaande is het verder van belang dat de economische conjunctuur weer sterk aantrekt, waardoor ook de bestedingen in de doe-het-zelf- en tuinbranche weer aantrekken. Diverse betrokken partijen geven aan dat er sprake is van een sterke opleving van de woning-

markt² (bronnen Rabobank, ABN AMRO Bank, NVM, CBS etc.). Mede als gevolg daarvan trekt ook de bouw en verbouw van woningen weer sterk aan. Zo meldt Taco van Hoek, directeur van het Economisch Instituut voor de Bouw (EIB), dat de orderportefeuilles van aannemers op hetzelfde volume zitten als op het hoogtepunt van voor de crisis (AD, 15 juni 2017). De aantrekkende woningmarkt is positief voor de bestedingen aan doe-het-zelfartikelen. Het CBS meet dan ook een sterke omzetplus in de branchegroep doe-het-zelf, keukens en vloeren. In de eerste drie maanden van 2017 was de omzet significant hoger (resp. +10,1%, +8,5% en +9,1%) dan in dezelfde maanden vorig jaar. De stijging ligt fors boven de omzetstijging van de non-foodsector als geheel.

- Een gunstige bijkomstigheid is dat negatieve omzeteffecten van e-commerce relatief beperkt blijven in de doe-het-zelfbranche. Slechts 1,5% van de omzet in de doe-het-zelfbranche verloopt buiten de fysieke winkels om, waarbij *multichannel*-omzet bij fysieke winkels wordt geteld (detailhandel.info, 2016).

Tuincentra

- De belangstelling van consumenten voor de tuin is de laatste jaren gegroeid en blijft groot. Tuincentra spelen in op deze toenemende belangstelling door zich steeds breder en vernieuwend te presenteren. Tuincentra hebben bijvoorbeeld steeds vaker een uitgebreid assortiment aan kerst- en paasartikelen. De verkoop hiervan wordt ook gebruikt om de seizoensafhankelijkheid te verminderen.
- De onderlinge concurrentie tussen de tuincentra neemt toe. In Nederland zijn de laatste jaren verschillende tuincentraformules opgekomen, waarvan Intratuin en GroenRijk de grootste zijn met meer dan 40 vestigingen. Ook is er een aantal kleinere tuincentraketens met meer dan 10 vestigingen, zoals Life & Garden, Overvecht en Ranzijn³. Verder zijn er nog enkele kleinere tuincentraformules.
- Tuinartikelen worden steeds vaker verkocht door grootschalige winkels in andere branches. Zo hebben de bouwmarkten Hornbach, Bauhaus en Praxis & Tuin een tuinafdeling van 2.500 - 4.000 m² wvo, maar ook reguliere bouwmarkten steken in het seizoen sterk in op tuinaarde, tuinhout en perkgoed. Verder is bij IKEA het aanbod in de branche plant & dier in het nieuwe winkelconcept nog prominenter neergezet. Maar ook kwekerijen en tuinderijen (in het buitengebied) gaan steeds vaker hun producten direct aan de consument verkopen.
- Naast de concurrentie met bouwmarkten wordt ook de concurrentie met agri-formules steeds scherper. Deze winkels leveren een totaalassortiment op het gebied van het buitenleven: tuin, dier, functionele werk- en buitenkleding, kampeerartikelen, doe-het-zelfartikelen voor de buitenklus en seizoensartikelen. Verder zijn er ook meerdere grootschalige winkels die zich specifiek op tuinmeubelen richten (bijvoorbeeld Kees Smit in Amersfoort en Apeldoorn) en zijn er de tuinmachine-speciaalzaken (met Van Cranenbroek als bijzondere speler).
- Tuincentra met een moderne schaalgrootte (indicatief rond 10.000 m² wvo binnenruimte) zijn niet alleen lokaal verzorgend, maar trekken ook klanten van verder weg. De ondernemingen geven minder dan voorheen de voorkeur aan een solitaire vestiging. Een antwoord op de verwachte verdere expansie van met name de bouwmarkten-annex-tuincentra kan dan ook gevonden worden in samenwerking in de vorm van vestiging van bouwmarkten nabij een tuincentrum of andersom. Uit

² 'Nog nooit zoveel woningen verkocht in een kwartaal', Nu.nl, 07-07-2016

³ Bron: Locatus Retailverkenner 2017

de praktijk blijkt dat deze winkeltypen elkaar kunnen versterken: beiden zijn gericht op aankopen voor 'in-en-om-het-huis'. Tuincentra richten zich daarbij meer op vrouwen en bouwmarkten meer op mannen. Daar waar beide winkels bij elkaar liggen, kan het koopmoment van beide partijen gecombineerd worden.

2.2 De formule Hornbach

Formule in grootschalige bouwmarkten

Als vermeld, reageert een deel van de markt op bovengenoemde consumententrends door schaalvergroting. De allergrootste bouwmarkten in Nederland hebben een omvang van tot 20.000 m² bruto vloeroppervlak. Hornbach is de grootste binnen dit segment met 13 vestigingen in Nederland, waarvan de meeste groter dan 10.000 m² wvo (de bouwmarkt en het overdekte deel van het tuincentrum samen). Een goede tweede is Praxis met de formule 'Praxis & Tuin', waarvan een groot van de vestigingen groter zijn dan 10.000 m² wvo (de bouwmarkt en het overdekte deel van het tuincentrum samen). De grootschalige oppervlakte is nodig om de gevoerde artikelen optimaal te kunnen presenteren. Het assortiment omvat circa 60.000 artikelen in de winkel (en circa 120.000 artikelen te bestellen). Ter vergelijking: een traditionele bouwmarkt voert een assortiment van zo'n 15.000 artikelen.

Onderscheidend vermogen Hornbach

Niet alleen door middel van schaalvergroting, maar ook met de volgende aspecten probeert Hornbach zich te onderscheiden binnen de markt.

- Het onderscheidend vermogen van een Hornbach formule ten opzichte van andere bouwmarkten in Nederland zit mede in het aanbieden van extra service aan de consument. Er zijn onder andere 10 servicebalies voor de verschillende productgroepen aanwezig, waar de consument zich uitgebreid kan laten voorlichten over de artikelen. Elke informatiebalie wordt bemand door deskundig personeel. Door middel van een intensieve in-company opleiding (de zogenaamde 'Hornbach-academie') wordt ongeveer 20% van het personeel van elke vestiging getraind als vraagbaak.
- Tevens wordt het servicepersoneel geschoold in bemiddeling van de cliënt richting aannemers voor het laten installeren van de gekochte artikelen. Deze bemiddelingsrol is een typische activiteit van de nieuwe generatie bouwmarkten; hierdoor ontstaat een nieuwe onderlinge verbondenheid tussen het nationale filiaalbedrijf (voor de artikelen) en het regionale midden- en kleinbedrijf (voor de installatie).
- Voorts worden door Hornbach wekelijks productdemonstraties gegeven. Voor deze demonstraties beschikt Hornbach in elke vestiging over een eigen 'leslokaal' waar de consument gratis informatie krijgt over het klussen in huis en tuin.
- Niet alleen qua omvang en assortiment is Hornbach onderscheidend ten opzichte van haar concurrenten, ook in de prijsstelling is dat het geval. Een onderzoek van de Consumentenbond.nl⁴ heeft uitgewezen dat Hornbach verreweg de voordeligste bouwmarkt is. Hornbach hanteert de 'laagste prijsgarantie' niet alleen voor de fysieke aankopen in de winkel, maar ook ten opzichte van de internetaankopen. Uit een onderzoek onder 3.250 A-merken bij acht bouwmarktketens no-

⁴ Consumentengids, april 2013, Consumentenbond.nl.

teerde Hornbach prijzen die 10 tot 11% goedkoper waren dan bij de andere ketens. Ook per productgroep is Hornbach de goedkoopste bouwmarkt.

- De nieuwste vestigingen van Hornbach beschikken over een drive-in, waar de klanten met hun auto of busje het gewenste schap in de drive-in kunnen bereiken, de materialen op een inkooplijst noteren, direct in het voertuig plaatsen en alles in een keer kunnen afrekenen. De drive-in biedt gemak en veel tijdwinst voor zowel de consument als de professional. Het is de bedoeling dat op termijn aan alle Hornbach vestigingen in Nederland een drive-in wordt toegevoegd.
- Hornbach werft voor elke vestiging, deels in overleg met het UWV, meer dan 150 nieuwe personeelsleden. Daarbij gaat de voorkeur uit naar personeel uit de eigen regio, om beter te kunnen inspelen op de specifieke smaakvoorkeuren van het eigen publiek. Bijzondere aandacht wordt hierbij ook besteed aan mensen die ver van de arbeidsmarkt af staan. In overleg met de gemeente worden hiervoor speciale programma's opgesteld.
- Hornbach heeft niet alleen een positieve invloed op de lokale werkgelegenheid maar stimuleert ook lokale bedrijven omdat Hornbach deze inschakelt bij de realisatie van de bouwmarkt. De hieruit voortkomende indirecte werkgelegenheid levert nog eens 150 arbeidsplaatsen op (niet alleen installatieservice maar ook beveiliging, catering, schoonmaak, enz.).
- Op basis van ervaringen met Hornbach bouw-/tuinmarkten in de Nederlandse vestigingen blijkt dat het grootste deel van de omzet van Hornbach afkomstig is uit het gebied dat op circa 20-25 autominuten ligt van de betreffende Hornbach vestiging. Een beperkt deel van de omzet komt van verder weg. Hornbach bouw-/tuinmarkten hebben daarom een vrij sterke regionale verzorgingsfunctie en dragen sterk bij aan het imago van de betreffende gemeente. Naarmate het netwerk van grote bouwmarkten fijnmaziger wordt (en dat is met de schaalvergroting de laatste jaren het geval) neemt het verzorgingsbereik wel iets af.

Gezien het bovenstaande, wordt geconcludeerd dat Hornbach onderscheidend is binnen de markt, dat de formule past in de trends en dat de beoogde ontwikkeling in beginsel aansluit bij de kwalitatieve behoefte van consumenten.

2.3 Positie Hornbach binnen doe-het-zelfsector

Bouwmarkten en breedpakketzaken

Hornbach zal met name concurreren met de andere bouwmarkten, die door hun profilering, ligging en ruime aanbod hetzelfde marktsegment bedienen. In iets mindere mate zal Hornbach concurreren met de breedpakketzaken. Deze zaken hebben weliswaar een soortgelijk assortiment (fors kleiner), maar kunnen door hun ligging (nabijheid voor de klant) en persoonlijke aandacht wel degelijk onderscheidend blijven ten opzichte van de grootschalige bouwmarkten. Overigens heeft de komst van Hornbach in geen van de marktgebieden tot gevolg gehad dat de markt voor bouwmarkten verstoord werd. In alle marktgebieden waar Hornbach is gevestigd, is dan ook sprake van gezonde markverhoudingen met ruimte voor investeringen. In bijlage 1 is dit nader uiteengezet.

Voor de breedpakketzaken geldt verder dat hun aantal in Nederland sterk is teruggelopen. Deze ontwikkeling is vooral het gevolg geweest van autonome marktontwikkelingen en veranderend consu-

mentengedrag (zie bovenstaande), welke zich naar verwachting ook in de komende periode voortzetten, ook zonder de komst van Hornbach.

Overige doe-het-zelfzaken

De beoogde Hornbach zal om de volgende redenen slechts beperkt concurreren met overige speciaalzaken in doe-het-zelf (houthandels, verf-/behangzaken, ijzerwaren winkels, installatiebedrijven met detailhandel).

- Deze winkels zijn en blijven op het gebied van nabijheid van de klanten, persoonlijke service, specialistisch productaanbod/-kennis en aanvullende diensten (installatie, reparatie) grotendeels complementair aan bouwmarkten.
- Het productaanbod van een grootschalige bouwmarkt is weliswaar fors groter dan van een reguliere bouwmarkt, maar de grootschalige omvang van de winkel werkt als een drempel voor de consument die op zoek is naar een specifiek product en/of specifieke, persoonlijke service.
- Verder wordt opgemerkt dat de afname van het aantal speciaalzaken in de doe-het-zelfsector hoofdzakelijk een autonoom proces is. Dit proces wordt voor een groot deel aangestuurd door twee factoren:
 - De populatie ondernemers in de speciaalzaken vergrijsst. Deze ondernemers hebben te maken met een gebrek aan opvolging, waardoor de speciaalzaak wordt gesloten en niet wordt voortgezet na pensionering van de ondernemer.
 - Een aantal ondernemers specialiseert zich in de verkoop aan professionals, waarbij de particuliere verkoop ondergeschikt wordt. Dat genereert een stabielere inkomstenbron, omdat de professional – door ervaringen in de dagelijkse praktijk – de kwaliteit van het specialistische productaanbod beter op waarde weet te schatten.

Eventueel kan de komst van een nieuwe bouwmarkt in een marktgebied het bovenstaande autonome proces enigszins versnellen, maar feit blijft dat de onderliggende oorzaken dieper liggen en dat de ontwikkelingen in bouwmarkten daar slechts een zijdelingse factor in zijn.

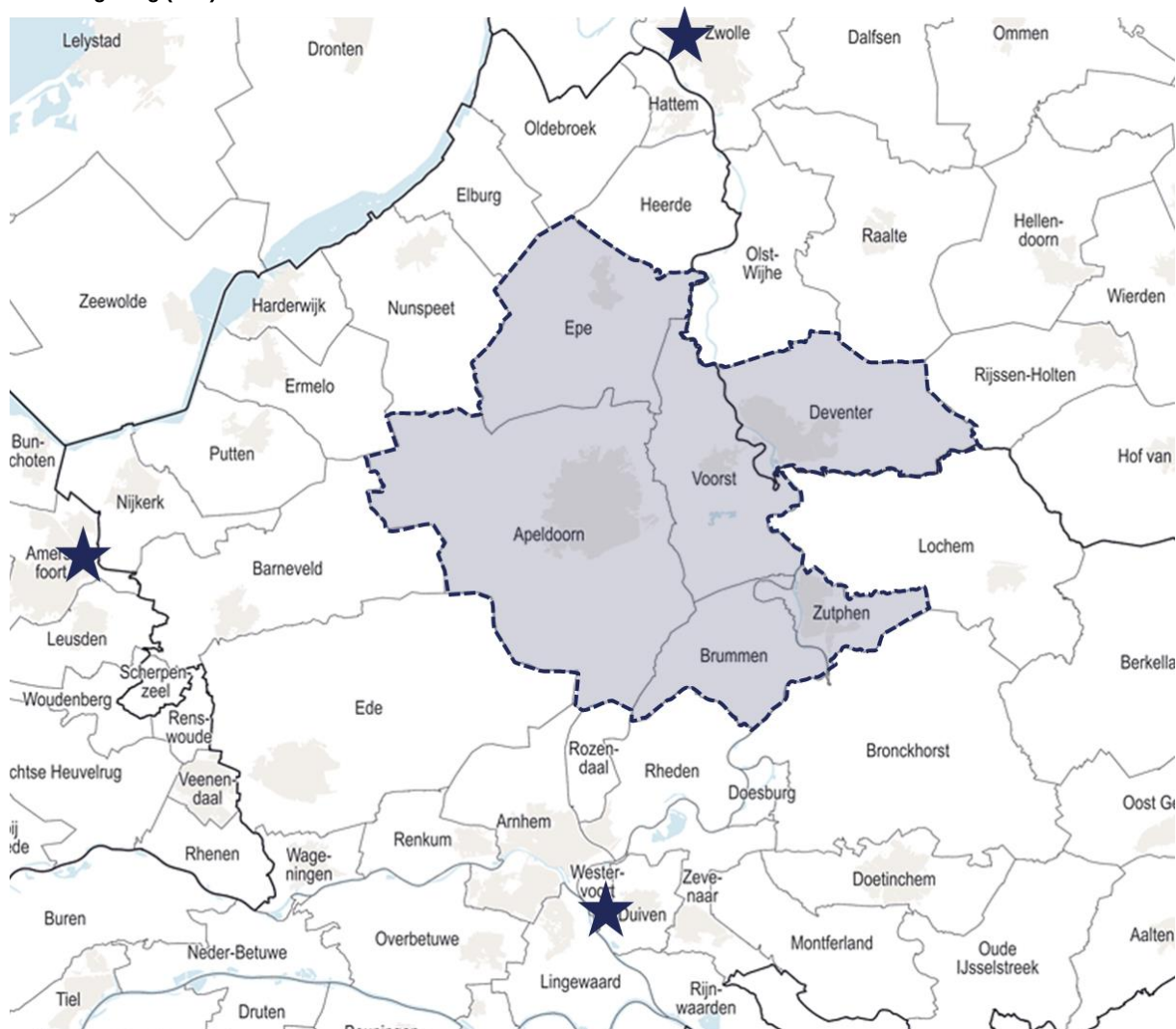
- Tot slot wordt opgemerkt dat de komst van een nieuwe grootschalige bouw-/tuinmarkt – met een zeer ruim assortiment en een aantrekkelijke prijsstelling – kan zorgen voor een opleving van het doe-het-zelfen in een regio. Hierbij kopen consumenten de 'bulk' bij de bouwmarkt, maar voor specialistisch productaanbod en service zal een deel van de consumenten uitwijken naar de speciaalzaak (vaak om-de-hoek), waardoor de speciaalzaak profiteert van de vernieuwing in de markt door de komst van een grootschalige bouw-/tuinmarkt.

3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE RELEVANT VERZORGINGSGEBIED

In dit hoofdstuk worden de achtergronden en overwegingen gegeven bij de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de behoefte in het verzorgingsgebied. Ook wordt ingegaan op de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar is voor het woon-, leef en ondernemersklimaat.

Hiertoe wordt allereerst het relevante verzorgingsgebied afgebakend (paragraaf 3.1). Vervolgens wordt de verhouding van de beoogde ontwikkeling tot het huidige winkelaanbod en de leegstand (paragraaf 3.2) geanalyseerd. De belangrijkste aspecten ten aanzien van de kwantitatieve behoefte worden gegeven in de paragrafen 3.3 en 3.4. De aanvaardbaarheid van de effecten is onderwerp van paragraaf 3.5.

Figuur 3.1: Verzorgingsgebied Hornbach (blauwe arcering) en (in ontwikkeling zijnde) grootschalige bouw-/tuinmarkten in de omgeving (ster)



3.1 Het relevante verzorgingsgebied

Grootschalige bouw-/tuinmarkten, zoals de beoogde Hornbach, trekken doorgaans bezoekers uit een groot gebied. Het grootste deel van de omzet is afkomstig uit een gebied van circa 20-25 minuten autoreistijd. Dit is echter geen harde maatstaf, want de begrenzing van het verzorgingsgebied wordt bepaald door factoren als de ligging van vergelijkbaar winkelaanbod en de aanwezigheid van natuurlijke barrières. In figuur 3.1 op de vorige pagina is het relevante verzorgingsgebied van de beoogde Hornbach weergegeven.

Het relevante verzorgingsgebied is vastgesteld op basis van de volgende uitgangspunten:

- Het verzorgingsgebied van Hornbach wordt begrensd door het sterke en ruime (in ontwikkeling zijnde) aanbod in en rond de steden Zwolle, Amersfoort en Arnhem/Nijmegen/Duiven, waardoor consumenten uit de omgeving van die plaatsen niet snel naar Apeldoorn zullen gaan voor bouwmarktbezoek.
- Het verzorgingsgebied ligt grotendeels ten oosten van de kern Apeldoorn. Dit komt enerzijds doordat aan de westzijde van de stad Apeldoorn het nationaal park de Hoge Veluwe als fysieke en mogelijk ook psychologisch/culturele barrière werkt. Anderzijds omdat de Voorwaarts goed ontsloten aan de oostzijde van de stad Apeldoorn ligt. Tegelijk wordt rekening gehouden met de barrièrewerking van de IJssel, welke juist bij Deventer en Zutphen goed oversteekbaar is.
- Voor de afbakening van het verzorgingsgebied zijn de gemeentegrenzen gevolgd, omdat op dat schaalniveau de meeste eenduidige kengetallen beschikbaar zijn.

Het verzorgingsgebied omvat de gemeenten Apeldoorn, Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen. In dit gebied wonen 380.543 inwoners⁵.

Draagvlakontwikkeling regio

In de komende periode is sprake van enige bevolkingsgroei in het verzorgingsgebied. Voor de gemeente Apeldoorn wordt tot 2027 uitgegaan van een lichte groei van het inwonertal tot 162.518. Ook voor de regio wordt uitgegaan van een groei tot 388.442 inwoners in 2027.

Tabel 3.1: Actueel inwonertal en prognose⁶ gemeenten verzorgingsgebied

Gemeente	2017	2020	2025	2027*	2030
Apeldoorn	160.047	161.543	162.630	162.518	162.351
Brummen	20.843	20.880	20.767	20.605	20.361
Deventer	99.295	100.941	101.855	102.062	102.372
Epe	32.537	32.223	31.993	32.015	32.047
Voorst	24.199	24.665	25.311	25.491	25.761
Zutphen	47.340	47.013	46.061	45.751	45.287
Totaal regio	384.261	387.265	388.617	388.442	388.179

*Dit is een berekend o.b.v. lineaire ontwikkeling tussen 2025 en 2030

⁵ CBS Statline, Kerncijfers wijken en buurten, peildatum november 2015

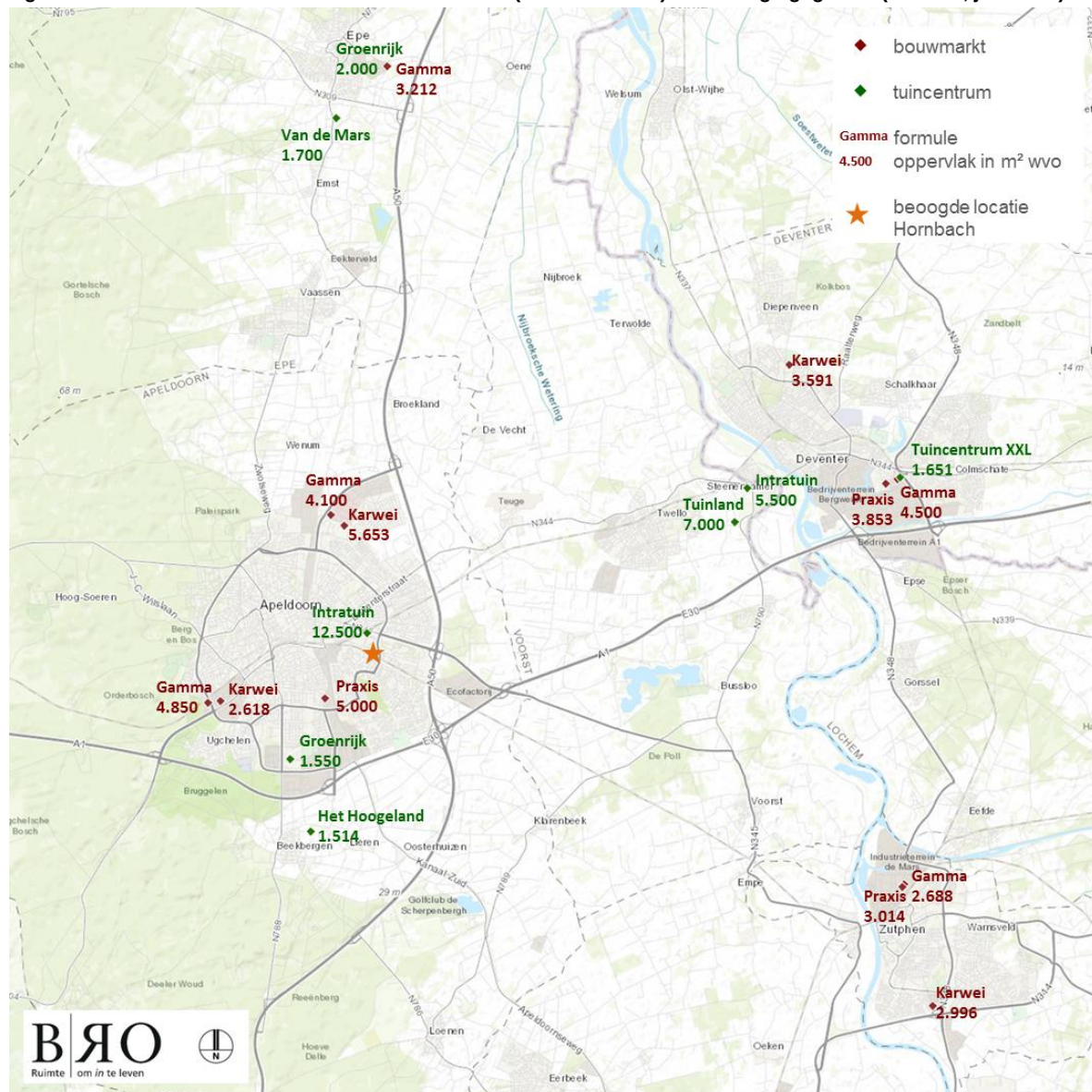
⁶ CBS statline, kerncijfers wijken en buurten, ABF Research Primos Prognose, 2015

3.2 Analyse relevant winkelaanbod, winkelleegstand en initiatieven

Bouwmarkten

In totaal zijn er 61 doe-het-zelfzaken⁷ in het verzorgingsgebied gevestigd met een totale omvang van 60.979 m² wvo (Locatus, juni 2017). In de doe-het-zelfbranche nemen de bouwmarkten het grootste aandeel in. Hiervan zijn er 15 gevestigd met een omvang van 48.516 m² wvo.

Figuur 3.2: Aanbod doe-het-zelfbranche en tuincentra (> 1.500 m² wvo)⁸ in verzorgingsgebied (Locatus, juni 2017)



⁷ Onder doe-het-zelf vallen de subbranches: bouwmarkten en winkels algemeen doe-het-zelfassortiment, houten tuin- en bouwmaterialen, speciaalzaken in ijzerwaren en gereedschap, verf en behangzaken.

⁸ Voor de leesbaarheid zijn uitsluitend de bouw- en tuinmarkten groter dan 1.500 m² weergegeven op de kaart. In de analyse is het volledig aanbod in de relevante branches meegenomen.

In het verzorgingsgebied is het merendeel van de landelijk bekende formules gevestigd (figuur 3.2). De voornaamste speler is Gamma met vijf vestigingen. Karwei heeft vier vestigingen en Praxis drie. De drie grootste bouwmarkten liggen allen in Apeldoorn (tabel 3.2), waarvan de Karwei aan de Laan van de Dierenriem de grootste is (5.653 m² wvo). De overige bouwmarkten liggen voornamelijk in en rond de andere grote kernen Deventer en Zutphen. In het relevante verzorgingsgebied is nog geen grootschalige bouw-/tuinmarkt met drive-in aanwezig vergelijkbaar met Hornbach.

Tabel 3.2: Omvang en samenstelling aanbod doe-het-zelfbranche verzorgingsgebied (Locatus, juni 2017)

	Apeldoorn		Brummen		Deventer		Epe		Voorst		Zutphen	
	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo
bouwmarkt	6	22.677	-	-	3	11.944	1	3.212	1	1.072	4	9.611
deur/kozijn	6	565	-	-	1	100	-	-	-	-	2	280
breedpakket	5	1.250	4	2.654	-	-	3	1.513	1	75	-	-
hout	3	474	-	-	-	-	-	-	-	-	1	200
ijzerwaren/gereedsch.	3	348	-	-	1	840	2	550	-	-	1	100
verf/behang	3	500	-	-	6	1.180	1	330	1	350	2	1.154
totaal doe-het-zelf	26	25.814	4	2.654	11	14.064	7	5.605	3	1.497	10	11.345

Tuincentra

Er zijn 14 tuincentra in het verzorgingsgebied gevestigd met een gezamenlijke omvang van 36.795 m² wvo (tabel 3.3). Gemeente Apeldoorn heeft het ruimste aanbod binnen de regio. In de gemeenten Brummen en Zutphen zijn geen tuincentra gevestigd.

Tabel 3.3: Omvang en samenstelling aanbod branche tuincentra verzorgingsgebied (Locatus, juni 2017)

	Apeldoorn		Brummen		Deventer		Epe		Voorst		Zutphen	
	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo
totaal tuincentra	7	17.919	-	-	2	2.376	3	4.000	2	12.500	-	-

In de tuincentra is een aantal landelijke formules aanwezig in het verzorgingsgebied. Intratuin is de voornaamste speler met twee vestigingen (figuur 3.2), waarvan de vestiging op de Voorwaarts (12.500 m² wvo) de grootste is. Ook de Intratuin in Twello is relatief groot (5.500 m² wvo). Verder is Groenrijk met twee vestigingen aanwezig in het verzorgingsgebied en Tuinland met één vestiging in de gemeente Voorst (7.000 m² wvo). Het overig aanbod wordt aangevuld door kleinschaliger aanbod. In gemeente Epe zijn drie tuincentra gevestigd waarvan Groenrijk⁹ het grootst is (2.000 m² wvo).

Leegstand Apeldoorn

De leegstand in de kern Apeldoorn is beperkt hoger dan gemiddeld in referentieplaatsen¹⁰. In de kern Apeldoorn staan 159 panden leeg met een totale omvang van 38.478 m² wvo. Dit komt neer op een

⁹ Deze is wegens een faillissement momenteel gesloten, maar zal in september 2017 onder dezelfde formule (maar een andere eigenaar) heropenen.

¹⁰ Door de leegstand op kernniveau te analyseren kan een gewogen vergelijking worden gemaakt met andere kernen die vergelijkbaar zijn qua inwonertal. In de vergelijking zijn alle plaatsen in Nederland met 100.000-175.000 inwoners meegenomen.

leegstandspercentage in verkooppunten 7,7% en in oppervlak 8,3%. Voor referentieplaatsen bedragen deze cijfers respectievelijk 6,0% en 6,8%¹¹.

Grootschalige bouw-/tuinmarkten vestigen zich doorgaans op perifere locaties, omdat ze niet inpasbaar zijn in centrumgebieden. In tabel 3.4 zijn de leegstaande panden van groter dan 1.500 m² wvo op perifere locaties weergegeven.

Tabel 3.4: Leegstaande winkelpanden (> 1.500 m² wvo) op perifere locaties Apeldoorn (Locatus, juni 2017)

Straat	nr	m² wvo	Winkelgebieds- type	Soort leeg- stand	Bestemmingsplan	Bouwmarkt of tuin- centrum mogelijk?	Status
Vlijtseweg	74	3.250	Verspreide be- winkeling	Aanvang/Frictie (< 1 jaar)	Kanaalzone 2011	ja	<i>verhuurd (Fun- dainbusiness.nl)</i>
Kayersdijk	7	2.375	Verspreide be- winkeling	Structureel (> 3 jaar)	Kanaalzone Zuid- Kayersmolen 2012	nee	<i>(tijdelijk) ingevuld (www.kringlopen meer.nl)</i>
De Voor- waarts	41	1.750	Perifere concen- tratie	Langdurig (1-3 jaar)	De Voorwaarts, 2012	Ja	<i>beschikbaar</i>

Er zijn twee leegstaande perifere locaties waar een bouwmarkt bestemmingsplanmatig mogelijk is, waarvan de grootste recent verhuurd is. BRO acht de kans dat zich op de overgebleven een bouwmarkt en/of tuincentrum zal vestigen erg klein. Niet alleen vanwege de relatief kleine omvang van het pand en de matige locatie-kwaliteiten is vestiging van een reguliere bouwmarkt of tuincentrum onwaarschijnlijk, maar ook omdat de markt voor reguliere bouwmarkten en tuincentra redelijk verzadigd is. Van de landelijk opererende bouwmarktformules zijn namelijk reeds één of meerdere vestigingen aanwezig in het relevante verzorgingsgebied.

Relevante leegstand regio

In tabel 3.5 zijn de leegstaande winkelpanden weergegeven groter dan 1.500 m² wvo op perifere locaties in het overige deel van het verzorgingsgebied (buiten Apeldoorn). Het betreft 2 panden – beiden in Deventer. Om de volgende redenen zijn deze locaties is ongeschikt voor inpassing van het concept van Hornbach:

- op de locatie Weseperstraat 7 is uitsluitend een bouwmarkt toegestaan (geen tuincentrum);
- beide locaties zijn te klein voor inpassing van het concept.

Van deze leegstaande panden is het onwaarschijnlijk dat zich er een bouwmarkt (met tuincentrum) zal vestigen. Er liggen in Deventer reeds meerdere bouwmarkten van uiteenlopende formules – vaak in de directe omgeving van de leegstaande panden. Hierdoor is het draagvlak voor nieuwe reguliere bouwmarkten gering. Ook zijn de leegstaande panden relatief klein, waardoor een nieuwe, kleine bouwmarkt weinig nieuws brengt binnen de markt.

¹¹ Locatus Retailverkenner peildatum, december 2016, waarbij de leegstand is bepaald aan de hand van de Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1. Aanvang/frictie (minder dan 1 jaar leeg), Langdurig (1 tot 2 jaar leeg), Structureel (meer dan 3 jaar leeg).

Tabel 3.5: Leegstaande winkelpanden (> 1.500 m² wvo) op perifere locaties in relevant verzorgingsgebied (buiten Apeldoorn) (Locatus, juni 2017)

Plaats, straat	Nr	M ² wvo	Winkelgebieds-type	Soort leegstand	Bestemmingsplan	Bouwmarkt of tuincentrum mogelijk?
Deventer, Weseperstraat	7	2.144	Verspreide bewinkel	Langdurig	Voorstad-Oost / Riele-rek (2012)	bouwmarkt: ja / tuincentrum: nee
Deventer, Hannoverstraat	7	1.600	Perifere concentratie	Aanvang/Frictie	Bergweide, Kloosterlanden - Hanzepark, Veenoord (2013)	ja

Planinitiatieven

In de leegstandsanalyse is het van belang relevante planinitiatieven mee te wegen. In deze paragraaf worden daarom de initiatieven voor detailhandelontwikkeling in het verzorgingsgebied geanalyseerd, want mogelijk zijn er reeds andere reeds vaststaande plannen in de regio voor de nieuwvestiging of uitbreiding van doe-het-zelfzaken of tuincentra.

Tabel 3.3: Initiatieven voor detailhandelontwikkeling

Gemeente	Planinitiatief
Apeldoorn	In het vernieuwde stadsdeelhart Anklaar komt ruimte voor 16.000 m² bvo aan winkels en dienstverlening en daarboven circa 150 appartementen. Het plan is hard en de bouw is begonnen. De oplevering staat gepland in de eerste helft van 2018¹². Er is nog geen brancheringsprogramma bekend, maar het betreft een regulier winkelcentrum. De planontwikkeling voor Retailpark de Voorwaarts loopt. Hier is perifere en grootschalige detailhandel voorzien, waar de beoogde Hornbach-ontwikkeling onderdeel van uitmaakt Supermarktketen Coop wil investeren in het nabij De Voorwaarts gelegen winkelcentrum Gildenhof. Het betreft een zacht plan.
Brummen	-
Deventer	Bouw van woonwijk Steenbrugge is begonnen. In het oostelijke deel van Deventer worden circa 400 woningen gebouwd. Het bestuur van Runshoppingcentrum de Snipperling in Deventer is aan het lobbyen voor de verruiming van grootschalige detailhandel (zoals de formule Action) op het terrein.
Epe	In Epe wordt Retail Park Epe afgerond. Er is nog een perceel uit te geven van circa 3.200 m² bvo. De ontwikkelaar werkt aan een evenwichtige branchering. Aangezien er reeds een bouwmarkt en een tuincentrum op het Retail Park liggen, wordt verwacht dat andersoortige detailhandel, een leisuure-voorziening of een bedrijf het perceel zal invullen.
Voorst	-
Zutphen	-

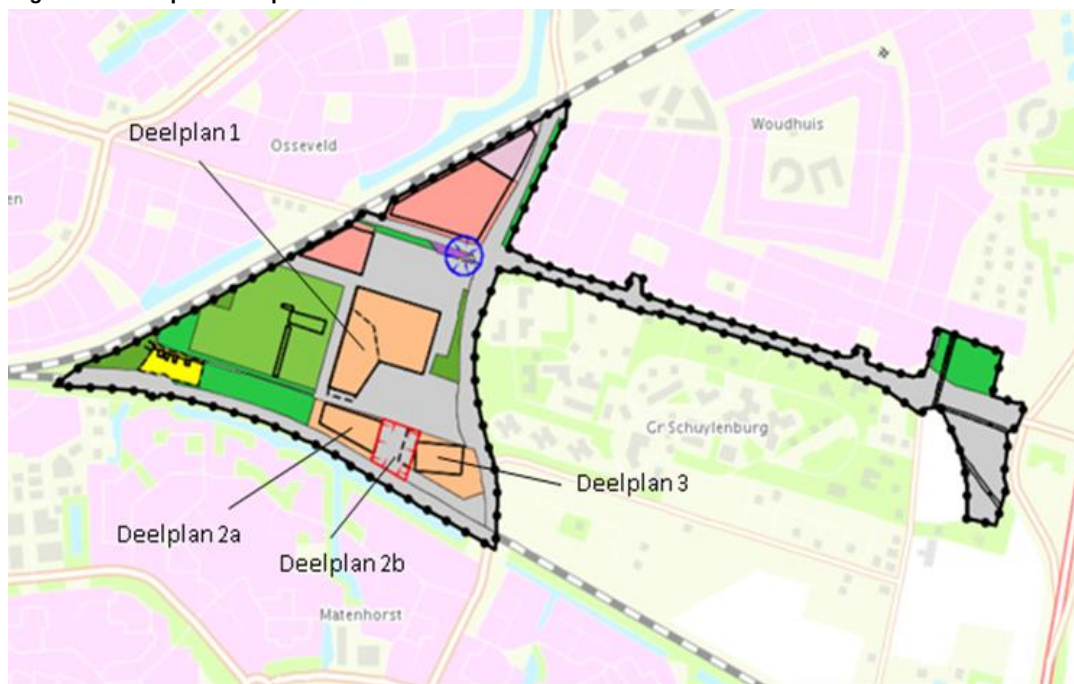
¹² Gemeente Apeldoorn, Stadsdeelhart Anklaar, geciteerd 4 februari 2016

Behalve de ontwikkeling van de Voorwaarts, zijn er geen relevante, harde planinitiatieven waar in de analyse rekening mee moet worden gehouden. In het navolgende wordt dieper ingegaan op de ontwikkeling van de Voorwaarts.

De Voorwaarts

Deelplan 2 voor de Voorwaarts houdt de realisatie van 16.852 m² bvo grootschalige detailhandel en 1.000 m² bvo overige stedelijke voorzieningen in. Ten behoeve hiervan is ontwerpbestemmingsplan De Voorwaarts tegenover 9 en omgeving (ontwerp, 18 juni 2017 in procedure). Dit plan is deels gericht op het vastleggen van de bestaande planologische mogelijkheden en deels gericht op het bepalen van nieuwe mogelijkheden voor detailhandel en overige stedelijke voorzieningen. Niet toegestane branches zijn: detailhandel in modische artikelen zoals schoenen en kleding (met uitzondering van sportkleding en -schoeisel en werkkleding en -schoeisel); detailhandel in dagelijkse artikelen; een warenhuis; detailhandel in hobby, boeken, stripboeken, kantoorartikelen, posters, kaarten en inktvullers; detailhandel in huishoudelijke en luxe artikelen. Er wordt geconcludeerd dat het in theorie bestemmingsplanmatig mogelijk is dat zich binnen het gebied een bouwmarkt of tuincentrum kan vestigen. Er zijn echter nog geen harde plannen bekend wat betreft branchering en programma-invulling van dit gebied. Aangezien de beoogde Hornbach-ontwikkeling aansluitend op dit gebied is voorzien (deelplan 3 en deel deelplan 2b), wordt geconcludeerd dat daarmee wordt voorzien in de behoefte aan een dergelijke vorm van detailhandel binnen het winkelconcentratiegebied.

Figuur 3.3: Deelplannen op de Voorwaarts



3.3 Koopstromen en bestedingen verzorgingsgebied

Koopstromen verzorgingsgebied

Als vermeld, is in 2015 het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland uitgevoerd. De belangrijkste bevindingen zijn:

- In de niet-dagelijkse sector spelen vooral de afgenomen consumentenbestedingen en de toegenomen afvloeiing naar internet een grote rol. Voor doe-het-zelfzaken en tuincentra is het aandeel van internet echter nog zeer beperkt.
- De omzet in de niet-dagelijkse sector in Apeldoorn komt met name uit de gemeenten Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen. Apeldoorn heeft daarmee een regiofunctie voor deze gemeenten en beperkt daarbuiten.

Koopstromenonderzoek in de doe-het-zelf- en tuinbranche

Voor het bepalen van de koopstromen wordt aangesloten op de resultaten van het koopstromenonderzoek. Voor de toekomstige koopstromen wordt uitgegaan van het scenario dat de beoogde Hornbach zich in Apeldoorn vestigt.

De koopkrachtbinding van tuincentra in het verzorgingsgebied is afgeleid van de koopstromen voor de sector 'Bloemen, planten, tuinartikelen'¹³, zoals die in het koopstromenonderzoek wordt onderscheiden. Omdat Apeldoorn beschikt over een ruim tuincentrumaanbod, waaronder een grootschalige vestiging van Intratuin (12.803 m² wvo), wordt ervan uitgegaan dat de toevloeiing specifiek voor de tuincentra hoger zal zijn dan het gemiddelde voor de gehele sector. Tegelijk bevindt ook het ruime tuincentrumaanbod in Voorst zich binnen het verzorgingsgebied. Dat zal ook consumenten uit Apeldoorn en omgeving aantrekken, hetgeen een drukkende invloed heeft op de koopkrachtbinding.

Tabel 3.5: Actuele koopstromen in de doe-het-zelfbranche en tuincentra kern Apeldoorn (Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2015)

	doe-het-zelf	tuincentra
koopkrachtbinding ¹⁴	97,9%	90,0%
koopkrachttoevloeiing	16,7%	18,3%
bovenregionale koopkrachttoevloeiing	1,3%	1,4%

De koopstromen in de huidige situatie naar branche zijn weergegeven in tabel 3.5. De koopstromen zijn als volgt uitgesplitst:

- De 'koopkrachtbinding' betreft het deel van de doe-het-zelfbestedingen van inwoners van de kern Apeldoorn dat zij uitgeven bij de doe-het-zelfwinkels en de tuincentra binnen de eigen kern.
- De 'regionale koopkrachttoevloeiing' betreft het deel van de omzet van de doe-het-zelfwinkels en de tuincentra in de kern Apeldoorn dat afkomstig is van bestedingen van inwoners van de rest van de gemeente Apeldoorn en van de gemeenten Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen.

¹³ In de sector 'bloemen, planten en tuinartikelen' in de gemeente Apeldoorn is de koopkrachtbinding 94% en de toevloeiing 14% (regionaal + bovenregionaal)

¹⁴ De koopkrachtbinding uit het KSO Oost-Nederland is gecorrigeerd met de internetafvloeiing. BRO gaat in haar koopstromen uit van uitsluitend winkelaankopen, waarbij het interneteffect juist is verdisconteerd in de bestedingen. Dit omdat de internetbestedingen ook niet opgenomen zijn in de gehanteerde winkelbestedingen en winkelomzet per m² wvo.

- De 'bovenregionale koopkrachttoevoeiing' betreft het deel van de omzet van de doe-het-zelfwinkels en de tuincentra in de kern Apeldoorn dat afkomstig is van bestedingen van consumenten van buiten het verzorgingsgebied.

Besteding

Landelijk is de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar als volgt (Notitie omzetkengetallen 2015, detailhandel.info, juni 2016):

- doe-het-zelfbranche: € 206,- (excl. BTW);
- tuincentra : € 69,- (excl. BTW).

De bestedingen in de kern Apeldoorn liggen op het landelijke gemiddelde¹⁵.

Internetbesteding

In de doe-het-zelfbranche is het aandeel aan internetverkoop vooralsnog relatief laag. Wel is in deze branche sprake van ontwikkeling in e-commerce. Zo heeft Bol.com sinds 2013 ook assortiment in gereedschap. Tevens is een aantal bouwmarktorganisaties gestart met internetverkoop gecombineerd met afhaalpunten en/of thuisbezorgen. De huidige internetverkoop in de sector plant en dier (waartoe tuincentra behoren) zijn eveneens beperkt¹⁶. Geconcludeerd wordt dat in beide relevante branches de internetverkoop wel toeneemt, maar dat het effect nog beperkt is en naar de toekomst toe onzeker is. Van belang is verder dat de internetverkoop kansen biedt voor 'multichannel'-verkoop, waar ook fysieke winkels van profiteren. Tegelijk zijn andere factoren van grotere invloed op beide branches, zoals het sterke herstel van de woningmarkt, als gevolg waarvan de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinartikelen momenteel bovengemiddeld toenemen (zie paragraaf 2.1). Om deze redenen past BRO per saldo geen correctie toe op de toekomstige toonbankbestedingen.

Omzet per m² wvo (vloerproductiviteit)

In de marktbenadering wordt getoetst hoe de gehaalde omzet per m² in het verzorgingsgebied zich verhoudt tot de gemiddelde omzet per m² in de doe-het-zelfbranche. Het uitgangspunt hierbij is dat een winkel economisch-duurzaam kunnen functioneren bij een omzet per m² wvo die op het gemiddelde ligt. Tot op zekere hoogte kan van het gemiddelde worden afgeweken, maar bij een te groot verschil zal een deel van het winkelaanbod niet meer rendabel kunnen functioneren.

In de kern Apeldoorn bestaat een relatief groot deel van het doe-het-zelfaanbod uit bouwmarkten en doe-het-zelfwinkels (88% van het oppervlak). Deze winkels hebben een relatief grootschalige oppervlak, waardoor de gemiddelde vloerproductiviteit lager ligt dan bij overige winkelvormen in de doe-het-zelfbranche. Voor een realistisch beeld van de marktomstandigheden in de doe-het-zelfbranche in de kern Apeldoorn wordt daarom gewerkt met een gewogen gemiddelde van de omzet per m². Deze bedraagt € 1.500,-/m² wvo. Dit gewogen gemiddelde is gebaseerd op de kengetallen uit de Notitie Omzetkengetallen 2015 (detailhandel.info, juni 2016) die is opgesteld door de gezamenlijke ruimtelijk-

¹⁵ De omvang bestedingen per persoon zijn tot op zekere hoogte inkomensafhankelijk. Indien het inkomensniveau in de gemeente meer dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde wordt een correctie toegepast op de lokale toonbankbestedingen. Het gemiddeld besteedbaar inkomen in gemeente Apeldoorn bedraagt ligt 1,3% boven het landelijk gemiddelde (CBS, 2017; gegevens per 01-01-2015). Er vindt daarom geen correctie op de bestedingen plaats.

¹⁶ GfK.nl, Tuinbranche Nederland.

economische adviesbureaus, waaronder BRO. In tabel 3.6 is dit gewogen gemiddelde bepaald op de samenstelling van het doe-het-zelfaanbod in de kern Apeldoorn.

Tabel 3.6: Gemiddelde omzet per m² wvo in doe-het-zelfbranche in kern Apeldoorn

winkelvorm	oppervlak (m² wvo)*	omzet / m² wvo**	te verwachten totaalomzet
bouwmarkt	22.677	€ 1.460	€ 33.100.000
breedpakket	1.250	€ 1.460	€ 1.800.000
deuren & kozijnen	565	€ 2.065	€ 1.200.000
verf & behang	500	€ 1.773	€ 900.000
hout	474	€ 2.065	€ 1.000.000
ijzerwaren & gereedschappen	348	€ 2.177	€ 800.000
totale doe-het-zelfbranche	25.814	€ 1.500	€ 38.800.000

* Bron oppervlaktes: Locatus, juni 2017

** Bron: Notitie Omzetkengetallen 2015 (detailhandel.info, juni 2016)

3.4 Economisch functioneren doe-het-zelfbranche en tuincentra

Huidige marktomstandigheden doe-het-zelfbranche

In tabel 3.7 is een marktbenadering gemaakt van de doe-het-zelfbranche in het stedelijk gebied van Apeldoorn (kern Apeldoorn + kern Ugchelen). Dit gebied heeft 141.107 inwoners en wordt in het navolgende omschreven met 'kern Apeldoorn' (gemeente Apeldoorn, 2017). Het regionale krachtenveld binnen dit verzorgingsgebied komt daarin tot uiting in de vorm van de koopstromen, waarbij de regionale koopkrachttoevloeiing uitdrukt in hoeverre het winkelaanbod in de kern Apeldoorn 'trekt' aan het verzorgingsgebied.

Tabel 3.7: Marktbenadering doe-het-zelfbranche relevante verzorgingsgebied

	2017	2027
Aantal inwoners	141.107	143.286
Bestedingen per hoofd (excl. internetbestedingen)	€ 206	€ 206
Totale bestedingspotentieel	€ 29.100.000	€ 29.500.000
Koopkrachtbinding (excl. afvloeiing naar internet)	97,9%	97,9%
Gebonden bestedingen	€ 28.500.000	€ 28.900.000
Regionale koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	16,7%	16,5%
Regionale koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 5.800.000	€ 5.800.000
Bovenregionale koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	1,3%	1,3%
Bovenregionale koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 500.000	€ 500.000
Totale besteding	€ 34.800.000	€ 35.200.000
Huidig wvo (m²)	25.161	25.161
Omzet per m² wvo	€ 1.380	€ 1.400
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo)	€ 1.500	€ 1.536
Verschil in haalbare en gemiddelde omzet per m² wvo	-8%	-7%

In de huidige marktomstandigheden bedraagt de vloerproductiviteit in de doe-het-zelfbranche in de gemeente Apeldoorn circa € 1.380,- per m² wvo. Deze vloerproductiviteit ligt circa 8% onder het gewogen gemiddelde van € 1.500,- per m² wvo. De groei van het inwonertal tot 2027 heeft een kleine, positieve invloed op de marktomstandigheden, waardoor het verschil met gemiddelde kleiner wordt.

Correctie op de omzet per m² wvo

Uit het bovenstaande, modelmatige benadering volgt dat het doe-het-zelfaanbod in de huidige marktomstandigheden een gemiddelde vloerproductiviteit heeft die beneden het gewogen landelijke gemiddelde ligt. Een verklaring voor de uitkomst van het model kan zijn de relatief hoge waarde van het kengetal voor de omzet per m² wvo. Zoals onderstaand uiteengezet, werd daar in de afgelopen jaren namelijk een fors lagere waarde voor aangehouden. De 'trendbreuk' met het actuele kengetal is niet te verklaren. Hierbij wordt opgemerkt dat het opstellen van de kengetallen nog in ontwikkeling is en deze contradictie komt nog aan de orde bij het opstellen van de volgende editie van de omzetkengetallen van detailhandel.info. BRO is betrokken bij de totstandkoming van de omzetkengetallen.

Begin 2014 is in het kader van het initiatief voor de grootschalige bouw/tuinmarkt in Hengelo een ruimtelijk-functionele analyse gemaakt. De omzetkengetallen uit dat onderzoek zijn afkomstig van het Hoofdbedrijfchap Detailhandel (HBD). Echter, door de naderende opheffing van de bedrijfsschappen¹⁷ werden deze omzetkengetallen sinds 2011 niet meer geactualiseerd. Om de economische omstandigheden anno 2014 (tijdens de economische crisis) in de omzetkengetallen tot uitdrukking te brengen zijn in het onderzoek voor de ontwikkeling in Hengelo de bestedingen aan doe-het-zelfproducten gecorrigeerd (verlaagd tot € 202/persoon/jaar). Deze afname van de winkelbestedingen is in de actuele kengetallen (anno 2015/2016) van detailhandel.info tot uitdrukking is gekomen. Tegelijk is in diezelfde actuele kengetallen voor de omzet per m² iets opvallends te constateren:

- In de afgelopen jaren zijn de bestedingen aan doe-het-zelfproducten in Nederland door de crisis inderdaad *afgenomen met 7%* (van gemiddeld € 220 in 2011 naar gemiddeld € 206/persoon/jaar in 2015). Wel is inmiddels (anno 2017) sprake van een sterke opleving maar deze is nog niet verwerkt in de kengetallen.
- De totale omvang van de doe-het-zelfbranche is tussen 2011 en 2015 *gegroeid met 1,3%*¹⁸.
- Het logisch gevolg van het bovenstaande (minder omzet – meer oppervlakte) zou moeten zijn dat de gemiddelde omzet per m² wvo in de branche afneemt.
- Blijkens de actuele kengetallen, echter, ligt de omzet per m² wvo in de doe-het-zelfbranche (anno 2015/2016) juist fors hoger (van € 1.390/m² wvo naar € 1.536/m² wvo; een toename van 10,5%). Deze toename is overigens niet op te vatten als een 'terugkeer' naar een 'normale' omzet per m² die voor de crisis gold, want een dergelijke hoge omzet per m² is in de doe-het-zelfbranche nimmer voorgekomen. Ook is deze 'terugkeer naar normale omstandigheden' in contradictie met de nog steeds relatief lage bestedingen in de doe-het-zelfbranche (anno 2015/2016). Pas als de bestedingen (weer) oplopen kan ook de omzet per m² oplopen.
- Detailhandel.info geeft op haar website ook cijfers over de totale omzet in de doe-het-zelfbranche en het totaal aantal m² wvo in de doe-het-zelfbranche. Een deling van deze kengetallen (€ 3.477 mln. / 2.605.000 m² wvo), betekent een gemiddelde vloerproductiviteit van € 1.335/m² wvo. Dit is in dezelfde orde van grootte als de eerder gehanteerde vloerproductiviteit voor doe-het-zelf en ligt ver verwijderd van het actuele kengetal van € 1.536/m² wvo.

¹⁷ Door een wijziging in het rijksbeleid zijn de bedrijf- en productschappen per 1 januari 2015 opgeheven. Zie ook: <https://www.ser.nl/nl/actueel/werkprogramma/opheffing-pbo.aspx>

¹⁸ De omvang van het aanbod in de doe-het-zelfbranche in 2011 is 2.590.313 m² wvo en de omvang van het aanbod in 2015 is 2.623.579 m² wvo – oftewel een groei met 33.266 m² wvo of 1,3%.

Bovenstaande constatering maakt dat voorzichtig moet worden omgegaan met het gebruik van de huidige kengedaten ten aanzien van de omzet per m² in de doe-het-zelfbranche

Om de resultaten van de analyse uit tabel 3.7 in perspectief te plaatsen is een analyse gemaakt (tabel 3.8) waarbij gebruik is gemaakt van de omzet per m² wvo (€ 1.390,- per m² wvo) die gehanteerd werd in de voorgaande jaren. Het voortzetten van het gebruik van dit kengetal is passend, want door de 'crisis' zijn de bestedingen weliswaar teruggelopen (deze bestedingen zijn dan ook naar beneden bijgesteld), maar tegelijk zal de benodigde omzet per m² wvo in de branche op hetzelfde niveau zijn gebleven als in de voorgaande jaren (deze zal echter niet sterk zijn gestegen). De redenatie daarbij is dat de gemiddelde omzet per m² wvo uit voorgaande jaren ook in de toekomst nodig blijft voor economisch-duurzaam functioneren van de doe-het-zelfbranche. Anders gezegd: door de crisis gaan niet plots de kosten om de winkel draaiende te houden (sterk) omlaag.

Tabel 3.8 Marktbenadering doe-het-zelfbranche relevante verzorgingsgebied

	2017	2027
Aantal inwoners	141.107	143.286
Bestedingen per hoofd (excl. internetbestedingen)	€ 206	€ 206
Totale bestedingspotentieel	€ 29.100.000	€ 29.500.000
Koopkrachtbinding (excl. afvloeiing naar internet)	97,9%	97,9%
Gebonden bestedingen	€ 28.500.000	€ 28.900.000
Regionale koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	16,7%	16,5%
Regionale koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 5.800.000	€ 5.800.000
Bovenregionale koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	1,3%	1,3%
Bovenregionale koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 500.000	€ 500.000
Totale besteding	€ 34.800.000	€ 35.200.000
Huidig wvo (m ²)	25.161	25.161
Omzet per m ² wvo	€ 1.380	€ 1.400
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 1.390	€ 1.390
Verskil in haalbare en gemiddelde omzet per m² wvo	-1%	+1%

Het hanteren van de 'realistische' omzet per m² wvo (tabel 3.8) levert een positiever beeld op dan in tabel 3.7 bepaald. Het hanteren van de omzet per m² wvo die tussen 2011 en 2015 gebruikelijk was laat zien dat de markt-omstandigheden in de doe-het-zelfbranche in Apeldoorn evenwichtig zijn. Dergelijke omstandigheden bieden ruimte voor investering en vernieuwing.

Huidige marktomstandigheden tuincentra

Op eenzelfde manier als voorgaand, is navolgend een benadering gemaakt van het functioneren van de tuincentra (tabel 3.9). De gemiddelde omzet per m² wvo in tuincentra is € 675,- per jaar (Notitie Omzetkengetallen 2015, detailhandel.info, juni 2016).

In de huidige situatie bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit in het relevante verzorgingsgebied circa € 730,- per m² wvo. Dit ligt boven het landelijke gemiddelde van € 675,- per m² wvo. Dit geeft ruimte voor ontwikkeling in de branche tuincentra.

Tabel 3.9: Marktbenadering tuincentra relevante verzorgingsgebied

	2017	2027
Aantal inwoners	141.107	143.286
Bestedingen per hoofd (excl. internetbestedingen)	€ 69	€ 69
Totale bestedingspotentieel	€ 9.700.000	€ 9.900.000
Koopkrachtbinding (excl. afvloeiing naar internet)	90,0%	90,0%
Gebonden bestedingen	€ 8.700.000	€ 8.900.000
Regionale koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	18,3%	18,0%
Regionale koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 2.000.000	€ 2.000.000
Bovenregionale koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	1,4%	1,4%
Bovenregionale koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 200.000	€ 200.000
Totale besteding	€ 10.900.000	€ 11.100.000
Huidig wvo (m ²)	14.880	14.880
Omzet per m ² wvo	€ 730	€ 750
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 675	€ 675
Vershil in haalbare en gemiddelde omzet per m ² wvo	8%	11%
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	1.270	1.560

Net als in de doe-het-zelfbranche (zie bovenstaand tekstkader) werd in de afgelopen periode een lagere omzet per m² gehanteerd in de tuinbranche. Deze bedroeg in 2014 € 520/m² wvo. In de huidige en in de toekomstige situatie ligt de omzet per m² wvo in de tuinbranche in het relevante verzorgingsgebied dan ook juist boven de gemiddelde omzet per m² wvo die in 2014 gebruikelijk was, hetgeen een ruimte voor ontwikkeling oplevert van 6.100 tot 6.500 m² wvo¹⁹. Ook hier lijkt dan ook een contradictie aan de orde in de kengetallen. In de tuinbranche kan geconcludeerd worden dat sprake is van gezonde marktomstandigheden met ruimte voor ontwikkeling in het relevante verzorgingsgebied.

3.5 Effectanalyse

In deze paragraaf wordt de effectanalyse gegeven van de Hornbach-ontwikkeling op het verzorgingsgebied op het niveau van Apeldoorn en op regioniveau. De effectanalyse op het niveau van de gemeente Apeldoorn is te vinden in het rapport “Apeldoorn, leegstandsonderzoek Hornbach, gemeente Apeldoorn (BRO, 17 januari 2017)”. De conclusies uit dit rapport worden onderstaande overgenomen en waar nodig geactualiseerd, omdat in het bestemmingsplan de maximale planologische ruimte voor de ontwikkeling afgestemd op het bouwplan (zie ook paragraaf 1.2).

3.5.1 Uitgangspunten

Om de effecten van de vestiging van Hornbach op het verzorgingsgebied te kunnen onderzoeken wordt uitgegaan van de volgende algemene uitgangspunten.

¹⁹ € 10,9 mln. tot € 11, mln. omzet gedeeld door € 520/m² wvo minus het huidig aanbod à 14.880 m² wvo geeft 6.100 tot 6.500 m² wvo ruimte voor ontwikkeling.

Omzetherkomst Hornbach

Van belang bij de gehanteerde omzetclaimbenadering is de verdeling van de herkomst van de omzet naar deel van het verzorgingsgebied. Uit kennis en ervaring met grootschalige bouw- en tuinmarkten in Nederland wordt de volgende globale omzetverdeling aangehouden (tabel 3.10).

Tabel 3.10: Globale omzetverdeling grootschalige bouw- en tuinmarkt naar gebied

	aandeel
Gemeente Apeldoorn	50%
Overig verzorgingsgebied	40%
Buiten verzorgingsgebied	10%
Totaal	100%

Oppervlaktes beoogde Hornbach

In de analyse worden de volgende oppervlaktes voor de afzonderlijke branches gehanteerd (zie paragraaf 1.1):

- bouwmarkt: 8.000 m² wvo;
- tuincentrum: 1.840 m² wvo.

3.5.2 Analyse effect doe-het-zelfbranche relevante regio

Uitgangspunten

- Er wordt verwacht dat de beoogde Hornbach een omzet krijgt van € 11,7 mln. per jaar (8.000 m² wvo maal € 1.460/m² wvo). Hiervan komt naar verwachting circa 40% uit het verzorgingsgebied, zijnde € 4,7 mln.
- Voor een deel betreft de toekomstige omzet van Hornbach 'ombuiging' van bestaande afvloeiing vanuit het overige deel van de gemeente Apeldoorn en vanuit de gemeenten Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen. In tabel 3.11 is de bestaande afvloeiing van doe-het-zelfbestedingen per gemeente weergegeven op basis van de resultaten van het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland (2015).

Tabel 3.11: Huidige afvloeiing doe-het-zelfbestedingen binnen verzorgingsgebied

Gemeente	Inwoners (CBS, 2017)	Bestedingen	Totaal huidige afvloeiing per gemeente (bron: KSO, 2015)		Waarvan afvloeiing naar Apeldoorn (bron: KSO, 2015)		Waarvan afvloeiing naar overig regio
			%	€	%	€	€
overig gem. Apeldoorn	18.940	€ 206	90%	€ 3.500.000	77%	€ 3.000.000	€ 500.000
Brummen	20.843	€ 206	51%	€ 2.200.000	5%	€ 230.000	€ 1.970.000
Epe	32.537	€ 206	31%	€ 2.060.000	22%	€ 1.500.000	€ 560.000
Voorst	24.199	€ 206	55%	€ 2.730.000	17%	€ 840.000	€ 1.890.000
Deventer	99.295	€ 206	7%	€ 1.500.000	2%	€ 380.000	€ 1.120.000
Zutphen	47.340	€ 206	6%	€ 580.000	2%	€ 180.000	€ 400.000

- De te verwachten ombuiging van de bestaande koopstromen heeft betrekking op zowel de afvloeiing naar de kern Apeldoorn als op de afvloeiing naar elders in de regio. Er wordt verwacht dat Hornbach vooral in staat zal zijn de huidige afvloeiing naar Apeldoorn om te buigen, omdat deze consumenten reeds op Apeldoorn gericht zijn voor hun doe-het-zelfbestedingen. Dit geldt nog nadrukkelijker voor consumenten uit de verder weg gelegen gemeenten Deventer en Zutphen, omdat de inwoners van deze kernen juist voor bijzonder aanbod, zoals de beoogde Hornbach, naar Apeldoorn gaan. In beperktere mate zal ook de overige regionale afvloeiing omgebogen kunnen worden. De verwachtingen hieromtrent zijn weergegeven in tabel 3.12.

Tabel 3.12: Te verwachten ombuiging afvloeiing (zoals bepaald in tabel 3.11) door komst Hornbach Apeldoorn

Gemeente	Ombuiging van <i>huidige</i> afvloeiing naar Apeldoorn		Ombuiging van <i>huidige</i> afvloeiing naar regio		Totale ombuiging door Hornbach
	%	€	%	€	€
<i>overig gem. Apeldoorn</i>	25%	€ 740.000	15%	€ 80.000	€ 820.000
Brummen	25%	€ 60.000	15%	€ 300.000	€ 360.000
Epe	25%	€ 380.000	15%	€ 80.000	€ 460.000
Voorst	25%	€ 210.000	15%	€ 280.000	€ 490.000
Deventer	50%	€ 190.000	25%	€ 290.000	€ 480.000
Zutphen	50%	€ 90.000	25%	€ 100.000	€ 190.000
Totaal					€ 2.800.000

- Van de totale omzetclaim (à € 4,7 mln.) van de beoogde Hornbach op de regio wordt € 2,8 mln. bereikt door ombuiging van de bestaande koopstromen vanuit de regio. Het eventuele effect van deze ombuiging treft vooral de bestaande doe-het-zelfzaken in de gemeente Apeldoorn. In het leegstandsonderzoek (BRO,17 januari 2017) zijn deze effecten geanalyseerd. Als vermeld in paragraaf 1.2, was in dat onderzoek uitgegaan van een bouwmarktdeel van circa 10.000 m² wvo. In de actuele planregels is een bouwmarktdeel van circa 8.000 m² wvo mogelijk. Door deze verkleining heeft het te verwachten overaanbod in de doe-het-zelfbranche in de gemeente Apeldoorn een omvang van circa 2.400 m² wvo in plaats van circa 4.400 m² wvo. Omdat het te verwachten overaanbod bijna de helft kleiner is, zal ook de kans op het ontstaan van leegstand fors kleiner zijn dan eerder bepaald in het leegstandsonderzoek. Bij een dergelijke mate van overaanbod wordt niet verwacht dat een bouwmarkt zal moeten sluiten als gevolg van de beoogde Hornbach-ontwikkeling.
- Mochten zich echter effecten voordoen, dan is in het leegstandsonderzoek onderbouwd dat die mogelijk een bouwmarkt zullen treffen die qua profilering, ligging, locatie/bereikbaarheid en omvang een zwakke uitgangspositie heeft ten opzichte van Hornbach. Dit betreft mogelijk één van de volgende twee locaties: Praxis (Kayersmolen-Noord) of Gamma (bedrijvenpark Apeldoorn-Noord). Voor beide 'risico'-panden zijn ruim voldoende mogelijkheden voor herinvulling (zowel bestemmingsplanmatig als bouwfysisch). De kans dat één van deze twee panden tot structurele leegstand vervalt is daarom klein. Belangrijk gegeven daarbij is dat er nauwelijks leegstand is in de omgeving van de risicopanden, waardoor eventuele nieuwe leegstand geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten voor de desbetreffende gebieden teweegbrengt. Ook geeft de lage leegstand een indicatie van gezonde marktomstandigheden, waarbinnen herinvulling goed mogelijk is. Te

meer, omdat de economie groeit, de woningmarkt momenteel sterk aantrekt en het inwonertal van Apeldoorn groeit. Dit heeft positieve invloed op de winkelbestedingen.

- Het overige deel van de omzetclaim van de beoogde Hornbach, zijnde € 1,9 mln. (€ 4,7 mln. minus € 2,8 mln.), zal bereikt worden door het aantrekken van bestedingen die nu nog bij de doe-het-zelfaanbieders in de relevante gemeenten zelf worden gedaan. De omvang van dit effect per gemeente is weergegeven in tabel 3.13. Het aandeel in de toevloeiing naar Hornbach is afgeleid van de huidige koopstromen en van de verdeling van het inwonertal in de regio.

Tabel 3.13: Effect per gemeente van extra afvloeiing naar Apeldoorn door komst Hornbach

Gemeente	Te verwachten aandeel in toevloeiing naar Hornbach (%)	Aandeel in toevloeiing naar Hornbach (€)	Omzet vanuit ombuiging koopstromen (afkomstig uit tabel 3.12)	Extra afvloeiing naar Apeldoorn (€)
<i>overig gemeente</i>	20%	€ 940.000	€ 820.000	€ 120.000
<i>Apeldoorn</i>				
Brummen	15%	€ 700.000	€ 360.000	€ 340.000
Epe	25%	€ 1.180.000	€ 460.000	€ 720.000
Voorst	15%	€ 700.000	€ 490.000	€ 210.000
Deventer	15%	€ 710.000	€ 480.000	€ 230.000
Zutphen	10%	€ 470.000	€ 190.000	€ 280.000
Totaal		€ 4.700.000	€ 2.800.000	€ 1.900.000

- Op basis van de resultaten van de effectanalyse (tabel 3.13) kan worden geconcludeerd dat er een omzeteffect mogelijk is in het verzorgingsgebied. Dat er enige omzeteffecten te verwachten zijn, hoeft echter niet te betekenen dat de doe-het-zelfzaken in het verzorgingsgebied niet meer economisch-duurzaam kunnen functioneren. De volgende (lokale) omstandigheden maken namelijk dat deze bedrijven tot op zekere hoogte bestand zullen zijn tegen omzeteffecten in de doe-het-zelfbranche.
 - In het algemeen wordt opgemerkt dat doe-het-zelfspeciaalzaken de concurrentie met bouwmarkten prima aankunnen door het bieden van extra service (installatie, reparatie), ruime productkennis, een specialistisch productaanbod en nabijheid van klanten. Op deze wijze kunnen de doe-het-zelfspeciaalzaken reeds de concurrentie met de bouwmarkten in het verzorgingsgebied aan. Één extra bouwmarkt binnen de regio maakt daarin geen groot verschil. Deze omstandigheden maken dat de beoogde bouw-/tuinmarkt vooral zal concurreren met de overige bouwmarkten in de regio (zie ook paragraaf 2.3).
 - Verder bestaat het doe-het-zelfaanbod in de regio voor een groot deel uit zelfstandigen. Deze beschikken doorgaans al geruime tijd over een eigen pand en hebben daardoor relatief lage huisvestingslasten.
 - Ook kunnen zelfstandigen gemakkelijker de brancheverbreiding of niches opzoeken, waardoor de omzet van de winkel niet meer geheel leunt op de doe-het-zelfartikelen, maar er bijvoorbeeld ook agri-producten, watersportartikelen en/of woninginrichtingsartikelen worden verkocht.

- Onder zelfstandige ondernemers is enige sprake van vergrijzing. Een deel van de winkels betreft ondernemers die ‘de zaken afbouwen’ in afwachting van opvolging of bedrijfsbeëindiging. Er worden daarbij kosten bespaard op bijvoorbeeld inkoop, personeel, investering, waardoor bij een lagere omzet nog voldoende winst gemaakt kan worden.
- Ondanks bovenstaande omstandigheden is het mogelijk dat de beoogde Hornbach-ontwikkeling effect heeft op het doe-het-zelfaanbod in het verzorgingsgebied. Het omzeteffect à € 1,9 mln. vertegenwoordigt een oppervlak van 1.270 m² wvo (€ 1,9 mln. gedeeld door het gewogen gemiddelde van € 1.500/m² wvo).
- Als het omzeteffect zich concentreert op één doe-het-zelfwinkel is het mogelijk dat een breedpakketzaak of een grotere doe-het-zelfspeciaalzaak in het verzorgingsgebied (buiten Apeldoorn) sluit. Sluiting van een bouwmarkt (Praxis, Gamma of Karwei) wordt niet verwacht, omdat deze allen fors groter zijn dan de genoemde 1.270 m² wvo. Of een doe-het-zelfzaak eventueel zal moeten sluiten en welke dit dan zou zijn, is op voorhand niet te voorspellen. Overigens is het waarschijnlijker dat het effect zich uitspreidt over de 35 doe-het-zelfbedrijven in het verzorgingsgebied, waardoor het effect per vestiging beperkt blijft en geen van de winkels hoeft te sluiten.
- Mogelijk heeft het omzeteffect een uitwerking op één van de tien breedpakketzaken in het verzorgingsgebied (Multimate, Hubo en verscheidene zelfstandigen), omdat breedpakketzaken min of meer op te vatten zijn als een kleine bouwmarkt. Het is echter de vraag of sluiting van een breedpakketzaak een direct gevolg is van de beoogde Hornbach-ontwikkeling. Het aanbod aan breedpakketzaken in Nederland neemt al decennia af als gevolg van trends in consumentengedrag (zie paragraaf 2.1) en/of pensionering van de eigenaren. Een eventuele sluiting van een breedpakketzaak in het verzorgingsgebied zal daarom vooral het gevolg zijn van autonome ontwikkelingen, waar de Hornbach-ontwikkeling slechts een zijdelingse rol in speelt.
- Zelfs bij sluiting van een doe-het-zelfzaak verbetert het voorzieningenniveau in de doe-het-zelfbranche, omdat op regionaal niveau een reguliere doe-het-zelfzaak wordt ‘vervangen’ door een aantrekkelijke, nieuwe grootschalige bouw-/tuinmarkt met drive-in – een winkelvorm die nog niet aanwezig is in het verzorgingsgebied.
- Tot slot wordt erop gewezen dat de bouwkundige aspecten (efficiënte ‘dozenbouw’) van een bouwmarkt (of breedpakketzaak) over het algemeen herinvulling met andersoortige perifere detailhandel of herontwikkeling naar een bedrijf in beginsel niet in de weg staan. Ook hebben de locaties van bouwmarkten doorgaans een ruime bestemming, waar naast bouwmarkten ook andersoortige (perifere) detailhandel en/of andersoortige bedrijvigheid is toegestaan. Het is daarom niet te verwachten dat de leegkomende bouwmarkt(en) structureel leeg blijft/blijven staan. Daarbij zullen eventuele leegstandseffecten verspreid over de 5 gemeenten in het verzorgingsgebied plaatsvinden, waardoor de toename van de leegstand voor de lokale situatie beperkt blijft.

3.5.3 Analyse effect tuincentra relevante regio

Uitgangspunten

- Er wordt verwacht dat de beoogde Hornbach een omzet krijgt van € 1,2 mln. per jaar (1.840 m² wvo maal € 675/m² wvo). Hiervan zal circa 40% uit het verzorgingsgebied komen, zijnde € 0,5 mln.
- Voor een deel betreft de toekomstige omzet van Hornbach ‘ombuiging’ van bestaande afvloeiing vanuit de gemeenten Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen. Het recente Koopstromenon-

derzoek Oost-Nederland (I&O, 2015) geeft geen specifieke koopstromen voor tuincentra, maar het onderzoek geeft wel inzicht in de koopstromen voor de totale sector 'bloemen, planten, tuinartikelen'. Vanuit de kennis en ervaring van BRO, kan hiervan de koopkrachtafvloeiing voor de relevante gemeenten worden afgeleid, rekening houdend met de omvang en samenstelling van het winkelaanbod in deze gemeente. In tabel 3.14 is de bestaande afvloeiing van bestedingen in tuincentra per gemeente weergegeven.

Tabel 3.14: Huidige afvloeiing bestedingen in tuincentra binnen relevant verzorgingsgebied

Gemeente	Inwoners (CBS, 2017)	Bestedingen	Totaal <i>huidige</i> afvloeiing per gemeente (afgeleid van KSO, 2015)		Waarvan afvloeiing naar Apeldoorn (afgeleid van KSO, 2015)		Waarvan afvloeiing naar overig regio	
			%	€	%	€	€	€
<i>overig gem. Apeldoorn</i>	18.940	€ 69	65%	€ 850.000	46%	€ 600.000		€ 250.000
Brummen	20.843	€ 69	100%*	€ 1.440.000	25%	€ 360.000		€ 1.080.000
Epe	32.537	€ 69	25%	€ 560.000	15%	€ 340.000		€ 220.000
Voorst	24.199	€ 69	10%	€ 170.000	7%	€ 110.000		€ 60.000
Deventer	99.295	€ 69	75%	€ 5.140.000	7%	€ 510.000		€ 4.630.000
Zutphen	47.340	€ 69	100%*	€ 3.270.000	10%	€ 330.000		€ 2.940.000

* De gemeenten Brummen en Zutphen beschikken niet over eigen tuincentrumaanbod, daarom is de afvloeiing van bestedingen in tuincentra 100%.

- De te verwachten ombuiging van de bestaande koopstromen heeft betrekking op zowel de huidige afvloeiing naar de kern Apeldoorn als op de afvloeiing naar elders in de regio. Er wordt verwacht dat Hornbach vooral in staat zal zijn de huidige afvloeiing naar de kern Apeldoorn om te buigen, omdat deze consumenten reeds op Apeldoorn gericht zijn voor hun bestedingen in tuincentra. In beperktere mate zal ook de overige regionale afvloeiing omgebogen kunnen worden. Tegelijk heeft het tuincentrumdeel van Hornbach minder regionale trekkracht dan het bouwmarktdeel. Ook bevindt de sterke trekker Intratuin zich in Apeldoorn. De procentuele ombuiging van de regionale koopstromen is in de tuinbranche daarom beperkter dan in de doe-het-zelfbranche. De verwachtingen hieromtrent zijn weergegeven in tabel 3.15.

Tabel 3.15: Te verwachten ombuiging afvloeiing (zoals bepaald in tabel 3.14) door komst Hornbach Apeldoorn

Gemeente	Ombuiging van <i>huidige</i> afvloeiing naar Apeldoorn		Ombuiging van <i>huidige</i> afvloeiing naar regio		Totale ombuiging door Hornbach
	%	€	%	€	€
<i>overig gem. Apeldoorn</i>	7,5%	€ 50.000	2%	€ 10.000	€ 60.000
Brummen	7,5%	€ 30.000	2%	€ 20.000	€ 50.000
Epe	7,5%	€ 30.000	2%	€ 0	€ 30.000
Voorst	7,5%	€ 10.000	2%	€ 0	€ 10.000
Deventer	15%	€ 70.000	2%	€ 80.000	€ 150.000
Zutphen	15%	€ 40.000	2%	€ 50.000	€ 90.000
Totaal					€ 390.000

- Van de totale omzetclaim van de beoogde Hornbach op de regio zal € 390.000 bereikt worden door ombuiging van de bestaande koopstromen vanuit de regio. Het eventuele effect van deze ombuiging komt vooral terecht in de gemeente Apeldoorn. In het leegstandsonderzoek (BRO, 17 januari 2017) zijn deze effecten geanalyseerd. Als vermeld in paragraaf 1.2, was in dat onderzoek uitgegaan van een maximale planologische ruimte voor het tuincentrumdeel van circa 5.000 m² vwo. In de actuele planregels is de maximale planologische ruimte voor het tuincentrumdeel verkleind naar circa 1.840 m² vwo. Door deze verkleining van het toegestane oppervlak zal in de tuinbranche geen sprake meer zijn van enig overaanbod in de gemeente Apeldoorn.

Tabel 3.16: Effect per gemeente van extra afvloeiing naar Apeldoorn door komst Hornbach

Gemeente	Te verwachten aandeel in toevloeiing naar Hornbach (%)	Aandeel in toevloeiing naar Hornbach (€)	Omzet vanuit ombuiging koopstromen (afkomstig uit tabel 3.15)	Extra afvloeiing naar Apeldoorn (€)
<i>overig gemeente</i>	12,5%	€ 70.000	€ 60.000	€ 10.000
Apeldoorn				
Brummen	12,5%	€ 60.000	€ 50.000	€ 10.000
Epe	12,5%	€ 70.000	€ 30.000	€ 40.000
Voorst	12,5%	€ 60.000	€ 10.000	€ 50.000
Deventer	25,0%	€ 150.000	€ 150.000	<i>geen</i>
Zutphen	20,0%	€ 90.000	€ 90.000	<i>geen</i>
Totaal		€ 500.000	€ 390.000	€ 110.000

- Het overige deel van de omzetclaim, zijnde € 110.000 (€ 500.000 minus € 390.000) zal bereikt worden door het aantrekken van bestedingen die nu nog bij de tuincentra in de relevante gemeenten zelf worden gedaan. De omvang van het omzeteffect per gemeente is weergegeven in tabel 3.16, waarbij ervan uit wordt gegaan dat het aandeel in de omzetclaim per gemeente dezelfde procentuele omvang heeft als het aandeel per gemeente in de huidige omvang van de toevloeiing naar Apeldoorn.
- Op basis van de resultaten van de effectanalyse (tabel 3.16) kan worden geconcludeerd dat er een omzeteffect mogelijk is in de gemeenten in het verzorgingsgebied. Dat er omzeteffecten te verwachten is, hoeft echter niet te betekenen dat de tuincentra in deze gemeenten niet meer economisch-duurzaam kunnen functioneren. De volgende omstandigheden maken namelijk dat deze bedrijven tot op zekere hoogte bestand zullen zijn tegen omzeteffecten in de tuincentra.
 - Een deel van het tuincentrumaanbod in de regio bestaat uit zelfstandigen. Deze beschikken doorgaans al geruime tijd over een eigen pand en hebben daardoor relatief lage huisvestingslasten.
 - Ook kunnen zelfstandigen gemakkelijker de brancheverbreiding of niches opzoeken, waardoor de omzet van de winkel niet meer geheel leunt op de tuinartikelen. Dit onderscheid wordt door winkeldataleverancier Locatus niet gemaakt, waardoor de oppervlaktes van deze winkels geheel tot de tuincentra gerekend zouden moeten worden. Het volledig toekennen van de oppervlaktes van deze winkels tot de tuincentra geeft daardoor een enigszins vertekend beeld.
 - Onder zelfstandige ondernemers is enige sprake van vergrijzing. Een deel van de winkels betreft ondernemers die ‘de zaken afbouwen’ in afwachting van opvolging of bedrijfsbeëindiging.

Er worden daarbij kosten bespaard op bijvoorbeeld inkoop, personeel, investering, waardoor bij een lagere omzet nog voldoende winst gemaakt kan worden.

- Verder beschikt de regio over een aantal (zeer) grootschalige tuincentra (Intratuin (2X) en Tuinland). Deze zijn veel bepalender voor de onderlinge concurrentieverhoudingen dan het, relatief gezien, kleinere tuincentrumdeel van de beoogde Hornbach-ontwikkeling.
- Ondanks bovenstaande omstandigheden is het mogelijk dat de beoogde Hornbach-ontwikkeling effect heeft op het tuincentrumaanbod in de gemeenten in het verzorgingsgebied. Het omzeteffect à € 110.000 vertegenwoordigt een oppervlak van 160 m² wvo (€ 110.000 gedeeld door € 675/m² wvo).
- Als het totale effect à 160 m² wvo zich concentreert op één tuincentrum is het mogelijk dat één van de twee kleinschalige tuincentra (< 1.000 m² wvo) in het verzorgingsgebied (buiten Apeldoorn) sluit. Welk kleinschalig tuincentrum het zal zijn, is op voorhand niet te voorspellen. Overigens is het waarschijnlijker dat het effect zich uitspreidt over alle 7 tuincentra in het verzorgingsgebied, waardoor het effect per vestiging beperkt blijft en geen van de winkels hoeft te sluiten. Te meer, omdat de kleinschalige tuincentra doorgaans specialisten zijn die zich richten op een specifiek deel van de tuinrichting, bijvoorbeeld bomen/hagen, vijvers, vaste planten, bestrating. Door dit specialisme kunnen zij concurreren met de 'generalisten', zoals het tuincentrumdeel van Hornbach.
- Er worden geen ruimtelijke effecten verwacht op het aanbod aan reguliere tuincentra (> 1.000 m² wvo) in het verzorgingsgebied, omdat de omvang van deze tuincentra fors groter is dan het geconstateerde effect in m² wvo. Er wordt dan ook niet verwacht dat het omzeteffect tot sluiting van een regulier tuincentrum zal leiden. Te meer, omdat deze tuincentra een breed en diep assortiment hebben met onder meer een (ruim) aanbod in woninginrichting.
- Zelfs bij sluiting van een kleinschalig tuincentrum verbetert het voorzieningenniveau in de tuincentra, omdat op regionaal niveau een kleinschalige tuincentrum wordt 'vervangen' door een aantrekkelijke, nieuwe grootschalige bouwmarkt met tuincentrum en drive-in – een winkelvorm die nog niet aanwezig is in het verzorgingsgebied.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Ontwikkeling doe-het-zelfaanbod na vestiging grootschalige bouw en tuinmarkt

In deze bijlage wordt inzicht gegeven in de daadwerkelijke ontwikkeling van de doe-het-zelfbranche in verzorgingsgebieden waar een grootschalige bouw-/tuinmarkt is gevestigd.

Hiermee kunnen de resultaten van de modelmatige effectenanalyses in perspectief worden geplaatst. Voor een zo volledig mogelijk beeld wordt navolgend weergegeven hoe enerzijds het bouwmarktaanbod en anderzijds het overige doe-het-zelfaanbod zich heeft ontwikkeld in verzorgingsgebieden waar grootschalige bouw-/tuinmarkten reeds zijn gevestigd. Ook wordt weergegeven hoe de aanbodontwikkeling is geweest in plaatsen waar een bouw-/tuinmarkt voornemens is zich te gaan vestigen.

B1.1 Bepaling verzorgingsgebieden met grootschalige bouwmarkt

Nederland kent anno 2016 16 grootschalige (groter dan 10.000 m² wvo) bouw-/tuinmarkten. In de loop van 2017 zijn in Amsterdam en in Den Haag eveneens vestigingen van Hornbach geopend. Deze zijn echter pas kort open, waardoor de effecten ervan nog niet zichtbaar zijn in de aanbodontwikkeling.

Navolgend overzicht geeft weer welke formules en verzorgingsgebieden meegenomen zijn in de analyse. De verzorgingsgebieden zijn bepaald op basis van een draagvlak van minimaal 200.000 inwoners binnen circa 20-25 minuten reisafstand per auto.

Tabel B1.1: Formules en verzorgingsgebied grootschalige bouwmarkten Nederland

Plaats	Verzorgingsgebied (gemeenten)	Formule en omvang (m ² wvo)	Aanwezig sinds
Amsterdam	Regio Amsterdam: Amsterdam	Praxis & Tuin (13.800)	voor 2007
		Praxis & Tuin (11.200)	voor 2007
Best	Regio Best: Best, Oirschot, Boxtel, Sint-Oedenrode, Son en Breugel, Eindhoven (uitsluitend wijken Stadsdeel Woensel-Zuid, Stadsdeel Woensel-Noord, Stadsdeel Strijp)	Hornbach (16.000)	2015
Beverwijk	Regio Beverwijk: Beverwijk, Heemskerk, Velsen, Uitgeest, Castricum, Zaandam (uitsluitend wijken Assendelft-Zuid, wijk, Assendelft-Noord, Westzaan, Krommenie-Oost en Krommenie-West)	Praxis & Tuin (10.300)	voor 2007
Breda	Regio Breda: Breda, Dongen, Drimmelen, Etten-Leur, Oosterhout en Moerdijk (uitsluitend Zevenbergen)	Hornbach (17.600)	2010
Eindhoven	Regio Eindhoven: Eindhoven	Praxis & Tuin (13.600)	voor 2007
Geleen	Regio Geleen: Sittard-Geleen, Echt-Susteren, Stein, Beek, Schinnen, Onderbanken	Hornbach (11.800)	2015 ²⁰
Groningen	Regio Groningen: Groningen, Ten Boer, Bedum, Winsum	Hornbach (11.900)	2002
		Bauhaus (16.900)	2015

²⁰ Hornbach Tuin (4.200 m² wvo) is sinds 2007 gevestigd in Geleen, in 2015 is de vestiging vergroot tot een bouw-/tuinmarkt van 11.800 m² wvo

Plaats	Verzorgingsgebied (gemeenten)	Formule en omvang (m² wvo)	Aanwezig sinds
Kerkrade	Regio Kerkrade: Heerlen, Kerkrade, Landgraaf, Simpelveld, Voerendaal	Hornbach (11.800)	1999
Nieuwegein	Regio Nieuwegein: Nieuwegein, Bunnik, Houten, IJsselstein, Vianen, Utrecht (uitsluitend buurten Bedrijfsgebied Kanaleneiland, Bedrijfsgebied Papendorp, Bokkenbuurt, Dichterswijk, Kanaleneiland Noord, Kanaleneiland Zuid, Leidseweg en Omgeving, Lunetten Noord, Lunetten Zuid, Nieuw-Hooggraven Zuid, Oud-Hooggraven Noord, Oud-Hooggraven Zuid, Transwijk Noord, Transwijk Zuid)	Praxis & Tuin (11.200) Hornbach (11.300)	voor 2007 2003
Nieuwerkerk	Regio Nieuwerkerk: Capelle a/d IJssel, Krimpen a/d IJssel, Krimpenerwaard (sinds 2015), Lansingerland, Zuidplas (sinds 2010) en Rotterdam (uitsluitend wijk Alexander)	Hornbach (11.000)	2013 ²¹
Zaandam	Regio Zaandam: gemeente Zaanstad, Landsmeer, Oostzaan en Amsterdam (uitsluitend relevante stadsdelen Westpoort en Noord)	Hornbach (17.600)	1997
Zoetermeer	Regio Zoetermeer: Zoetermeer, Zoeterwoude, Lansingerland, Alphen a/d Rijn (uitsluitend wijken Benthuisen, Hazerswoude-Dorp) en Zuidplas (Moerkapelle en Zevenhuizen)	Bouwhof (15.400) Praxis & Tuin (11.100)	1999 ²² 2015 ²³

B1.2 Ontwikkeling aanbod in verzorgingsgebieden met grootschalige bouwmarkt

Om het effect van de realisatie van een grootschalige bouwmarkt op het bestaande doe-het-zelfaanbod te kunnen analyseren is een uitsplitsing gemaakt voor specifiek het bouwmarktaanbod en het overige doe-het-zelfaanbod²⁴. Eenduidige gegevens zijn beschikbaar vanaf 2007, waardoor de ontwikkeling in bijna de gehele afgelopen tien jaar kan worden weergegeven²⁵. Navolgende figuren geven de ontwikkeling weer van de bouwmarkten afzonderlijk en van de doe-het-zelfbranche zonder bouwmarkten in de geselecteerde verzorgingsgebieden.

²¹ Hornbach (7.500 m² wvo) is sinds 2007 gevestigd in Nieuwerkerk, in 2013 is de vestiging vergroot tot 11.000 m² wvo

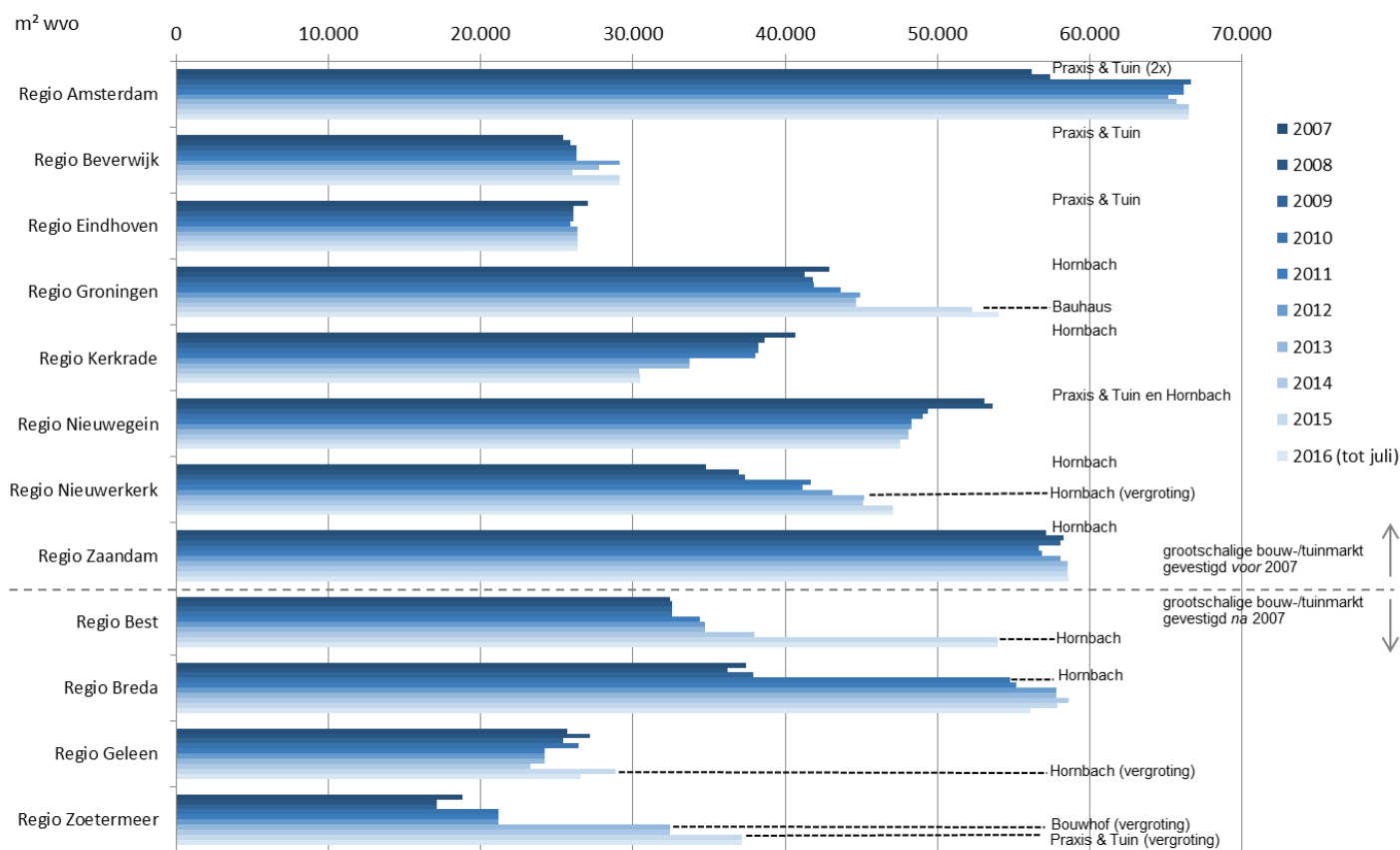
²² Bouwhof (4.000 m² wvo) is sinds 1999 gevestigd in Zoeterhage, in 2013 is de vestiging vergroot tot 15.400 m² wvo

²³ Praxis & Tuin (6.400 m² wvo) is voor 2007 gevestigd in Zoeterhage, in 2015 is de vestiging vergroot tot 11.000 m² wvo

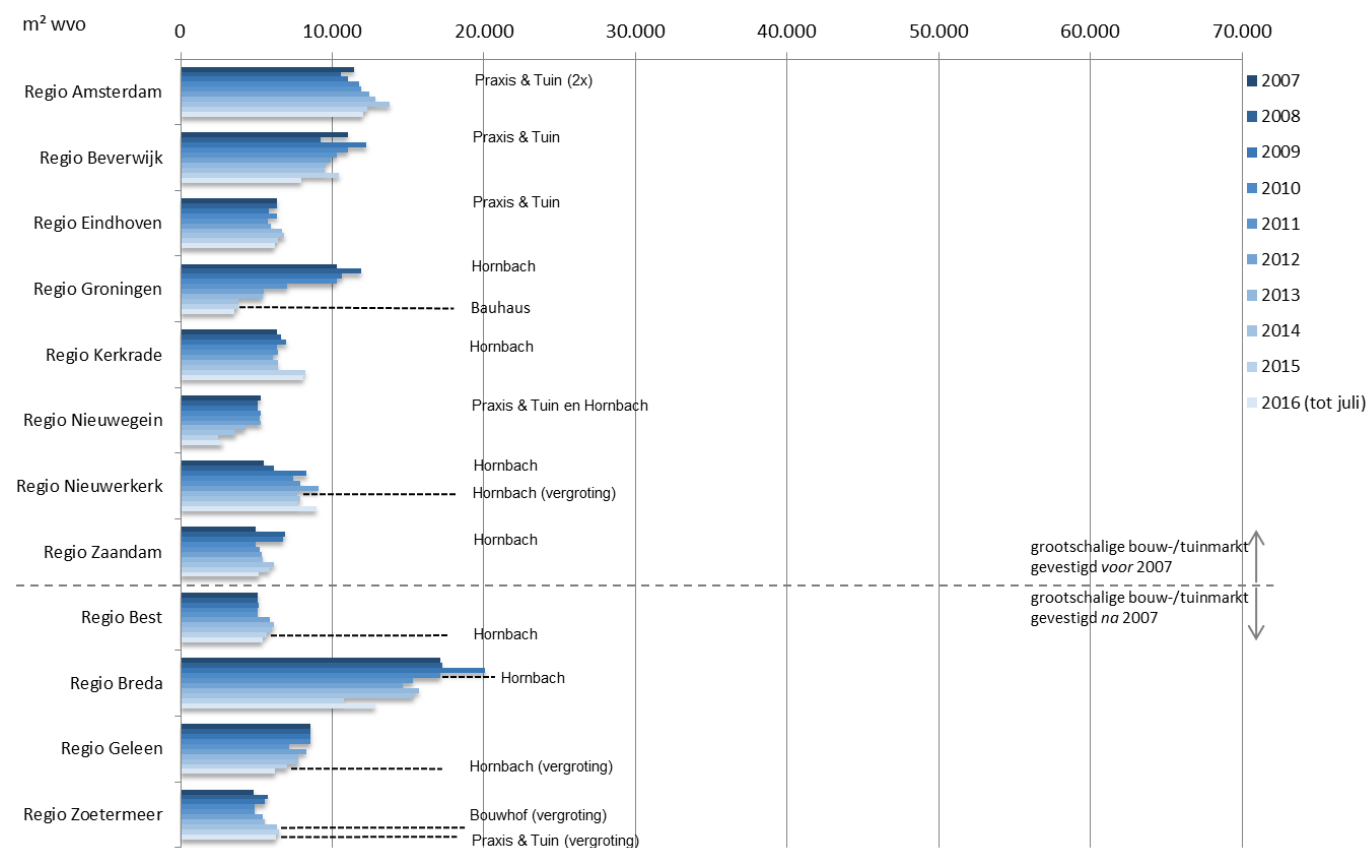
²⁴ Het betreft het doe-het-zelf aanbod exclusief bouwmarkten en zwembad en sauna. De branches bouw materiaal, deur/kozijn, breedpakket, hout, ijzerwaren en gereedschap, sanitair en verf & behang behoren wel tot het doe-het-zelf aanbod.

²⁵ De uitkomsten van de analyses zijn betrouwbaar, ook als het een vestiging van vóór 2007 betreft.

Figuur B1.1: Ontwikkeling bouwmarktaanbod in regio's met vestiging grootschalige bouw-/tuinmarkt



Figuur B1.2: Ontwikkeling doe-het-zelfaanbod in regio's met vestiging grootschalige bouw-/tuinmarkt



Ontwikkeling bouwmarkten

Hoofdzakelijk groei bouwmarktaanbod in verzorgingsgebieden met al langere tijd grootschalige bouw-/tuinmarkt(en)

In de 8 verzorgingsgebieden²⁶ waar de grootschalige bouw-/tuinmarkten al langere tijd zijn gevestigd, groeit of stabiliseert het bouwmarktaanbod. In 4 van de 8 verzorgingsgebieden is de omvang van het aanbod in de tussentijd toegenomen, in 2 verzorgingsgebieden is de omvang van het aanbod redelijk stabiel gebleven (regio's Eindhoven en Zaandam) en in twee gebieden is de omvang van het aanbod afgenomen (verzorgingsgebieden Kerkrade en Nieuwegein).

- In Kerkrade zal de afname van de omvang van het aanbod vooral het gevolg zijn van de algehele afname van het draagvlak in deze krimpregio.
- In Nieuwegein is de afname hoofdzakelijk het gevolg van een 'administratieve wijziging': één winkel is zich na 2008 meer op de verkoop van bouwmaterialen (aan niet-particulieren) gaan richten, waardoor Locatus deze niet meer tot de bouwmarkten rekent.

Met name groei waar grootschalige bouw-/tuinmarkten recent zijn gevestigd

Kijken we naar de ontwikkeling van het aanbod waar grootschalige bouw-/tuinmarkten zich meer recent (vanaf 2010) hebben gevestigd of hun vestiging hebben vergroot²⁷, valt op dat het aanbod tot het jaar van vestiging of vergroting in drie van de vier verzorgingsgebieden is toegenomen. Bovendien blijkt de groei ook door te zetten na vestiging of vergroting tot grootschalige bouw-/tuinmarkt. Met uitzondering van regio Geleen is het aanbod per saldo groter dan ten tijde van de opening.

Conclusie ontwikkeling bouwmarkten

Gezien het bovenstaande, kunnen we concluderen dat de aanwezigheid van grootschalige bouw-/tuinmarkten past in een gezonde winkelmarkt voor bouwmarkten, waar ruimte is voor investeringen.

Ontwikkeling overige doe-het-zelfaanbod (exclusief bouwmarkten)

Passend in algemeen beeld: afname overig doe-het-zelfaanbod in verzorgingsgebieden met al langere tijd grootschalige bouw-/tuinmarkten

De ontwikkeling van het doe-het-zelfaanbod laat een ander beeld zien dan de ontwikkeling van bouwmarkten. In de helft van de verzorgingsgebieden waar al geruime tijd een grootschalige bouw-/tuinmarkt is gevestigd neemt de omvang van het doe-het-zelfaanbod af, 2 gebieden (Amsterdam en Zaandam) hebben een stabiele of schommelende omvang van het aanbod en in 2 gebieden (Nieuwerkerk en Kerkrade) is de omvang van het aanbod gegroeid. Opvallend is dat de groei zich manifesteert in krimpregio Kerkrade, omdat daar juist het bouwmarktaanbod in omvang afneemt.

Passend in algemeen beeld: afname overig doe-het-zelfaanbod in verzorgingsgebieden waar grootschalige bouw-/tuinmarkten recent zijn gevestigd

Van de vier regio's waar een grootschalige bouw-/tuinmarkt zich recent heeft gevestigd blijkt de omvang van het overig doe-het-zelfaanbod in 2 regio's af te nemen, in 1 regio (Best) te stabiliseren en in 1 regio (Zoetermeer) te groeien.

²⁶ Betreft regio Amsterdam, regio Beverwijk, regio Eindhoven, regio Groningen, regio Kerkrade, regio Nieuwegein, regio Nieuwerkerk en regio Zaandam.

²⁷ Betreft regio Best, regio Breda, regio Geleen, regio Zoetermeer.

Conclusie ontwikkeling overig doe-het-zelfaanbod

Uit de ontwikkeling van het aanbod over de afgelopen jaren blijkt dat de omvang van het overige doe-het-zelfaanbod hoofdzakelijk afneemt danwel stabiliseert. Opvallend daarbij is wel dat deze afname ook doorzet in verzorgingsgebieden waar al geruime tijd een grootschalige bouw-/tuinmarkt is gevestigd. In deze regio's heeft de afname van dit aanbod in beginsel geen relatie meer met de komst van een specifieke grootschalige bouw-/tuinmarkt. Deze afname zal dan ook andere, autonome oorzaken kennen, waarvan gebrek aan opvolging en veranderend consumentengedrag de voornaamste zijn.

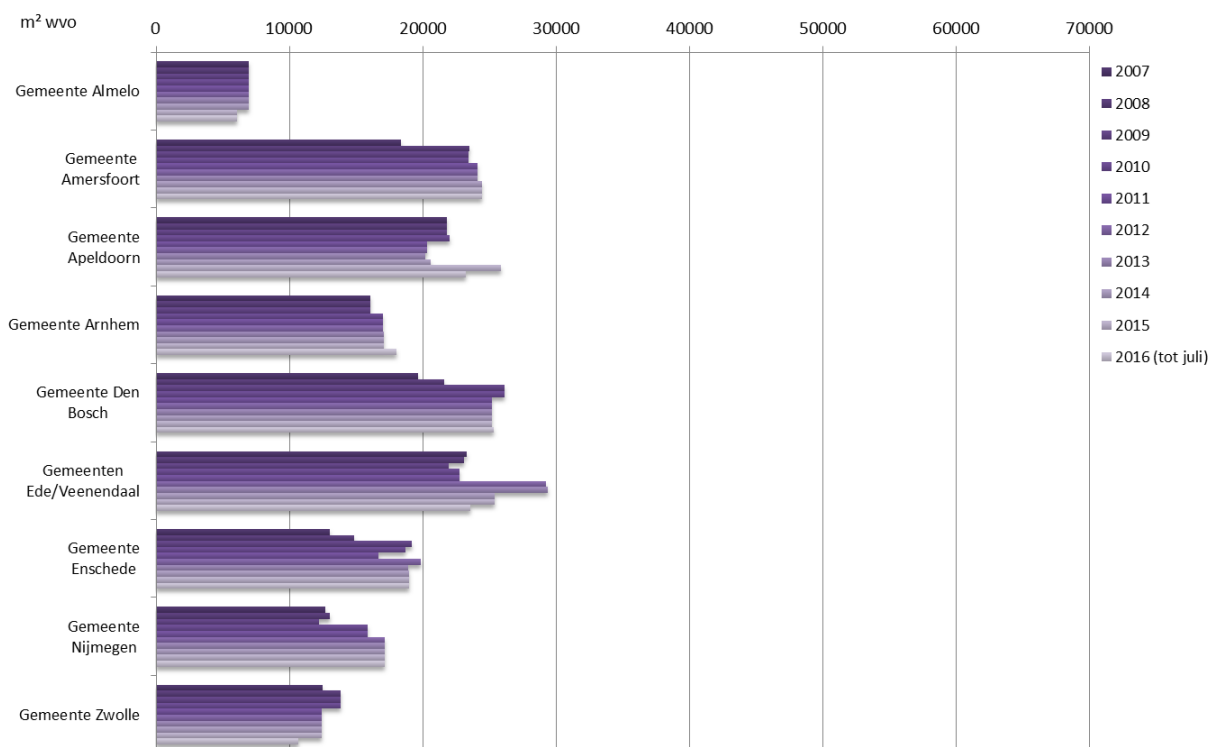
Uit het navolgende (paragraaf B1.3) blijkt dat de afname van de omvang van het overig doe-het-zelfaanbod in de omschreven regio's overeenkomt met de algemene ontwikkeling. Deze ontwikkeling vindt namelijk op dezelfde wijze plaats in kernen waar nog geen grootschalige bouw-/tuinmarkt is gevestigd.

B1.3 Aanbodontwikkeling aanbod in hoofdplaatsen van gemeenten met voornemen grootschalige bouwmarkt

Om bovenstaande resultaten in perspectief te plaatsen is een aanvullende analyse gemaakt voor de acht gemeenten waar grootschalige bouw-/tuinmarkten (van Bauhaus en Hornbach) voornemens zijn zich te vestigen. Er is gekozen om te vergelijken met gemeenten waar de grootschalige formules zich voornemens zijn te vestigen, omdat dan de vergelijking met de situatie in Apeldoorn goed gemaakt kan worden. Overigens bevindt de planvorming van deze initiatieven zich in uiteenlopende stadia: van eerste verkenning tot onherroepelijk bestemmingsplan.

Als gezegd wordt in de analyse uitgegaan van de gemeenten waar een grootschalige bouw-/tuinmarkt voornemens is zich te vestigen. Uitsluitend voor de regio Ede/Veenendaal is uitgegaan van de optelsom van het aanbod in de beide plaatsen, omdat deze vrijwel aan elkaar gegroeid zijn en daarom beiden gelden als belangrijkste verzorgingsgebied voor een grootschalige bouw-/tuinmarkt. De volgende twee figuren geven de ontwikkeling van zowel de bouwmarkt- als het doe-het-zelfaanbod (uitgezonderd bouwmarkten) weer teneinde de autonome ontwikkeling te kunnen analyseren.

Figuur B1.3: Ontwikkeling bouwmarktaanbod in regio's voornemen vestiging grootschalige bouwmarkt



Figuur B1.4: Ontwikkeling doe-het-zelf aanbod in regio's voornemen vestiging grootschalige bouwmarkt



Ontwikkeling gelijk aan verzorgingsgebieden mét grootschalige bouw-/tuinmarkten

Het merendeel van de omschreven verzorgingsgebieden, waar een grootschalige bouw-/tuinmarkt voornemens is te vestigen, kent een groei van het bouwmarktaanbod in de afgelopen periode. In drie gemeenten schommelt de omvang van het aanbod, maar is het aanbod anno 2016 nog altijd groter dan in 2007. Opvallend is dat het aanbod niet of nauwelijks afneemt. Deze ontwikkeling geeft eveneens duidelijk weer dat de bouwmarktsector een gezonde groeimarkt betreft. Wellicht kan hieruit ook geconcludeerd worden dat bouwmarktformules gaan investeren om te anticiperen op de komst van een nieuwe, grootschalige concurrent. Hetgeen betekent dat een dergelijke vernieuwing in de branche goed is voor de marktwerking en daarmee aantrekkelijk is voor de consument.

De omvang van het overig doe-het-zelfaanbod blijkt in 5 van de 9 gemeenten te zijn afgenomen. Deze ontwikkeling is vergelijkbaar met de plaatsen waar recent een grootschalige bouw-/tuinmarkt is gevestigd. Mogelijk kan zelfs geconcludeerd worden dat de afname van het overig doe-het-zelfaanbod minder sterk is in plaatsen met een grootschalige bouw-/tuinmarkt omdat daar slechts in 50% van de regio's afname plaatsvindt ten opzichte van afname in 55% van de plaatsen zonder grootschalige bouw-/tuinmarkt.

In drie gemeenten is sprake van een groei van het overig doe-het-zelfaanbod, waaronder de gemeente 's-Hertogenbosch. Ook in de regio Ede/Veenendaal heeft een recent een sterke groei van het overig doe-het-zelfaanbod plaatsgevonden (na een periode van afname).

B1.4 Conclusie

We kunnen concluderen dat de ontwikkeling van zowel de bouwmarkten als het doe-het-zelfaanbod in verzorgingsgebieden mét en zonder grootschalige bouw-/tuinmarkten een gelijk beeld geeft.

- In plaatsen met en zonder een grootschalige bouw-/tuinmarkt is over het algemeen ruimte voor groei en ontwikkeling van de reguliere bouwmarkten.
- De afname van het overig doe-het-zelfaanbod (niet zijnde bouwmarkten) blijkt een autonome ontwikkeling die niet sterker plaatsvindt in plaatsen waar een grootschalige bouw-/tuinmarkt is gevestigd dan in plaatsen zonder een dergelijke winkel. Deze afname zal dan ook andere, autonome oorzaken kennen, waarvan gebrek aan opvolging en veranderend consumentengedrag de voorname zijn.

Geconcludeerd wordt dat de aanwezigheid van grootschalige bouw-/tuinmarkten past in een gezonde winkelmarkt, waar ruimte is voor investeringen. Daarbij wordt de voorzichtige conclusie getrokken dat bouwmarktformules gaan investeren om te anticiperen op de komst van een nieuwe, grootschalige concurrent. Hetgeen betekent dat een dergelijke vernieuwing in de branche goed is voor de marktwerking en daarmee aantrekkelijk is voor de consument.