

Barneveld, Ruimtelijk-functionele
effectenanalyse uitbreiding Intratuin
Intratuin



Barneveld, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse uitbreiding Intratuin

Intratuin

Rapportnummer:	203X01495.094316_1
Datum:	22 november 2017
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer L. Uljee
Projectteam BRO:	Robin van Lieshout, Wanda Blommensteijn
Trefwoorden:	Distributieplanologisch onderzoek, tuincentrum, effecten, consumentenverzorging, detailhandelsstructuur.
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 7
Beknopte inhoud:	BRO heeft de distributieve mogelijkheden voor en effecten van de uitbreiding van Intratuin te Barneveld onderzocht. Onderliggende rapportage gaat in op de mogelijke effecten op de lokale en regionale detailhandelsstructuur.

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

Inhoudsopgave

Pagina

1. INLEIDING	2
1.1 Aanleiding en vraagstelling	2
1.2 Planlocatie en initiatief	3
2. CONCLUSIE EN LADDER	7
3. ANALYSE TUINCENTRA	11
3.1 Trends en ontwikkelingen	11
3.2 Aanbodanalyse	13
3.3 Leegstand	14
3.4 Beleidskaders	15
3.5 Plannen en initiatieven	16
3.6 Consumentendraagvlak	17
3.7 Functioneren en uitbreidingsruimte	18
3.8 Effecten	20
4. ANALYSE HORECA	22
4.1 Trends en ontwikkelingen	22
4.2 Aanbodanalyse	24
4.3 Planinitiatieven	25
4.4 Beleidskaders	26
4.5 Marktbenadering	26
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Beleidskaders	2

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Aanleiding

Er zijn concrete plannen om de PDV-locatie aan de Scherpenzeelseweg uit te breiden. Deze locatie wordt in het regionale beleid als een van de drie bestaande PDV-locaties aangeduid. De plannen betreffen o.a. een uitbreiding en modernisering van Intratuin. Het onderhavige rapport heeft uitsluitend betrekking op de ontwikkelingen rondom Intratuin. Intratuin wil op basis van haar visie “Mee in een veranderende wereld” de concurrentie bestaande uit andere tuincentra (Ranzijn Plant en Dier, Eurofleur, Intratuin Duiven, Amersfoort en Nijkerk) en met wat zij aanduidt als ‘branchevreemde’ prijsvechters (van Hornbach tot Aldi), het hoofd bieden.

Intratuin heeft momenteel een omvang van circa 7.377 m² wvo, waarvan 245 m² wordt ingezet voor horeca-activiteiten. De overige winkelruimte wordt ingezet voor detailhandelsactiviteiten¹. Dit is exclusief een buitenverkoopruimte van circa 2.772 m²². De uitbreiding van Intratuin vindt volledig plaats op eigen terrein. De beoogde nieuwe omvang zal in totaal circa 9.117 m² wvo bedragen, wat een per saldo uitbreiding betekent van circa 1.740 m² wvo. Van de beoogde nieuwe omvang bestaat 8.487 m² wvo uit detailhandelsactiviteiten en 630 m² wvo uit horeca-activiteiten. Per saldo bedraagt de uitbreiding van detailhandelsactiviteiten circa 1.355 m² wvo (inclusief ondergeschikte nevenactiviteiten) en de uitbreiding van de horeca-activiteiten 385 m². Het tuincentrum op verdieping wordt vervangen door horeca en een landwinkel/kookwinkel. De horeca op verdieping kan worden beschouwd als zelfstandige horeca met eigen openings- en sluitingstijden, maar is ondergeschikt aan de hoofdactiviteit en past binnen het tuinconcept.

Tabel 1.1: Samenvatting per saldo toevoeging

Activiteit	Huidige m ² wvo	Beoogd m ² wvo	Saldo
Detailhandel (tuincentrum)	7.132	8.487	+1.355
Horeca	245	630	+385
Totaal	7.377	9.117	+1.740

Op basis van het bovenstaande wordt in de onderhavige rapportage ingezoomd op het tuincentrum- en horeca-aanbod in de gemeente Barneveld en de relevante omgeving.

De centrale vragen voor het onderzoek en advies hebben wij als volgt geformuleerd:

¹ In de distributieve berekening gaan wij uit van circa 7.377 m² wvo, omdat Locatus en in de omzetkengetallen de horeca-component in tuincentra ook niet apart is geregistreerd als horeca. Deze horeca is momenteel immers ondergeschikt aan de hoofdactiviteit.

² De buitenverkoopruimte van een tuincentrum wordt in distributieplanologisch onderzoek niet meegenomen in het winkelvloeroppervlak, omdat de betreffende kengetallen (m² wvo en omzet per m² wvo) alleen betrekking hebben op de overdekte en verwarmbare ruimten. De omzet op de buiten- of anderszins open ruimten is in de landelijke kengetallen wel toegerekend naar de overdekte en verwarmbare ruimte. Het landelijke kengetal is toepasbaar omdat de uitbreiding van de overdekte- en buitenruimte relatief evenredig is.

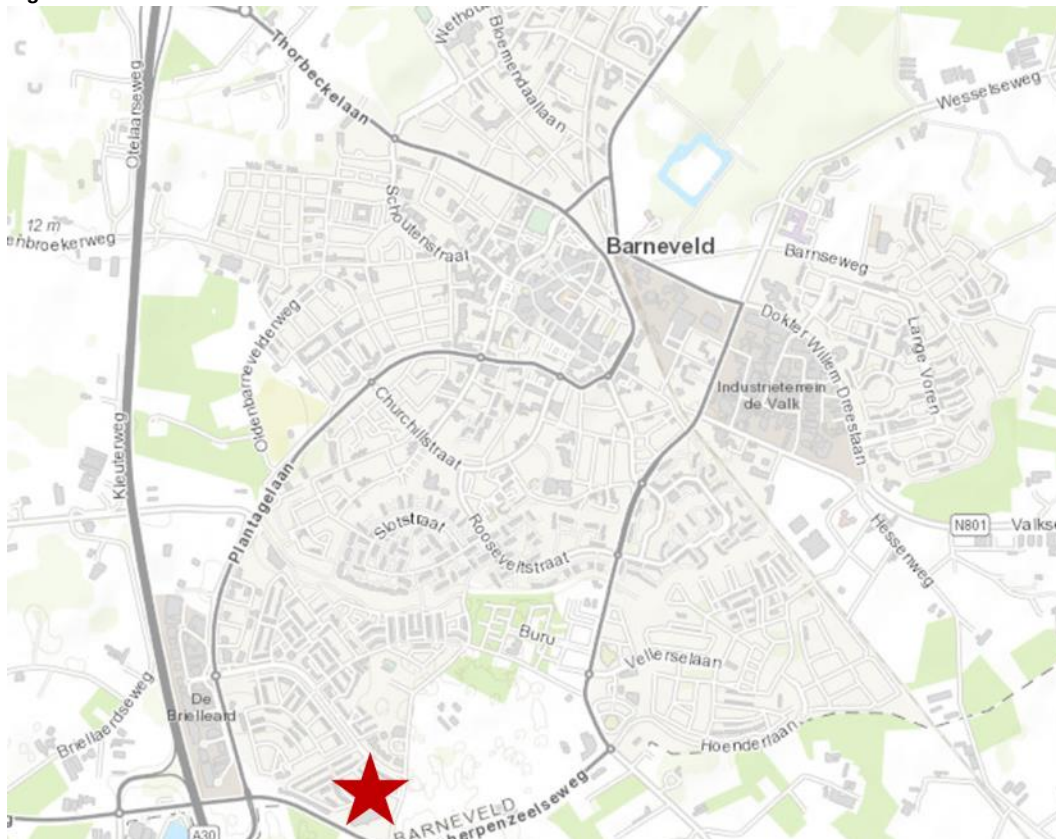
- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van tuincentra en horeca in de gemeente Barneveld en relevante omgeving momenteel opgebouwd?
- Wat zijn hier de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het aanbod aan tuincentra en horeca?
- Wat zijn de effecten van een uitbreiding van het tuincentrumaanbod en de horeca op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand?

1.2 Planlocatie en initiatief

Locatie

Intratuin Barneveld ligt aan de rand van de kern, nabij de afslag A30 (zie navolgend). Het tuincentrum is met name vanuit Ede en Wageningen goed bereikbaar.

Figuur 1.1: Planlocatie

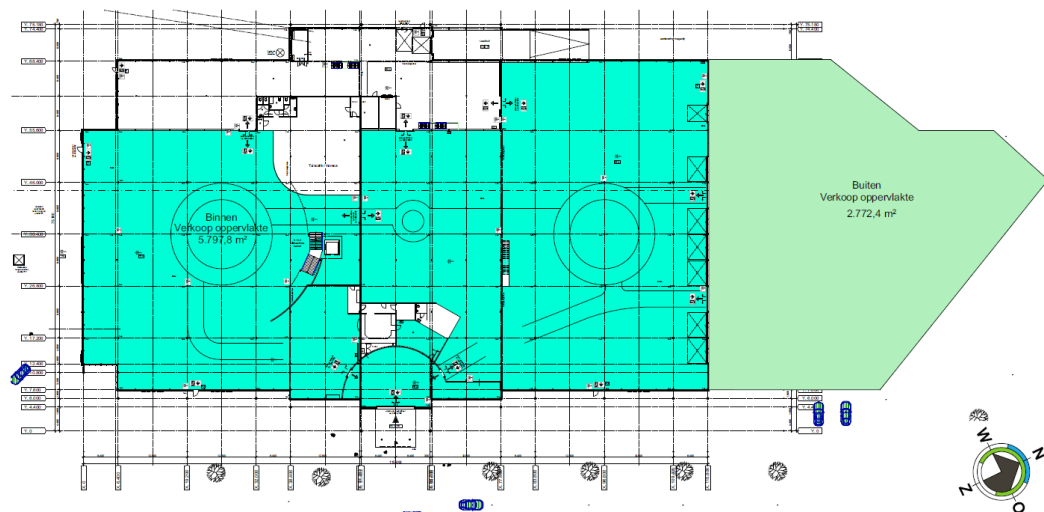


Figuur 1.2: Impressie

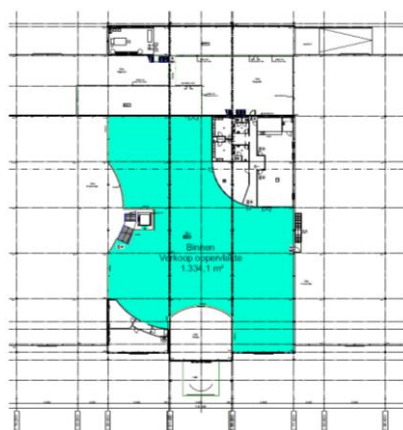


De Intratuin in Barneveld kan worden beschouwd als een zeer grootschalig tuincentrum. Kenmerk van een zeer grootschalig tuincentrum is het sterke regionale verzorgingsgebied. Dit type tuincentrum zal naast verkoop vooral moeten voorzien in de behoefte van consumenten ten aanzien van vermaak en beleving. Naast het standaard levend en niet levend assortiment van het tuincentrum, bestaat het assortiment van een tuincentrum van een dergelijke omvang doorgaans ook onder andere uit dibevo-artikelen, wonen, wellness, tuingerelateerd speelgoed en streekproducten. Veelal is er ook sprake van ondersteunende horeca.

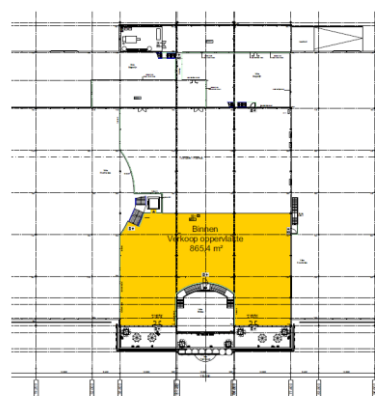
Figuur 1.3a: Huidige situatie begane grond



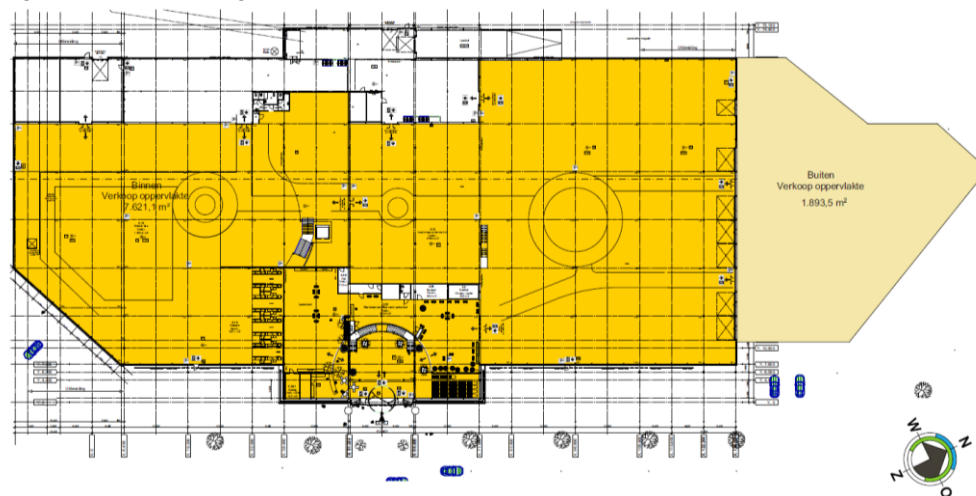
Figuur 1.3b: Huidige situatie verdieping



Figuur 1.4b: Toekomstige situatie verdieping



Figuur 1.4a: Toekomstige situatie



Verzorgingsgebied

Het tuincentrum heeft primair een verzorgingsfunctie voor de inwoners uit Barneveld, maar trekt ook relatief veel koopkracht van buiten. Uit de Structuurvisie PDV kern Barneveld blijkt dat circa 65% van de omzet van Intratuin van buiten de gemeente komt. De Intratuin in Barneveld heeft vanwege de omvang, maar ook vanwege de gunstige ligging een regionale verzorgingsfunctie. In Amersfoort is onder andere een andere grootschalige Intratuin, is Eurofleur en Ranzijn Dier en Tuin aanwezig. De koopkracht uit Amersfoort zal daardoor beperkt zijn. Naar verwachting komen de bezoekers van buiten de gemeente met name van de kleinere kernen rondom Barneveld, uit Ede en Veenendaal, maar ook uit Wageningen en gebieden als Scherpenzeel, Maarsbergen, Leersum en Driebergen Zeist.

2. CONCLUSIE EN LADDER

In onderhavige rapportage is de beoogde ontwikkeling van Intratuin te Barneveld getoetst aan de wettelijk verplichte Ladder voor Duurzame verstedelijking (zie kader). De behoefte zal moeten worden aangetoond en tevens mag de ontwikkeling niet tot onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur, consumentenverzorging en leegstand leiden.

Ladder voor Duurzame Verstedelijking (art. 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening)

Dit is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument, dat doorlopen moet worden voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Per 1 juli 2017 luidt het tweede lid van art. 3.1.6. 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."

De Intratuinlocatie bevindt zich binnen bestaand stedelijk gebied, omdat het reeds een stedelijke bestemming heeft. Daarom richt onderhavige onderbouwing zich op de behoefte aan en de effecten van de ontwikkeling binnen het relevante verzorgingsgebied, namelijk de gemeente Barneveld en omgeving.

Behoefte

Er is zowel kwantitatieve als kwalitatieve behoefte aangetoond voor de uitbreiding en modernisering van Intratuin (zowel voor de detailhandelsactiviteiten als de horeca):

Tuincentrum (detailhandel)

- Het planinitiatief speelt nadrukkelijk in op landelijke trends en ontwikkelingen in de tuin-centrum-branch. Grotere tuincentra, zoals Intratuin Barneveld, kunnen inspelen op een totaalbeleving rondom het thema dier en tuin waar nadrukkelijk behoefte aan is. Om hierop te kunnen inspelen is veel ruimte nodig voor een breed assortiment en voldoende beleving. Door de uitbreiding van Intratuin kan worden ingespeeld op deze behoefte.
- Het planinitiatief speelt in op de vigerende beleidskaders, omdat primair wordt ingezet in een versterking van de kwaliteit van een belangrijke regionale trekker. Door de beoogde ontwikkeling zal Intratuin beter inspelen op de behoefte van de consument en kan de consumentenverzorging beter bediend worden. Hoewel er sprake is van uitbreiding van de winkelruimte, moet benadrukt worden dat een groot deel hiervan plaatsvindt op eigen terrein waar momenteel al activiteiten van Intratuin plaatsvinden (bijvoorbeeld de buitenruimte en het parkeerterrein). Per saldo blijft de uitbreiding van het tuincentrum en de horeca, dat volledig plaatsvindt op eigen terrein, beperkt en deze uitbreiding wordt ingezet om de beleving en kwaliteit te verhogen. Het gemeentelijk beleid houdt rekening met de beoogde ontwikkeling van Intratuin.
- Hoewel de concurrentiedruk in de regio Barneveld als gevolg van de bouw- en tuinmarkt-ontwikkelingen zal toenemen voor Intratuin, blijft er een duidelijke complementariteit bestaan. De tuincentra

van Hornbach en Bauhaus zijn qua aard en omvang niet te vergelijken met Intratuin en deze worden ook veelal als aanvulling op doe-het-zelfaankopen bezocht, terwijl Intratuin specifiek wordt bezocht. Benadrukt moet worden dat in de omzetkengetallen van tuincentra de tuincentra van bouw- en tuinmarkten niet zijn meegenomen. De omzet die hier wordt gehaald is verdisconteerd in de doe-het-zelfbestedingen.

- Naar de toekomst toe stijgt het aantal inwoners, maar daalt de gemiddelde besteding per inwoner. Per saldo neemt het bestedingspotentieel wel toe. Dit resulteert in circa 2.000 tot 2.600 m² wvo uitbreidingsruimte in de tuincentrumbranche. Dit is vergelijkbaar met de in de visie berekende ruimte van 2.163 m² wvo. Op basis van de distributieve berekening moet geconstateerd worden dat er voldoende marktruimte bestaat voor de beoogde uitbreiding van het tuincentrum en deze uitbreiding daarmee ook voorziet in een kwantitatieve behoefte.

Horeca

- Het planinitiatief speelt in op landelijke trends in de horecabranche. Er bestaat steeds meer behoefte voor horeca op trafficlocaties (goed bereikbaar en voldoende parkeren) en de samenhang met andere activiteiten, zoals detailhandel, wordt steeds belangrijker. De horeca wordt gesitueerd boven Intratuin, waardoor combinatiebezoek tussen horeca en detailhandel gestimuleerd wordt. Bovendien zal het de belevingswaarde van het bezoek aan het tuincentrum aanzienlijk verhogen.
- Het planinitiatief speelt in op het gemeentelijke horecabeleid. Het beleid benadrukt dat horeca goed moet aansluiten bij de belevingswensen van de consument. Door een sterke horecacomponent toe te voegen aan Intratuin, neemt de belevingswaarde en verblijfsduur toe. Bezoek aan het tuincentrum kan gecombineerd worden met een etentje. Ook wil de gemeente ondernemerschap en innovatieve stimuleren.
- In de toekomst ontstaat er ruimvoldoende marktpotentie voor uitbreiding van het horeca-aanbod in alle drie de deelsectoren (drankverstrekkers, fastservice en restaurants). Immers, het bestedingspotentieel ligt hoger dan de omzetclaim van het huidige aanbod. Op basis hiervan moet geconcludeerd worden dat er naast een kwalitatieve behoefte ook sprake is van een kwantitatieve behoefte.

Aanvaardbare effecten

Geconcludeerd wordt dat de effecten van de beoogde uitbreiding van de detailhandel en horeca op de beoogde locatie om de volgende redenen aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Tuincentrum (detailhandel):

- Er is zowel in kwalitatieve als kwantitatieve zin behoefte aangetoond. Er blijft zodoende voldoende omzet over voor het gevestigd aanbod voor economisch duurzaam functioneren.
- De uitbreiding van Intratuin zorgt voor een toenemende aantrekkingskracht wat ertoe leidt dat de lokale binding iets toeneemt en wellicht meer mensen van verder weg getrokken worden. Deze effecten zullen zich spreiden over een groot gebied en dus vele aanbieders. Per saldo zal het effect op individuele zaken verwaarloosbaar zijn, des te meer gezien het beperkte omzeteffect.

- De kleinere tuincentra zullen nauwelijks effecten ondervinden, omdat de uitbreiding relatief beperkt blijft en er voldoende ruimte in de markt ontstaat. Bovendien hebben de kleinere tuincentra een andere functie dan Intratuin. Deze zijn daardoor in omvang complementair.
- In de regio zullen de effecten zich met name concentreren op vergelijkbare grootschalige tuincentra, zoals Eurofleur en Ranzijn Dier en Tuin. Deze grootschalige tuincentra hebben echter ook een zeer sterke eigen aantrekkingskracht, waardoor het niet te verwachten is dat er zaken zullen verdwijnen.
- De effecten van de uitbreiding van Intratuin op de komst van enkele nieuwe tuincentra in bouw- en tuinmarkten zijn beperkt. Zoals eerder aangegeven worden de tuincentra bij megabouwmarkten veelal als onderdeel van de doe-het-zelfaankopen bezocht en betreft het een basisassortiment.
- De uitbreiding van de nevenactiviteiten blijft ondergeschikt aan de hoofdfunctie. Bovendien past een dergelijke branchevervaging bij de functie van de zeer grootschalige tuincentra. De aanwezigheid van een landwinkel/kookwinkel bij Intratuin zal niet leiden tot minder aankopen in specifieke huishoudelijke en/of levensmiddelenzaken, omdat deze een andere functie hebben.

Per saldo moet geconcludeerd worden dat de effecten van de Intratuinontwikkeling op de consumentenverzorging positief zijn. Het aanbod wordt immers versterkt en dit is positief voor de consument. De effecten op de detailhandelsstructuur zijn eveneens positief. Effecten op bestaande winkelcentra of winkels zijn niet onaanvaardbaar en met de ontwikkeling wordt een beleidsmatig aangewezen PDV-locatie versterkt. De effecten op de leegstand zijn per saldo niet negatief.

Horeca

- Er is zowel in kwalitatieve als kwantitatieve zin behoefte aangetoond. Er blijft zodoende voldoende omzet over voor het gevestigd aanbod voor economisch duurzaam functioneren.
- Verder geldt voor grootschalige horeca-concepten dat zij door de omvang, ligging en profilering, een wezenlijk ander marktsegment bedienen dan het bestaande horeca- en leisure-aanbod in Barneveld en omgeving en wel om de volgende redenen:
 - Grootschalig aanbod zal vooral bezoekers trekken die graag dichtbij parkeren, waarde hechten aan de gunstige prijsstelling.
 - Daartegenover staat dat het bestaande horeca-aanbod vooral de eigen bevolking, dagjesmensen en toeristen bedient. Het centrumgebied van Barneveld blijft ook de plek waar men meer gespecialiseerde restaurants kan vinden of waar het restaurantbezoek gecombineerd kan worden met winkelbezoek.
- Gezien de aard van het aanbod en de doelgroepen die de horeca in centrumgebieden en de horeca op perifere locaties bedient, is de komst van onderscheidend grootschalig horeca-aanbod eerder een verrijking dan een bedreiging voor Barneveld. Immers, het aanbod op beide locaties is complementair aan elkaar. Bovendien beschikt Barneveld nog niet over grootschalig horeca-aanbod binnen de voorgestelde marktsegmenten en creëert dergelijk aanbod zijn eigen markt.

Planinitiatieven leegstand en plancapaciteit

- Er zijn geen planinitiatieven in Barneveld bij BRO bekend welke zouden kunnen voorzien in de behoefte zoals bovenstaand omschreven.

- Er zijn geen leegstaande panden qua omvang en locatie geschikt om het initiatief van Intratuin te ondervangen. Het betreft immers een uitbreiding op een bestaande locatie die behoort tot de detailhandelsstructuur.
- Er is geen relevante plancapaciteit aanwezig in de gemeente Barneveld, geschikt om het beoogde programma te ondervangen.

Tot slot

Op basis van het bovenstaande moet geconcludeerd worden dat de ontwikkeling van Intratuin resulteert in een positief effect op de detailhandels- en horecastructuur en de consumentenverzorging. Het aanbod wordt versterkt. De effecten op leegstand zijn per saldo niet onaanvaardbaar. Bovendien zijn er geen onaanvaardbare effecten te verwachten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

3. ANALYSE TUINCENTRA

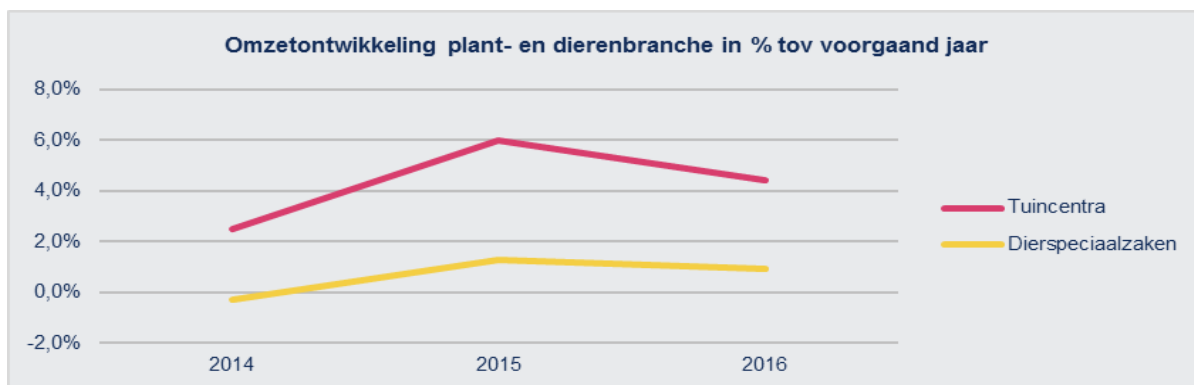
Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies van de marktmogelijkheden en effecten van het tuincentrumdeel zoals behandeld in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een aanbodanalyse gemaakt van het gevestigde tuincentrumaanbod in het primaire verzorgingsgebied en de relevante regio.

Daarna wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op de tuinbranche, beleidskaders, plannen en initiatieven in de omgeving en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden vervolgens gebruikt voor het aangeven van de distributieve uitbreidingsruimte en de effecten van het planinitiatief.

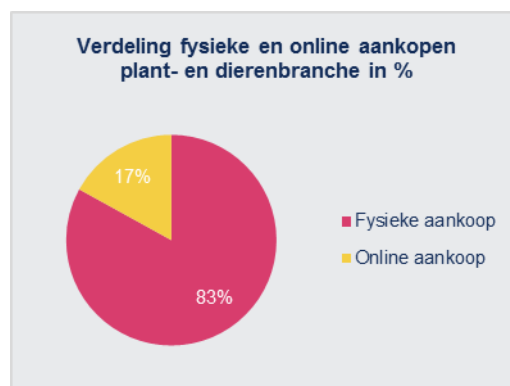
3.1 Trends en ontwikkelingen

Omzet en bestedingen

De omzet in de sector plant en dier is het afgelopen jaar licht gegroeid¹. De groeiende omzet wordt verklaard door het groeiende consumentenvertrouwen en de aantrekkende woningmarkt. Bij tuincentra is deze toename in omzet beter merkbaar dan bij dierspeciaalzaken. Zo was de omzetstijging van tuincentra in 2016 circa 4,4% ten opzichte van 2015 tegenover 0,9% toename van de omzet bij dierspeciaalzaken².



Uit recent onderzoek blijkt dat circa 16,5% van de tuinartikelaankopen via het internet worden gedaan³. Dit hoge online aandeel wordt met name gedreven door de niet-levend categorieën, zoals potgrond, meststoffen en tuinmeubilair. Dit cijfer moet echter worden genuanceerd doordat vaak niet geheel duidelijk is wanneer iets nu echt online wordt verkocht. Vaak worden spullen alsnog bij de tuincentra zelf opgehaald.



Vraagzijde

- **Oudere doelgroep.** De verandering in samenstelling van huishoudens en de vergrijzing zorgt ervoor dat er andere doelgroepen gaan ontstaan. Deze doelgroepen wensen veelal advies te krijgen bij de aankoop van producten in de plant- en dierenbranche. Daarnaast waarderen zij advies en hulp bij klusdiensten. Ook groeit de vraag van deze doelgroep naar grote, kamerplanten die weinig onderhoud vergen.
- **Aantrekkende woningmarkt.** Er is een relatie tussen de ontwikkelingen op de woningmarkt en de plant- en dierenbranche. Het aantal verkochte woningen blijft toenemen en de huizenprijzen blijven stijgen. Mede door de toename in koopkracht, de groeiende werkgelegenheid en de lage hypotheekrente komt de woningmarkt terug op niveau. Het consumentenvertrouwen speelt hier ook een rol in. Door deze aantrekkende woningmarkt stijgt het aantal aankopen in de tuin- en dierenbranche, omdat hier ook vaak woon- en decoratie-artikelen worden verkocht.
- **Behoeft aan service.** De consument heeft vaak veel minder tijd of heeft niet zulke groene vingers en vandaar dat er behoefte is aan service. Een bezoek aan een tuincentrum vraagt vaak om vermaak, ontspanning en beleving en daarom zijn horecagelegenheden in bijvoorbeeld tuincentra erg in trek. Daarnaast wordt een dierenafdeling ook als wenselijk geacht.
- **Gezonde leefstijl.** Consumenten hechten steeds meer waarde aan hun gezondheid. Inzicht in hoe producten gemaakt worden, wat er aan zouten, vetten en suikers is toegevoegd en waar de grondstoffen vandaan komen, is tegenwoordig erg belangrijk voor de consument. Vandaar dat eten uit eigen tuin en het zelf kweken van groente en kruiden in opmars is.

Aanbod

- **Krimp.** Het aantal tuincentra en dierenpeciaalzaken neemt af. Enerzijds door de sterke concurrentie met voornamelijk supermarkten en anderzijds omdat een deel van het ondernemersbestand vergrijsd en er geen opvolging voor de zaak wordt gevonden.
- **Schaalvergroting.** De schaalvergroting zet door in de branche. Bestaande tuincentra worden groter (XL-vestigingen), om te kunnen blijven voldoen aan de behoefte van de consument. Deze branche wordt gekenmerkt met overcapaciteit, waardoor er in de komende jaren nog steeds sprake zal zijn van een verdringingsmarkt. De grote tuincentra hebben concurrentievoordeel, omdat ze consumenten kunnen trakteren op een totaalbeleving.
- **Branchevervaging.** Tuincentra zetten in op een totaalbeleving door hun assortiment uit te breiden met kleding (outdoor), interieurproducten, tuinspeelgoed, fietsen, autoaccessoires en allerlei huishoudelijke artikelen. De aanwezigheid van een grote dierenafdeling is al gemeengoed. Vaak is er ook horeca in het tuincentrum aanwezig. Er is door het ruime aanbod en diverse 'branchevreemde' aanbieders sprake van een sterke concurrentie. De tuincentra ondervinden concurrentie van andere tuincentra, bouwmarkten en grote supermarkten.

Conclusie

Het planinitiatief speelt nadrukkelijk in op landelijke trends en ontwikkelingen in de tuincentrumbranche. Grotere tuincentra, zoals Intratuin Barneveld, kunnen inspelen op een totaalbeleving rondom het thema dier en tuin waar nadrukkelijk behoefte aan is. Om hier op te kunnen inspelen is veel ruimte nodig voor een breed assortiment en voldoende beleving. Door de uitbreiding van Intratuin kan worden ingespeeld op deze behoefte.

3.2 Aanbodanalyse

Tuincentrumaanbod gemeente Barneveld

De gemeente Barneveld telt momenteel 6 tuincentra, met een totale omvang van 8.742 m² wvo³. Het grootste deel van de omvang wordt ingevuld door Intratuin van 7.377 m² wvo. De overige tuincentra in de gemeente hebben een zeer kleinschalige omvang met gemiddeld 273 m² wvo per tuincentrum. Het tuincentrumaanbod in de gemeente Barneveld wordt daardoor grotendeels bepaald door Intratuin. De overige tuincentra in de gemeente zijn zelfstandige ondernemers en hebben primair een lokale verzorgingsfunctie.

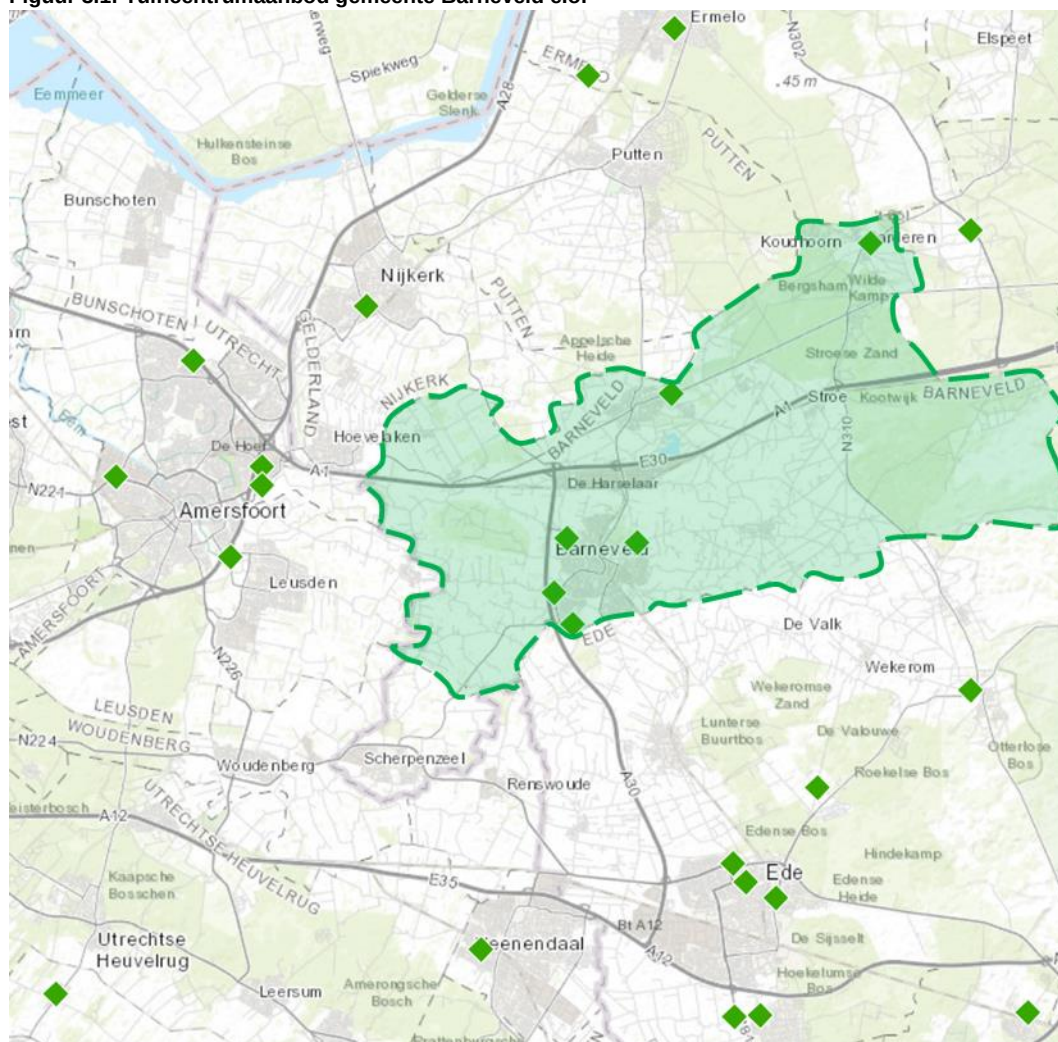
Als het tuincentrumaanbod in de gemeente wordt afgezet tegenover het huidige inwonertal, betekent dit een aanbod van circa 155 m² wvo per 1.000 inwoners. Landelijk ligt het aanbod tuincentra veel lager, namelijk op 95 m² wvo per 1.000 inwoners. Het relatief ruime aanbod in de gemeente Barneveld wordt bepaald door de sterke bovenregionale verzorgingsfunctie van Intratuin.

Tuincentrumaanbod omgeving

In de omgeving zijn diverse tuincentra aanwezig. Grootste tuincentrum in de omgeving is Eurofleur te Leusden (16.162 m² wvo). In Amersfoort zijn Ranzijn (6.752 m² wvo) en Intratuin (6.106 m² wvo) twee grootschalige tuincentra. De Intratuin in Amersfoort ligt aan de westkant van Amersfoort. Ranzijn ligt aan de noordoostkant. Ook in Nijkerk is een Intratuin-vestiging aanwezig van 6.377 m² wvo. Bij Wageningen is De Oude Tol (5.452 m² wvo) een grote speler. Verder zijn er in de regio (zie navolgend kaartbeeld) nog diverse andere tuincentra aanwezig, maar deze hebben een relatief beperkte omvang.

³ Bron: Locatus 2017. Intratuin Barneveld staat in Locatus geregistreerd met een omvang van 6.470 m² wvo. Op basis van de bouwtekeningen blijkt de omvang echter groter te zijn, namelijk 7.377 m² wvo. Wij zijn in de aanbodanalyse uitgegaan van het metrage zoals blijkt uit de bouwtekeningen.

Figuur 3.1: Tuincentrumaanbod gemeente Barneveld e.o.



3.3 Leegstand

Gemeente Barneveld

In de gemeente Barneveld staan 37 verkooppunten leeg, met een totale omvang van 7.586 m² wvo. Dit komt neer op circa 4,8% van het aantal verkooppunten en 4,4% van het totale winkelvloeroppervlak⁴. De leegstand is daarmee fors lager dan het landelijk gemiddelde van 7,3% van het aantal verkooppunten en 7,7% van het aantal m² wvo. De leegstand ligt bovendien onder het niveau van frictieleegstand. Enige leegstand is noodzakelijk om dynamiek in de markt te kunnen faciliteren.

⁴ Berekend volgens 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. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

In de navolgende tabel is een overzicht opgenomen met daarin de top 5 grootste leegstaande panden in de gemeente Barneveld. Geen enkel pand is geschikt om het initiatief naar omvang te huisvesten. Bovendien is het niet logisch het initiatief in een leegstaand pand te huisvesten, omdat het een uitbreiding van een bestaand tuincentrum betreft. Een tuincentrum past sowieso niet in het hoofdcentrum van Barneveld, omdat het bereikbaarheids- en functionele profiel niet aansluit. Tuincentra zijn beleidsmatig al vele jaren toegestaan in de periferie.

Tabel 3.1: Top-5 leegstaande panden in het primaire verzorgingsgebied

Woonplaats	Adres	Type	Winkelgebied	m ² wvo
Barneveld	Torenplein 5	Aanvang/Frictie	Centrum Barneveld	983
Voorthuizen	Hoofdstraat 168	Aanvang/Frictie	Centrum Voorthuizen	911
Barneveld	Amersfoortsestraat 35	Structureel	Amersfoortsestraat-Barneveld	890
Barneveld	Amersfoortsestraat 35	Structureel	Amersfoortsestraat-Barneveld	856
Barneveld	Catharijnesteeg 10	Langdurig	Centrum Barneveld	506

3.4 Beleidskaders

In bijlage 2 is een samenvatting opgenomen van de relevante beleidskaders.

- Het provinciaal beleid is in principe terughoudend met het toevoegen van nieuwe detailhandelsmeters in de periferie. Tegelijkertijd ziet de provincie wel dat er een marktontwikkeling is die leidt tot grootschalige winkels met een bovenlokale/regionale verzorgingsfunctie. Detailhandel met een regionale verzorgingsfunctie die ruimtelijk niet in de bestaande winkelgebieden gefaciliteerd kan worden moet daarom een plek kunnen krijgen op een beperkt aantal ruimtelijk goed gekozen perifere detailhandelslocaties. Intratuin Barneveld is hier een goed voorbeeld van.
- Het regiobeleid geeft aan dat de mogelijkheden voor uitbreiding van het perifere aanbod de positie van centrumgebieden niet mag schaden. Zoals blijkt uit onderhavige effectenanalyse heeft de uitbreiding van Intratuin geen onaanvaardbare effecten op de huidige detailhandelsstructuur en daarmee de centra. Bovendien gaat het niet om het toevoegen van een nieuwe locatie, maar wordt een bestaande winkel met een belangrijke regionale aantrekkingskracht versterkt. Dit is een belangrijk uitgangspunt van het beleid. Tot slot moet benadrukt worden dat de uitbreiding van het tuincentrum (en de horeca) voor een groot deel binnen de bestaande meters van het tuincentrum plaatsvindt. De horecacomponent wordt echter iets groter en een deel van de buitenruimte wordt betrokken bij de kas.
- In de gemeentelijke PDV visie voor Barneveld wordt de ontwikkeling van Intratuin concreet benoemd. In het beleid is hier rekening mee gehouden. De locatie aan de Scherpenzeelseweg wordt aangeduid als één van de drie bestaande PDV-locaties. Inzetten op een kwalitatieve versterking wordt toegestaan. Hiervan is sprake, aangezien een bestaand tuincentrum met regionale aantrekkingskracht wordt uitgebreid en gemoderniseerd, zodat beter kan worden ingespeeld op de behoefte van de consument. De uitbreiding vindt grotendeels plaats binnen de bestaande meters.

Conclusie

Het planinitiatief speelt in op de vigerende beleidskaders, omdat primair wordt ingezet in een versterking van de kwaliteit van een belangrijke regionale trekker. Door de beoogde ontwikkeling zal Intratuin beter inspelen op de behoefte van de consument en kan de consumentenverzorging beter bediend worden. Hoewel er sprake is van uitbreiding van de winkelruimte, moet benadrukt worden dat een groot deel hiervan plaatsvindt op eigen terrein waar momenteel al activiteiten van Intratuin plaatsvinden (bijvoorbeeld de buitenruimte en het parkeerterrein). Per saldo blijft de uitbreiding van het tuincentrum en de horeca beperkt en deze uitbreiding wordt ingezet om de beleving en kwaliteit te verhogen.

3.5 Plannen en initiatieven

Los van het in de inleiding van dit rapport beschreven planinitiatief, spelen nog enkele andere relevante plannen ten aanzien van de tuinbranche in de regio:

- In de regio spelen diverse Hornbach ontwikkelingen:
 - Duiven: inmiddels onherroepelijk bestemmingsplan.
 - Apeldoorn: vastgesteld bestemmingsplan, momenteel loopt de beroepsprocedure.
 - Ede: regio heeft besloten dat er geen Hornbach komt, dus gaat niet door.
- In de regio spelen ook enkele Bauhaus ontwikkelingen:
 - Arnhem: vestiging op industrieterrein IJsseloord 2. De gemeente Arnhem heeft een omgevingsvergunning afgegeven, maar hiertegen zijn zienswijzen ingediend. De provincie is tegen. Gezien de definitieve ontwikkeling van Hornbach te Duiven is het nog maar de vraag of Bauhaus daadwerkelijk naar Arnhem komt.
 - Amersfoort: status is zacht, procedure is nog niet opgestart.
- Voor de tuincentra van Hornbach en Bauhaus moet rekening worden gehouden met een omvang van circa 1.500 tot 2.500 m² wvo.
- De tuincentra van de grootschalige bouw- en tuinmarkten zijn qua aard en omvang niet vergelijkbaar met Intratuin. De tuincentra van Hornbach en Bauhaus zijn relatief kleinschalig in omvang en assortiment, waarbij Hornbach iets meer accent legt op levend en dier en Bauhaus meer op tuinartikelen en niet-levend.

Conclusie

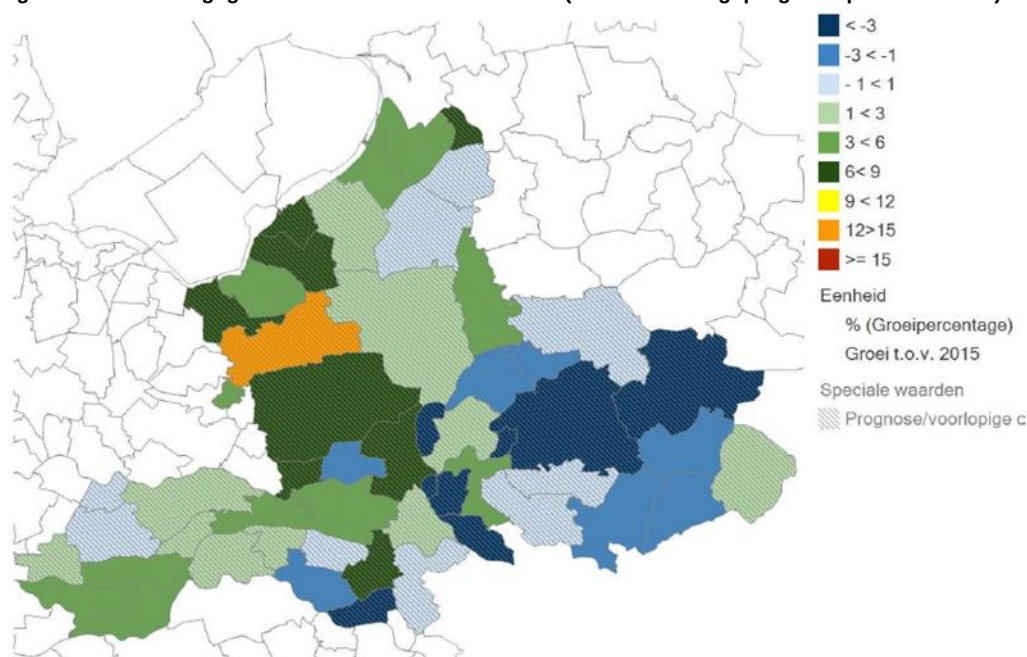
Hoewel de concurrentiedruk in de regio Barnveld als gevolg van de bouw- en tuinmarktontwikkelingen zal toenemen voor Intratuin, blijft er een duidelijke complementariteit bestaan. De tuincentra van Hornbach en Bauhaus zijn qua aard en omvang niet te vergelijken met Intratuin en deze worden ook veelal als aanvulling op doe-het-zelfaankopen bezocht, terwijl Intratuin specifiek wordt bezocht. Benadrukt moet worden dat in de omzetkengetallen van tuincentra de tuincentra van bouw- en tuinmarkten niet zijn meegenomen. De omzet die hier wordt gehaald is verdisconteerd in de doe-het-zelfbestedingen.

3.6 Consumentendraagvlak

Aantal inwoners

Anno 2017 telt de gemeente Barneveld circa 56.376 inwoners⁵. Op basis van de Primos-prognose, zoals is weergegeven op de gemeentelijke website onder feiten & cijfers, neemt het aantal inwoners in de gemeente tot 2025 toe naar 62.233 inwoners. Dit is een stijging van ruim 10%. Uit de provinciale prognose uit 2017 (zie navolgend), blijkt dat de gemeente Barneveld ten opzichte van alle andere gemeenten in Gelderland het sterkste groeit, namelijk met 12 tot 15% tot 2025. Dit ligt sterk boven het provinciale gemiddelde van 3,2% en het landelijk gemiddelde van 4,2%. De Gelderse prognose gaat daardoor in vergelijking tot de Primos-prognose uit van een nóg sterkere bevolkingsgroei. In de berekening wordt zekerheidshalve uitgegaan van de meest behoudende prognose (Primos).

Figuur 3.2: Bevolkingsgroei 2025 t.o.v. 2015 Gelderland (bron: bevolkingsprognose provincie 2017)



Bestedingen

In de navolgende figuur is het particulier besteedbaar huishoudensinkomen (€ x1.000) weergegeven op basis van feiten en cijfers van de gemeente (2014). Hieruit blijkt dat het besteedbaar inkomen in de gemeente circa 10% boven het landelijk gemiddelde ligt. Bij een afwijking groter dan 5% is het bij distributieplanologisch onderzoek gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen. Op basis van het besteedbaar inkomen per hoofd op basis van het CBS (2012) ligt het inkomen in Barneveld 8,6% beneden het landelijk gemiddelde. Beide cijfers geven daardoor een andere conclusie. Wij gaan in de berekening uit van het landelijk gemiddelde. In Nederland wordt in de tuincentrumbranche gemiddeld € 73,- per hoofd per jaar besteed. De gemiddelde vloerproductiviteit van tuincentra bedraagt landelijk € 737,- per m² wvo per jaar.

⁵ Bron: CBS Statline, Kerncijfers wijken en buurten 2017.

Figuur 3.3: Gemiddeld particulier besteedbaar huishoudensinkomen (€ x1.000)



Koopstromen

Er zijn geen recente koopstroomgegevens over Barneveld beschikbaar. Uit het laatste koopstromenonderzoek waar Barneveld aan heeft meegedaan (KSO 2010), blijkt dat het aanbod in de plant & dier branche 94% van de koopkracht aan zich weet te binden en 56% van buiten de kern Barneveld aantrekt. Op gemeenteniveau zal de binding iets hoger liggen en de toevloeiing iets lager, aangezien deel van de toevloeiing op kernniveau op gemeenteniveau als binding moet worden beschouwd. Wij gaan uit van een huidige koopkrachtbinding en –toevloeiing op gemeenteniveau van respectievelijk 90 en 50%. Deze hoge toevloeiing wordt primair verklaard door Intratuin. In de gemeentelijke visie staat benoemd dat 65% van de totale omzet van Intratuin van buiten de gemeente komt. Bij een huidige omvang van Intratuin betekent dit op basis van een gemiddelde omzet al snel een absolute toevoeging van circa € 3,5 mln.⁶

De uitbreiding en versterking van Intratuin zal het tuincentrumaanbod in de gemeente aanzienlijk versterkt worden. Dit zal enig effect kunnen hebben op de koopstromen. Bovendien neemt het aantal inwoners in de gemeente fors toe, waardoor automatisch meer koopkrachtpotentie ontstaat. In de berekening gaan wij uit van een minimaal en maximaal koopkrachtscenario. In het minimale scenario houden wij de koopstromen op het huidige niveau. In het maximaal niveau gaan wij er vanuit dat de koopkrachtbinding kan toenemen tot maximaal 95%. In de bestedingen gaan wij uit van een beperkte afname naar de toekomst toe, vanwege het interneteffect. Wij volgen de lijn uit de visie, waarbij het internetaandeel voor tuincentra zal toenemen van circa 1% tot 3%.

3.7 Functioneren en uitbreidingsruimte

Gemeente Barneveld

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

⁶ 7.400 m² wvo * € 737 = € 5,45 mln. omzet Intratuin. Hiervan komt 65% van buiten de gemeente, dus circa € 3,5 mln. toevloeiing.

Tabel 3.1: Benadering functioneren tuincentrumaanbod primaire verzorgingsgebied

	Huidig functioneren (2015)	Toekomstig functioneren <u>minimaal</u> (2025)	Toekomstig functioneren <u>maximaal</u> (2025)
Aantal inwoners	56.376	62.233	62.233
Bestedingen per hoofd (€)	73	71	71
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	4,1	4,4	4,4
Koopkrachtbinding	90%	90%	95%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	3,7	4,0	4,2
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	50%	50%	50%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	3,7	4,0	4,2
Totale besteding (€ mln.)	7,4	8,0	8,4
Huidig wvo (m²)	8.742	8.742	8.742
Omzet per m² wvo (€)	850	925	975
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo)	737	737	737
Uitbreidingsruimte (afgerond)	1.300	2.000	2.600

- Het tuincentrumaanbod in de gemeente Barneveld functioneert momenteel ruim boven het landelijk gemiddelde. Dit levert momenteel al reeds 1.300 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte op.
- Naar de toekomst toe stijgt het aantal inwoners, maar daalt de gemiddelde besteding per inwoner. Per saldo neemt het bestedingspotentieel wel toe. Dit resulteert in circa 2.000 tot 2.600 m² wvo uitbreidingsruimte in de tuincentrumbranche. Dit is vergelijkbaar met de in de visie berekende ruimte van 2.163 m² wvo.
- Op basis van de distributieve berekening moet geconstateerd worden dat er voldoende marktruimte bestaat voor de beoogde uitbreiding van het tuincentrum en deze uitbreiding daarmee voorziet in een kwantitatieve behoefte.

Kwaliteit boven kwantiteit

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

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

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

3.8 Effecten

Omzeteffect

Zoals blijkt uit de vorige paragraaf ontstaat er naar de toekomst toe circa 2.000 tot 2.600 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de tuinentrumbranche. Dit is ruimvoldoende om de beperkte uitbreiding van het tuinentrum te faciliteren. Het is echter niet uit te sluiten dat er enige omzeteffecten zullen ontstaan op andere tuinentra. Op basis van de berekende per saldo toevoeging van detailhandel (exclusief de horeacomponent), betekent dit een omzeteffect van maximaal -0,3%. Dit is zeer beperkt en kan worden beschouwd als ondernemersrisico.

Ruimtelijk-functionele effecten

- De uitbreiding van Intratuin zorgt voor een toenemende aantrekkingskracht wat er toe leidt dat de lokale binding iets toeneemt en wellicht meer mensen van verder weg getrokken worden. Deze effecten zullen zich spreiden over een groot gebied en dus vele aanbieders. Per saldo zal het effect op individuele zaken verwaarloosbaar zijn.
- De uitbreiding van Intratuin speelt in op trends en ontwikkelingen zoals schaalvergroting en beleving en biedt daarmee een optimale winkelervaring voor de consument. De ontwikkeling is noodzakelijk om te kunnen blijven voldoen aan de eisen van de consument.
- De kleinere tuinentra in de gemeente zullen nauwelijks effecten ondervinden, omdat de uitbreiding relatief beperkt blijft en er voldoende ruimte in de markt ontstaat. Bovendien hebben de kleinere tuinentra een andere functie dan Intratuin. Deze zijn daardoor in omvang complementair.
- In de regio zullen de effecten zich met name concentreren op vergelijkbare grootschalige tuinentra, zoals Eurofleur. Deze grootschalige tuinentra hebben echter ook een zeer sterke eigen aantrekkingskracht, waardoor het niet te verwachten is dat er zaken zullen verdwijnen.
- De effecten van de uitbreiding van Intratuin op de komst van enkele nieuwe tuinentra in bouw- en tuinmarkten zijn beperkt. Zoals eerder aangegeven worden de tuinentra bij megabouwmarchen veelal als onderdeel van de doe-het-zelfaankopen bezocht en betreft het een basisassortiment.
- Per saldo moet geconcludeerd worden dat de effecten van de Intratuinontwikkeling op de consumentenverzorging positief is. Het aanbod wordt immers versterkt en dit is positief voor de consument. De effecten op de detailhandelsstructuur zijn eveneens positief. Effecten op bestaande winkelcentra of winkels zijn niet onaanvaardbaar en met de ontwikkeling wordt een beleidsmatig aangewezen PDV-locatie versterkt. De effecten op de leegstand zijn per saldo niet negatief.

- De uitbreiding van de nevenactiviteiten blijft ondergeschikt aan de hoofdfunctie. Bovendien past een dergelijke branchevervaging bij de functie van de zeer grootschalige tuincentra. De aanwezigheid van een landwinkel/kookwinkel bij Intratuin zal niet leiden tot minder aankopen in specifieke huishoudelijke en/of levensmiddelenzaken, omdat deze een andere functie hebben.

Per saldo moet geconcludeerd worden dat de effecten van de Intratuinontwikkeling op de consumentenverzorging positief is. Het aanbod wordt immers versterkt en dit is positief voor de consument. De effecten op de detailhandelsstructuur zijn eveneens positief. Effecten op bestaande winkelcentra of winkels zijn niet onaanvaardbaar en met de ontwikkeling wordt een beleidsmatig aangewezen PDV-locatie versterkt. De effecten op de leegstand zijn per saldo niet negatief.

4. ANALYSE HORECA

4.1 Trends en ontwikkelingen

Trends consumentengedrag

- De consument is in toenemende mate op zoek naar een unieke ervaring. Horeca richt zich daarom steeds meer op vermaak en beleving.
- De belevenis- en betekenis-economie worden steeds relevanter. Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot 'leisureland' waar wonen, werken en winkelen niet meer zonder goede horeca- en leisure-concepten kunnen.
- Na de voorbije crisisjaren durft de consument weer geld uit te geven en neemt de totale omzet in de horecasector weer toe (zie figuur 3.1). Omzetgegevens voor de zeer brede leisure-sector zijn er niet. Wel mag worden aangenomen dat door de aantrekkende economie de totale besteding en omzet in de leisure-sector groeit.

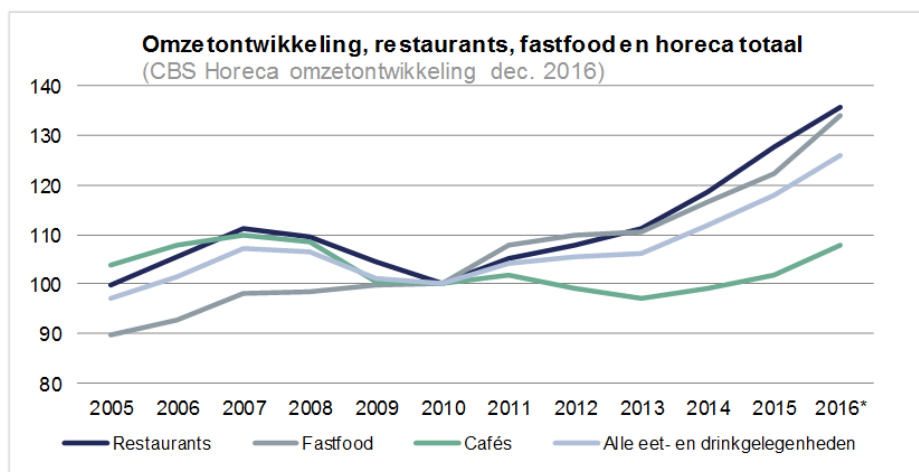
Algemene aanbodontwikkelingen

- Horeca- en leisure-zaken worden groter om aan de eisen van hedendaagse consumenten te voldoen.
- Deze schaalvergroting kan enerzijds verbonden worden aan de omzeteisen, maar heeft anderzijds ook een relatie met de gewenste multifunctionaliteit. De horeca beperkt zich niet alleen tot het serveren van eten en drinken, maar de bedrijven organiseren steeds vaker culturele, recreatieve en leisure-activiteiten en hiervoor is steeds meer ruimte benodigd.
- Horeca en leisure worden steeds meer met andere functies (zoals detailhandel) gemixt om meer belevingswaarde te creëren en nieuwe vernieuwende concepten te realiseren.

Aanbodontwikkelingen op perifere locaties

- Landelijk neemt het aantal grootschalige horeca- en leisure-concepten toe op perifere locaties. Voorbeelden zijn wereldrestaurants en binnenspeeltuinen (de voornaamste concepten worden in de volgende paragraaf toegelicht). Dergelijk grootschalig aanbod vestigt zich steeds vaker op perifere locaties: omdat exploitanten in de keuze voor de vestigingslocatie waarde hechten aan:
 - een optimale bereikbaarheid met de auto;
 - ruime beschikbaarheid van (eigen) parkeergelegenheid dicht bij de ingang;
 - ruime panden met voldoende hoogte, soms op verdieping;
 - goede herkenbaarheid op een zichtlocatie.
- Andersom kan grootschalig horeca- of leisure-aanbod perifere locaties verlevendigen.

Figuur 4.1: Totale omzetontwikkeling horeca t.o.v. een jaar eerder (in%)⁷



In dit deel worden in potentie kansrijke horeca- en leisure concepten voor de Intratuinvestiging beschreven, gelet op locatie-eigenschappen van de planlocatie en de trends en ontwikkelingen.

Fastservice-restaurants en lunchrooms

- Fastservice-restaurants en lunchrooms zijn de meest voorkomende horeca-typen op perifere locaties (zoals bedrijventerreinen en traffic locaties). Gedacht kan worden aan formules zoals Burger King en Subway. De afgelopen jaren worden echter steeds vaker ook alternatieve horeca- en leisure concepten op perifere locaties ingepast. Zo is er aan de Nieuwe Aamsestraat een horeca-concept gevestigd in een voormalig kantoorpand, waar naast een lunchgelegenheid flexibele werkplekken en vergaderruimtes kunnen worden gehuurd (Droom).

Grootschalige Aziatische restaurants

In de (Aziatische) restaurantsector wordt volop geïnnoveerd en geëxperimenteerd. Dit maakt dat dergelijk aanbod sterk in opkomst is, en dan met name op perifere locaties. Ondanks dat er vele concepten en mengvormen zijn, worden in onderhavige rapportage de volgende subsoorten onderscheiden:

- Het wokrestaurant: is ten dele het antwoord op de teruglopende omzetten bij de traditionele Chinees-Indische restaurants. Bij wokrestaurants kan vaak onbepaald gegeten worden in de vorm van een lopend buffet. Dit type restaurant heeft voornamelijk een Aziatische keuken.
- 'All-you can eat' Sushi en Grill restaurants; dit concept heeft de afgelopen jaren de grootste groei meegemaakt. Hier serveert men relatief gezonde en lichte maaltijden, vaak onbepaald.
- Het wereldrestaurant: dit is een opvallende groeier, maar feitelijk geen 'Aziatisch' restaurant (meer). Er zijn in Nederland in een paar jaar tijd diverse grootschalige wereldrestaurants geopend. Soms zijn het zelfstandigen, soms onderdeel van een keten (bijvoorbeeld Watertuin).
- Ook bestaande wokrestaurants transformeren soms naar een grotere zaak met een bredere, mondiale keuken.

⁷ CBS, Statline, Horeca omzetontwikkeling in waarde, peildatum december 2016



Casual dining en fast casual

- De *casual dining* en *fast casual* restaurants vullen het segment in tussen de full-servicerestaurants (dineren à la carte, bediening aan tafel etc.) en de fastfoodformules (snelle bereiding, zelfbediening etc.).
- Casual dining is de tegenhanger van full-servicerestaurants. Hier komen gasten die willen eten in een informele setting (bijvoorbeeld de formule De Beren).
- Fast casual vult het gat tussen fastfood en casual dining. Het combineert de sfeer en ambiance van een restaurant met de snelheid van fastfood (bijvoorbeeld Vapiano's).

Grootschaligheid

- De voorgaand beschreven horeca-concepten combineren de sfeer en kwaliteit van restaurants en de snelheid en informaliteit van fastfood. Vanwege de benodigde kritische omvang (in couverts), rendementseisen en de veelal veelzijdige keukens heeft dergelijk horeca-aanbod doorgaans een grootschalige omvang en een regionaal verzorgend karakter.
- Eenduidige cijfers over de omvang van dit soort horeca-ondernemingen ontbreken, maar gesteld wordt dat 500 m² wel de ondergrens is, maar er zijn ook grootschalige aanbieders met een omvang van 3.000 m².

4.2 Aanbodanalyse

In de volgende tabel is het relevante horeca-aanbod in de gemeente Barneveld vergeleken met het gemiddeld aanbod in Nederland. De analyse is gebaseerd op Locatus met peildatum mei 2017.

Tabel 4.1: Horeca-aanbod gemeente Barneveld en landelijk gemiddelde

	Gemeente Barneveld			Nederland ⁸
	Aantal	m ² wvo	Aantal per 10.000 inwoners	Aantal per 10.000 inwoners
Café	10	831	1,8	3,8
Discotheek	1	192	0,2	0,2
Fastfood	20	1.113	3,5	3,7
Bezorg/Halen	4	123	0,7	1,7
Grillroom/Sh	3	113	0,5	1,2
Hotel-Rest	4	1.238	0,7	1,0
IJssalon	5	346	0,9	0,5
Lunchroom	13	980	2,3	2,3
Pannenkoeken	3	274	0,5	0,2
Café-Restaurant	21	2.615	3,7	3,6
Restaurant	26	3.290	4,6	5,6
Partycentrum	1	800	0,2	0,3
Totaal horeca	111	11.915	19,7	25,5

- Het horeca-aanbod in de gemeente Barneveld bestaat uit 111 zaken, met een totale omvang van 11.915 m².
- Het horeca-aanbod in de gemeente Barneveld is naar aantal zaken relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Dit is deels verklaarbaar door het regionaal verzorgende horeca-aanbod van de steden Amersfoort en Apeldoorn.
- Het aanbod bestaat vooral uit restaurants, café-restaurants en fastfoodzaken. Ook zijn er diverse lunchrooms aanwezig.
- Met name het aantal cafés en restaurants blijft achter in de gemeente Barneveld ten opzichte van het aantal inwoners. Het aantal café-restaurants in de gemeente Barneveld ligt iets bovengemiddeld.

4.3 Planinitiatieven

Voor zover bij BRO bekend zijn er geen andere relevante planinitiatieven die in een behoefte aan grootschalige horeca kunnen voorzien.

⁸ De benchmark is uitsluitend voor het aantal zaken gedaan, omdat het aantal meters veelal niet goed aansluit op de werkelijkheid. De Locatus-data is hiervoor te onnauwkeurig. In de marktruimte berekening wordt uitgegaan van cijfers van HorecaDNA.

4.4 Beleidskaders

In bijlage 2 is een samenvatting opgenomen van de relevante beleidskaders.

- Het planinitiatief speelt in op het gemeentelijke horecabeleid. Het beleid benadrukt dat horeca goed moet aansluiten bij de belevingswensen van de consument. Door een sterke horecacomponent toe te voegen aan Intratuin, neemt de belevingswaarde en verblijfsduur toe. Bezoek aan het tuincentrum kan gecombineerd worden met een etentje. Ook wil de gemeente ondernemerschap en innovatieve stimuleren.

4.5 Marktbenadering

Marktbenadering horeca gemeente Barneveld

Navolgend is een marktbenadering gemaakt voor de horecasector op het schaalniveau van de gemeente Barneveld. Reden hiervoor is dat grootschalige vormen van horeca veelal een bovenlokaal verzorgend karakter hebben. Daarbij komt dat de functie aanwezig bij Intratuin die nu al bezoekers aantrekt uit een grote regio. Er is een indicatieve marktruimteberekening gemaakt van de horeca gebaseerd op de drie subgroepen: (drankverstrekkers, fastservice, restaurants) gedefinieerd door HorecaDNA-Nederland. Ook uit de HorecaDNA-cijfers blijkt dat het horeca-aanbod in de gemeente Barneveld momenteel relatief beperkt is.

Tabel 4.2: Marktanalyse horeca gemeente Barneveld (Bron: HorecaDNA 2017)

	Gemeente Barneveld		Referentie
	Aantal zaken	Per 10.000 inwoners	Nederlands gemiddelde
Drankverstrekkers	47	8,3	9,9
Fastservice	35	6,2	7,2
Restaurants	33	5,9	6,8
Totaal	115	20,4	24,0

In de volgende tabel is op basis van de meest actuele bestedings- en omzetgegevens⁹ een indicatieve marktbenadering opgesteld. De marktruimte is benaderd door het verschil te bepalen tussen het bestedingspotentieel en de omzetclaim van het bestaande aanbod. Opgemerkt wordt dat de benadering geen rekening houdt met inkomende en uitgaande horecabestedingen, omdat hiervan geen gegevens zijn. Het vraagpotentieel is dus nadrukkelijk exclusief bestedingen van buiten de gemeente. Naar verwachting zal de omzet van de horeca bij Intratuin wel voor een groot deel op deze koopkracht van buiten functioneren.

⁹ Gemiddelde omzet per deelbranche (inclusief BTW, meest recente cijfers over 2015). Bedragen gebaseerd op landelijke bestedingscijfers van het CBS. Omzetcijfers per onderneming o.b.v. Horeca DNA Nederland.

Tabel 4.3: Indicatieve toekomstige marktbenadering (2025) horeca gemeente Barneveld

Variabele	Drankverstrekkers	Fastservice	Restaurants
Inwoners gemeente	62.233	62.233	62.233
Gemiddelde besteding per persoon	182	203	407
Bestedingspotentieel (€ mln.)	€ 11,3	€ 12,6	€ 25,3
Aantal	47	35	33
Gemiddelde omzet per onderneming	€ 184.800	€ 282.985	€ 601.171
Te realiseren omzet (€ mln.)	€ 8,7	€ 9,9	€ 19,8
Marktpotentie (€ mln.)	€ 2,6	€ 2,7	€ 5,5

Uit de voorgaande tabel kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- In de toekomst ontstaat er ruimvoldoende marktpotentie voor uitbreiding van het horeca-aanbod in alle drie de deelsectoren. Immers, het bestedingspotentieel ligt hoger dan de omzetclaim van het huidige aanbod.
- In de berekening is geen rekening gehouden met toevloeiing en afvloeiing.

Effecten horeca

Indien zich onderscheidend (grootschalig) horeca-aanbod zal vestigen op de Intratuin-locatie, zal het effect op de detailhandelsstructuur om een aantal redenen beperkt zijn:

- Er is zowel in kwalitatieve als kwantitatieve zin behoefte aangetoond.
- Verder geldt voor grootschalige horeca-concepten dat zij door de omvang, ligging en profilering, een wezenlijk ander marktsegment bedienen dan het bestaande horeca- en leisure-aanbod in Barneveld en omgeving en wel om de volgende redenen:
 - Grootschalig aanbod zal vooral bezoekers trekken die graag dichtbij parkeren, waarde hechten aan de gunstige prijsstelling.
 - Daartegenover staat dat het bestaande horeca-aanbod vooral de eigen bevolking, dagjesmensen en toeristen bedient. Het centrumgebied van Barneveld blijft ook de plek waar men meer gespecialiseerde restaurants kan vinden of waar het restaurantbezoek gecombineerd kan worden met winkelbezoek.
- Gezien de aard van het aanbod en de doelgroepen die de horeca in centrumgebieden en de horeca op perifere locaties bedient, is de komst van onderscheidend grootschalig horeca-aanbod eerder een verrijking dan een bedreiging voor Barneveld. Immers, het aanbod op beide locaties is complementair aan elkaar. Bovendien beschikt Barneveld nog niet over grootschalig horeca-aanbod binnen de voorgestelde marktsegmenten en creëert dergelijk aanbod zijn eigen markt.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

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

Detailhandel (als activiteit)

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

Bestedingspotentieel

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

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

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

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Bijlage 2: Beleidskaders

Provinciaal beleid Gelderland

De omgevingsvisie van de provincie Gelderland laat zien dat zij zich wil inzetten voor vitale dorpen en steden en voor een duurzame verstedelijking. Hiervoor biedt de omgevingsvisie van de provincie een aantal handvatten:

- Versterking van de stedelijke netwerken, gecombineerd met aandacht voor de vitaliteit van kleine kernen en dorpen;
- Een basis voor het terugdringen van leegstand en overcapaciteit in plannen;
- Zorgvuldige locatie-afwegingen die voortbouwen op de kwaliteit en de kracht van het bestaande en anticiperen op veranderingen in de toekomst, zonder het uitgaan van het bestaande tot dogma te verheffen;
- Een basis voor regionale afspraken over wonen en werken.

In het provinciaal beleid van Gelderland staat geschreven dat de provincie uit oogpunt van duurzaam ruimtegebruik de rem op plannen voor de uitbreiding van nieuwe grote perifere locaties houdt en zet de verordening in om deze ontwikkeling tegen te houden. Op perifere locaties mag alleen (lokale) detailhandel komen die moeilijk ruimtelijk inpasbaar is in binnensteden vanwege het volume van de goederen of vanwege veiligheidseisen. Op een beperkt aantal grote perifere locaties in de provincie wordt, onder voorwaarden ruimte geboden aan grootschalige detailhandel met een regionale verzorgingsfunctie. Het betreft hier overwegend bestaande locaties die al dan niet in ontwikkeling zijn, uitgebreid of geherstructureerd worden. Over de kwalitatieve voorwaarden waaronder ruimte wordt geboden dienen regionale afspraken gemaakt te worden.

Ook laat de omgevingsvisie zien dat de provincie een evenwichtige, regionale detailhandelsstructuur beoogt door het versterken van kansrijke locaties. Hiervoor is op regionaal niveau evenwicht nodig tussen vraag en aanbod zodat overcapaciteit en leegstand voorkomen worden. Dit vraagt om heldere ruimtelijke keuzen gericht op het versterken van kansrijke locaties en het omvormen van kansarme locaties naar andere functies.

Volgens de omgevingsvisie van Gelderland wil de provincie zeer terughoudend omgaan met uitbreiding van detailhandelslocaties. Tegelijkertijd ziet de provincie wel dat er een marktontwikkeling is die leidt tot grootschalige winkels met een bovenlokale/regionale verzorgingsfunctie. Detailhandel met een regionale verzorgingsfunctie die ruimtelijk niet in de bestaande winkelgebieden gefaciliteerd kan worden moet daarom een plek kunnen krijgen op een beperkt aantal ruimtelijk goed gekozen perifere detailhandelslocaties.

PDV-GDV Regio beleid FoodValley

De regio FoodValley laat zien dat in tegenstelling tot de woonbranche, de grote aanbieders in de branches doe-het-zelf en tuincentra zich beter kunnen redden op solitaire locaties. Daarnaast stelt het PDV-GDV-beleid dat in deze branches een flinke schaalvergroting gaande is. In de tuincentrumbranche zijn er steeds grotere vestigingen met onder meer Intratuin. Deze aanbieders zijn op zoek naar goed bereikbare locaties met voldoende fysieke ruimte.

Het regiobeleid geeft aan dat het inwonertal zal groeien in de komende jaren. In 2025 neemt het aantal inwoners van de regio met bijna 5% toe. Dit betekent dat het inwonertal zal stijgen van de huidige 345.000 inwoners naar circa 363.000 inwoners. Dit betekent een lichte groei van het regionale potentieel voor de detailhandel in de FoodValley.

De leegstand op de bestaande perifere concentraties in Barneveld, Ede, Nijkerk en Veenendaal is beperkt. Op deze locaties staat circa 6% van de panden leeg. Gemiddeld in Nederland bedraagt de leegstand op perifere concentraties 9%.

De regio FoodValley kent een aantal beleidsuitgangspunten die centraal staan bij de ontwikkeling van de perifere detailhandel. Te lezen in het beleidsstuk zijn de volgende uitgangspunten:

- Mogelijkheden voor uitbreiding perifeer aanbod;
- Branchering op perifere locaties;
- Maatvoering winkels op perifere locaties;
- Aandeel branchevreemd;
- Vestiging afhaalcentra/Pick Up Points;
- Ontwikkeling Factory Outlet Center;
- Rol van de regio;
- Rol van de provincies.

Het regiobeleid geeft aan dat de mogelijkheden voor uitbreiding van het perifere aanbod de positie van centrumgebieden niet mag schaden. Nieuwe locaties zijn alleen aan de orde als het gaat om locaties die van toegevoegde waarde zijn voor de regionale detailhandelsstructuur en nodig zijn om dynamiek in de detailhandel te faciliterende, daarbij is de regio terughoudend met nieuwe meters en locaties. Daarbij is het voorstel om de constructie 'nieuw' voor 'oud' toe te passen. Waarbij 'nieuwe' meters ontwikkeld mogen worden wanneer 'oude' meters uit de markt worden gehaald.

Ander uitgangspunt is de maatvoering van winkels op perifere locaties. Regio FoodVally geeft aan dat er wordt vastgehouden aan een omvang van minimaal 1.500m² voor winkels op perifere locaties.

Gemeentebestuur Barneveld (PDV-kern Barneveld versie augustus 2017)

De structuurvisie van de gemeente Barneveld geeft weer dat de kern Barneveld een beduidend groter draagvlak heeft dan de kern zelf. Ook het KSO 2010 geeft hier al een beeld van, vooral voor wat betreft de sector Bloemen&Planten. Het aanbod in de gemeente is vooral geconcentreerd in de kern Barneveld. Van het totale aanbod In&Om Huis is hier ruim 78% gehuisvest. Voor de specifieke PDV-branches (Wonen, doe-het-zelf en tuincentra) is dat zelfs 81%.

Gemeente Barneveld wil vooral sturen op 'focus op concentratie'. Dit houdt in dat de versnippering van winkels moet worden tegengegaan en dat zoveel mogelijk concentratie op de drie perifere locaties die de gemeente kent moet worden nagestreefd. De structuurvisie zegt dat bij verplaatsing naar PDV-locaties (op een van de drie aangemerkte bedrijventerreinen) waarbij een planologische wijziging aldaar nodig is, zal er in de situatie "nieuw voor oud" uitgegaan worden van een één op één uit de markt nemen van metrages.

Daarnaast laat de structuurvisie zien dat er concrete plannen zijn om de PDV-locatie aan de Scherpenzeelseweg uit te breiden. Deze locatie wordt in het regionale beleid als een van de drie bestaande PDV-locaties aangeduid. De plannen betreffen o.a. een uitbreiding en modernisering van Intratuin. Het beleid geeft geen duidelijke visie op deze ontwikkeling, maar het lijkt erop dat in het beleid rekening is gehouden met de uitbreiding van Intratuin.

Nota Horecabeleid gemeente Barneveld 2016-2020

Recreatie en toerisme is de derde pijler van de Barneveldse economie. In directe zin draagt deze sector bij aan de werkgelegenheid in de gemeente Barneveld. Bij recreatie en toerisme gaat het per definitie om een samengesteld product; mensen willen wat te doen hebben, mensen willen ergens verblijven en mensen willen tegelijkertijd wat kunnen eten. Horeca speelt in de zin van de ontwikkeling van recreatie en toerisme een belangrijke rol. Daarnaast zien we de functie van centra veranderen van winkelgebied naar verblijfsgebied, ook hier speelt de ontwikkeling van horeca een belangrijke rol. Kortom: de horeca moet goed aansluiten bij de belevingswensen van de consument. Daarom wil de gemeente ondernemerschap en innovatieve mogelijkheden stimuleren. Dat betekent dat de gemeente Barneveld, met inachtneming van haar publiekrechtelijke rol, regels stelt waar nodig en vrijheden biedt waar mogelijk. De ambitie is het realiseren van een aantrekkelijk, gevarieerd en bruisend horeca-aanbod dat aansluit op de wensen van de bezoekers, op de zakelijke markt en een belangrijke bijdrage levert aan een aantrekkelijk woonmilieu voor bewoners.

