

Duiven, Ruimtelijk-functionele Effectenanalyse vestiging Loods 5 Centerpoort-Nieuwgraaf

Loods 5



Duiven, Ruimtelijk-functionele Effectenanalyse vestiging Loods 5 Centerpoort-Nieuwgraaf

Loods 5

Rapportnummer:	211X09649.094578_1
Datum:	8 december 2017
Contactpersoon opdrachtgever:	
Projectteam BRO:	Robin van Lieshout, Aiko Mein
Trefwoorden:	Duiven, Nieuwgraaf, woonbranche, woninginrichting, analyse, effecten, Ladder voor Duurzame Verstedelijking.
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	Grootschalig woonwarenhuis Loods 5 is voornemens om een vestiging te opnemen op het perifere detailhandelscluster Centerpoort-Nieuwgraaf te Duiven. In onderhavig rapport wordt ingegaan op de effecten van dit initiatief op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in Duiven en de regio. Ter onderbouwing van het bestemmingsplan is tevens de Ladder voor Duurzame Verstedelijking doorlopen.

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

Inhoudsopgave

1.INLEIDING, CONCLUSIES EN LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	2
1.1Achtergrond en vraagstelling	2
1.2Algemene conclusies onderzoek	5
1.3Ladder voor duurzame verstedelijking	8
2.ANALYSE WOONBRANCHE EN HORECA	11
2.1Trends en ontwikkelingen	11
2.2Aanbod- en leegstandanalyse gemeente Duiven	11
2.3Aanbod- en leegstandanalyse verzorgingsgebied	13
2.4Beleidskaders	15
2.5Plannen en initiatieven	16
3.DISTRIBUTIEVEN UITBREIDINGSRUIMTE EN EFFECTEN	17
3.1Uitgangspunten	17
3.2Distributieve uitbreidingsruimte	19
3.3Effecten algemeen	21
3.4Effecten Woonbranche	21
3.5Effecten horeca (restaurantieve sector)	23
Bijlagen	
Bijlage 1: Beleidskaders	1
Bijlage 2: Trends en ontwikkelingen horeca	4
Bijlage 3: Trends en ontwikkelingen woonbranche	7

1. INLEIDING, CONCLUSIES EN LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

1.1 Achtergrond en vraagstelling

Aanleiding

Grootschalig woonwarenhuis Loods 5 is voornemens zich te vestigen op het perifere detailhandelscluster Centerpoort-Nieuwgraaf in de gemeente Duiven (zie figuur 1.1 en 1.2). De winkel krijgt een totale omvang van circa 19.500 m² bvo (waarvan circa 16.400 m² wvo detailhandel en 769 m² horeca in de vorm van een restaurant) verspreid over twee verdiepingen en richt zich primair op woon- en lifestyle. Het parkeren wordt opgelost in het eigen pand op de begane grond. De locatie maakt deel uit van het beleidsmatig aangewezen concentratiegebied voor perifere detailhandel rondom het thema 'in en om het huis'. Het ligt in de bedoeling hier een grootschalige woonwinkel te vestigen.

De beoogde ontwikkeling past niet volledig binnen het bestaande bouwvlak. Om de ontwikkeling mogelijk te kunnen maken is een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk. In het kader van art. 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening ('Bro') moet bij een nieuwe stedelijke ontwikkeling de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen worden. Voor het onderhavig initiatief kan worden beargumenteerd dat het een nieuwe stedelijke ontwikkeling betreft. Hierdoor is in het onderhavig rapport de ladder doorlopen.

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."

In het onderhavige rapport zijn de ruimtelijk-functionele effecten van het beoogde initiatief op de consumentenverzorging, detailhandelsstructuur en de leegstand in beeld gebracht. Hierbij is antwoord gegeven op de vraag in hoeverre de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een behoefte. Die behoefte wordt zowel kwantitatief als kwalitatief afgewogen. Aangezien het verzorgingsgebied van de perifere concentratie Centerpoort-Nieuwgraaf en Loods 5 betrekking heeft op een grotere regio, wordt in het onderhavig onderzoek nadrukkelijk ingegaan op de regio. De regio is in onderhavig onderzoek gedefinieerd als een deel van de Regio Arnhem-Nijmegen (bestuurlijk samenwerkingsverband) en meer specifiek het noordelijke en middendeel van deze regio (zie figuur 1.3).

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

- Wat is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van de woonbranche in de gemeente Duiven en het verzorgingsgebied?

- Wat zijn de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het aanbod in de woonbranche in de gemeente Duiven en het verzorgingsgebied?
- Wat zijn de effecten van de beoogde ontwikkeling op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in de gemeente Duiven en het verzorgingsgebied?

Figuur 1.1: Planlocatie Duiven



Figuur 1.2: Planlocatie Centerpoort-Nieuwgraaf



Figuur 1.3: Primair (gemeente Duiven) en secundair (regio) verzorgingsgebied



1.2 Algemene conclusies onderzoek

Trends en ontwikkelingen

- Het planinitiatief speelt nadrukkelijk in op trends en ontwikkelingen in de woonbranche. De consument is op zoek naar een totaalbeleving binnen het thema woon- en lifestyle. Hier speelt Loods 5 op in.
- Het is een grootschalige winkel met een bovenregionale aantrekkingskracht op een perifere concentratie met een bovenregionale aantrekkingskracht. Dit versterkt elkaar.
- Tot slot moet benadrukt worden dat de bestedingen in de woonbranche de laatste jaren fors zijn toegenomen en dat dit naar verwachting nog even zal doorzetten. Loods 5 kan hierop inspelen.

Aanbod en leegstand verzorgingsgebied

- Ten opzichte van het landelijk gemiddelde beschikt het verzorgingsgebied over een relatief beperkt aanbod in de woonbranche. Dit bedraagt gemiddeld 357 m² wvo per 1.000 inwoners in vergelijking tot 380 m² wvo landelijk. Duiven heeft een duidelijke regionale verzorgingsfunctie, omdat het aanbod in de gemeente sterk bovengemiddeld is. Het aanbod in de omliggende gemeenten is daarentegen beperkt.
- Zo'n 27% van het totale regionale woonaanbod is te vinden in Duiven. In de regio bieden Arnhem, Zevenaar en Lingewaard ook een behoorlijk aanbod in de woonbranche. Het aanbod in Arnhem is beperkt wanneer dit wordt afgezet tegen het inwonertal en in vergelijking met het Nederlands gemiddelde. Inwoners in Arnhem zijn daarentegen weer relatief sterk op het aanbod in Duiven georiënteerd.
- In het verzorgingsgebied bedraagt het totale horeca-aanbod 24,9 zaken per 10.000 inwoners. Ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 27,3 per 10.000 inwoners is het horeca-aanbod in het verzorgingsgebied relatief beperkt. Met name in Rozendaal, Westervoort en Duiven is het aanbod beperkt. Het horeca-aanbod concentreert zich primair in Arnhem, Doesburg, Montferland en Zevenaar.
- In het verzorgingsgebied is het aanbod restaurants met 5,7 per 10.000 inwoners relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 6,8 restaurants per 10.000 inwoners. Met name in Duiven is het aanbod relatief beperkt. In Arnhem en Doesburg is het restaurantaanbod relatief ruim.
- In totaal staan in de regio circa 411 verkooppunten, met een totale omvang van 81.568 m² wvo leeg. De meeste leegstand bevindt zich in de gemeente Arnhem, met 172 verkooppunten en circa 37.111 m² wvo. De leegstand in het verzorgingsgebied is met 183 m² wvo per 1.000 inwoners relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 191 m² wvo. De leegstand in Arnhem en Zevenaar is met respectievelijk 238 en 314 m² wvo per 1.000 inwoners relatief fors. In de overige gemeenten ligt de leegstand beneden het landelijk gemiddelde.

Conclusies beleidskaders

- De provincie zet in op sterke concentraties met een sterke bovenregionale verzorgingsfunctie. Door het toevoegen van Loods 5 op Centerpoort-Nieuwgraaf, wordt het regionaal aangewezen

winkelgebied nóg sterker en neemt het toekomstperspectief toe. Het initiatief sluit daardoor aan op het provinciaal beleid.

- De locatie Centerpoort-Nieuwgraaf wordt in het Regionaal Programma Werklocaties (RPW) als perspectiefrijke perifere concentratie beschouwd en PDV-GDV-aanbod is hier wenselijk. Bovendien is Centerpoort-Nieuwgraaf de aangewezen plek om bovenregionale initiatieven te laten landen. De beoogde ontwikkeling van Loods 5 is door de gemeente Duiven voor de totstandkoming van het RPW meerdere malen nadrukkelijk afgestemd conform de richtlijnen van de regionale afspraken via het IOD. De ontwikkeling van Loods 5 is daardoor meegenomen in het RPW. Het initiatief past binnen de kaders van het RPW.
- Door de detailhandelsfunctie van Centerpoort-Nieuwgraaf te versterken, kan het gebied een nog prominentere rol spelen in de regionale en lokale consumentenverzorging (aanvullend aan het vernieuwde hoofdwinkelcentrum van Duiven), wat uitgangspunt is in het gemeentelijk beleid. Door het verbeteren van de omgevingskwaliteit en het verblijfsklimaat wordt tevens een bijdrage geleverd aan de reeds ingezette algehele revitalisering van het bedrijventerrein. Het initiatief past binnen het gemeentelijk beleid.
- Het initiatief sluit aan binnen zowel de provinciale, regionale als gemeentelijke beleidskaders rondom detailhandel.

Distributieve uitbreidingsruimte

- Het huidige aanbod in de woonbranche in het verzorgingsgebied functioneert met € 1.425,- per m² wvo momenteel boven het landelijk gemiddelde. Dit kan worden verklaard doordat Centerpoort-Nieuwgraaf zelf ruim boven het gemiddelde functioneert.
- De vestiging van Loods 5 zal een positief effect hebben op de koopstromen. Er zal sprake zijn van een hogere binding en een toename van de bestedingen van buiten het verzorgingsgebied. Hieruit kan afgeleid worden dat er in het verzorgingsgebied tot 2025 een theoretische uitbreidingsruimte is van circa 11.400 tot 14.000 m² wvo.

Omzeteffect

- Het initiatief overschrijdt echter deels de berekende uitbreidingsruimte, maar dit leidt niet tot onaanvaardbare effecten. Op basis van de distributieve berekening moet rekening worden gehouden met een omzeteffect van circa -3,9% tot 5,4%. Dit kan worden beschouwd als ondernemersrisico en dit effect spreidt zich over vele aanbieders in grote regio.

Ruimtelijk-functionele effecten woonaanbod

- De vestiging van een nieuwe grootschalige woonwinkel in Centerpoort-Nieuwgraaf vergroot de keuzemogelijkheden van de consument in Duiven en de regio.
- Met de toevoeging van een woonwinkel met een omvang van ca. 16.400 m² wvo (exclusief horeca) zal de positie van Centerpoort-Nieuwgraaf verder versterken. Door clustering profiteren de aanwezige winkels van elkaars trekkracht via combinatiebezoek en kan het gebied een nog prominentere rol spelen in de regionale en lokale consumentenverzorging. Dit past ook in het regionale en lokale beleid, waarin is opgenomen dat Centerpoort-Nieuwgraaf de beste uitgangssituatie heeft om uit te groeien tot een tophemacentrum op het gebied van wonen/in en om het huis. Daarbij is

verdere clustering en verbreding van het aanbod gewenst. Met de beoogde ontwikkeling wordt hierin voorzien.

- Lokale effecten: de effecten van de vestiging van een grootschalige woonwinkel op het centrumgebied van Duiven zullen vrijwel nihil zijn. Het winkelaanbod in het centrum is van geheel andere orde qua branchering dan dat op Centerpoort-Nieuwgraaf. Nagenoeg alle woonzaken in Duiven zijn op of nabij Centerpoort-Nieuwgraaf aanwezig. Dit betekent dat deze zaken met goed ondernemerschap kunnen profiteren van de toegenomen aantrekkingskracht. De eventuele verspreide woonzaken nemen in toekomstperspectief af, maar deze concurreren momenteel al met het zeer sterke cluster Centerpoort-Nieuwgraaf. Indien een van de bestaande woonwinkels in Duiven toch onverhoopt zou verdwijnen, dan heeft dat geen duurzame negatieve effecten voor de verzorgingsstructuur: er blijven nog voldoende keuzemogelijkheden voor de consument over, mede omdat er een nieuwe aanbieder bij gekomen is. Gezien de concentratie van woonwinkels op Centerpoort-Nieuwgraaf zal er ook in ruimtelijk opzicht in de detailhandelsstructuur dan niets veranderen.
- Regionale effecten: de toevoeging van een grootschalige woonwinkel op Centerpoort-Nieuwgraaf kan effect hebben op het huidige regionale aanbod buiten Duiven in termen van wijzigende concurrentieverhoudingen. Het is goed mogelijk dat aanbieders in de omgeving een lichte omzetzak registreren. Deze omzetzak zal echter verspreid zijn over een groot gebied en een groot aantal aanbieders. Maar er is ook sprake van regionale omzetgroei als gevolg van de bevolkingstoename. Wel zijn er in de regio enkele kleinschalige bedrijventerreinen en verspreide winkellocaties met verouderd woonaanbod op minder goede locaties, die weinig perspectiefrijk zijn. Op deze clusters is momenteel al sprake van leegstand en het is niet uit te sluiten dat de leegstand hier verder zal toenemen. Uiteindelijk heeft de verdere vergroting en verbreding van het aanbod op Centerpoort-Nieuwgraaf echter een positief effect op de consumentenvereniging. Er is immers modern aanbod bijgekomen, wat positief bijdraagt aan een aantrekkelijk verblijfsklimaat. Locaties waar de leegstand verder toeneemt, zullen zich mogelijk moeten beraden op een alternatieve invulling of sanering.
- Bovenregionale effecten: door de schaal en uniciteit van de grootschalige nieuwe winkel zullen zoals gezegd waarschijnlijk ook klanten uit verder weg gelegen plaatsen getrokken worden. Het gaat hierbij om bezoekers uit Nijmegen Noord, noordoostelijk Nederland en mogelijk Duitsland. Bezoekers van verder weg besteden over het algemeen meer dan bezoekers van dichtbij. Een verdere toevloeiing naar Centerpoort-Nieuwgraaf zal elders een omzetzak met zich meebrengen. Voor wat betreft bovenregionale bezoekers verspreiden de effecten zich over een groot gebied en dus over veel aanbieders. De kans is klein dat er buiten het verzorgingsgebied bestaand aanbod in de woonbranche zal verdwijnen als gevolg van de vestiging van de grootschalige woonwinkel op Centerpoort-Nieuwgraaf. Indien er daar al aanbod verdwijnt dan zal dat eerder aan andere ontwikkelingen liggen, zoals de bevolkingskrimp in sommige gebieden of het veranderende consumentengedrag. Daarbij zal het sowieso gaan om winkels in gebieden die al een verminderd perspectief hebben.
- Per saldo zijn de effecten van het initiatief op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat niet onaanvaardbaar.

Ruimtelijk-functionele effecten horeca

Loods 5 heeft een eigen horecacomponent met een grootschalig karakter. De horeca hangt nadrukkelijk samen met de winkel en vergroot de beleving van het bezoek aan de winkel. De horeca is onderscheidend vanwege de aard en omvang (grootschalig) ten opzichte van het reguliere horeca-aanbod. De effecten op het horeca-aanbod en meer specifieke de restaurants in het verzorgingsgebied zijn om de volgende redenen niet onaanvaardbaar:

- Het toevoegen van grootschalige horeca bij Loods 5 speelt in op trends en ontwikkelingen binnen de horeca-branchen (zie bijlage 2). De consument heeft behoefte aan grootschalige horeca met een goede bereikbaarheid en voldoende parkeren.
- De vestiging van grootschalige horeca in Loods 5 zorgt ervoor dat de verblijfstijd voor bezoekers van Centerpoort-Nieuwgraaf verlengt kan worden, wat positief is voor de winkelbeleving, maar ook voor andere winkels in het gebied omdat dit kan leiden tot meer bestedingen (ook in winkels).
- Verder geldt voor grootschalige horeca-concepten dat zij door de omvang, ligging en profilering, een wezenlijk ander marktsegment bedienen dan het bestaande horeca-aanbod in het verzorgingsgebied 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. De centrumgebieden in het verzorgingsgebied blijven ook de plekken waar men meer gespecialiseerde restaurants kan vinden of waar het restaurantbezoek gecombineerd kan worden met winkelbezoek (recreatief bezoekmotief).
- 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. Immers, het aanbod op is complementair aan elkaar. Bovendien beschikt Duiven nog niet over grootschalig horeca-aanbod binnen de voorgestelde marktsegmenten en creëert dergelijk aanbod zijn eigen markt.

1.3 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. De beoogde ontwikkeling van Loods 5 betreft een nieuwe stedelijke ontwikkeling in het kader van het Bro. 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."* Het onderhavig initiatief vindt plaats binnen het bestaand stedelijk gebied.

Kwantitatieve behoefte

- Voor wat betreft de kwantitatieve behoefte moet op basis van onderhavig rapport geconcludeerd worden dat er theoretisch distributieve ruimte is voor een uitbreiding van het woonaanbod in het

verzorgingsgebied. De ruimte bedraagt circa 11.400 tot 14.000 m² wvo, terwijl de gewenste grootschalige woonwinkel een oppervlakte van circa 16.400 m² wvo zal beslaan. In kwantitatieve zin voorziet de beoogde ontwikkeling daarmee deels in een behoefte.

- De beperkte overschrijding van de marktruimte leidt niet tot onaanvaardbare omzeteffecten. Uit onderhavig rapport blijkt dat rekening gehouden moet worden met een omzeteffecten van -3,9% tot 5,4%. Dit kan worden beschouwd als ondernemersrisico en het effect spreidt zich over vele aanbieders in een grote regio.
- Binnen de horeca-branchen is het minder gebruikelijk de exacte kwantitatieve behoefte aan te tonen in verband met het ontbreken van goede kengetallen. Uit de benchmarkanalyse blijkt dat het horeca-aanbod en meer specifiek het aanbod in de restauratieve sector relatief beperkt is in Duiven en het verzorgingsgebied. Dit is een indicatie van aanwezige marktruimte voor uitbreiding van het aanbod.
- Op basis van het bovenstaande moet geconcludeerd worden dat het planinitiatief deels voorziet in een kwantitatieve behoefte.

Kwalitatieve behoefte

- Het initiatief sluit vanuit kwalitatief oogpunt sterk aan op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van doelgericht en thematisch aankopen (clustering en kritische massa, schaalvergroting, hogere eisen consument ten aanzien van keuzemogelijkheden en aanbodkwaliteit). Ook speelt het initiatief in op trends en ontwikkelingen binnen de horeca-branchen, met name de vraag naar grootschalig horeca-aanbod met een goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden.
- De effecten op de consumentenverzorging zijn per saldo positief. De vestiging van een grootschalige winkel met een groot (boven)regionaal verzorgingsbereik op het detailhandelscluster Centerpoort-Nieuwgraaf betekent een versterking van de regionale consumentenverzorging. Voor de consument in de regio ontstaan meer keuzemogelijkheden in de woonbranche.
- De effecten op de detailhandelsstructuur zijn per saldo positief. De winkel met een bovenregionale aantrekkingskracht beoogt een vestiging op een daarvoor beleidsmatig aangewezen bovenregionale perifere winkellocatie (Centerpoort-Nieuwgraaf). Ook andere zaken op Centerpoort-Nieuwgraaf kunnen profiteren van de toenemende aantrekkingskracht als gevolg van de vestiging van Loods 5. Dit versterkt daarmee de aantrekkingskracht en kwaliteit van dit winkelgebied. Ook neemt de omgevingskwaliteit, uitstraling en de aantrekkelijkheid van het gebied als geheel toe.
- Ondanks het feit dat er een aanzienlijke distributieve ruimte is geraamd, is het niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand woonaanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders enige leegstand zal ontstaan. Deze leegstand is echter niet onaanvaardbaar om de volgende redenen:
 - In Duiven is het woonaanbod vrijwel geheel gevestigd op Centerpoort-Nieuwgraaf. De effecten op het centrum van Duiven zijn dan ook nihil.
 - Indien een van de bestaande woonwinkels in Duiven toch onverhoopt zou verdwijnen, dan heeft dat geen duurzame negatieve effecten voor de verzorgingsstructuur: er blijven nog voldoende keuzemogelijkheden voor de consument over, mede omdat er een nieuwe aanbieder bij gekomen is. Gezien de concentratie van woonwinkels op Centerpoort-

Nieuwgraaf zal er ook in ruimtelijk opzicht in de detailhandelsstructuur dan niets veranderen en zal dit geen duurzame of onaanvaardbare negatieve effect hebben op het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

- Op regionaal niveau zijn de effecten van de komst van de nieuwe woonwinkel verspreid over een groot gebied en een groot aantal aanbieders. Voor zover er hierdoor leegstand ontstaat of toeneemt, is dit veelal het gevolg van een verminderde kwaliteit van het huidige aanbod¹. Ook zonder de genoemde ontwikkelingen zou deze tendens zich voortzetten. Het betreft namelijk veelal verouderd woonaanbod op weinig perspectiefrijke, kleinschalige bedrijventerreinen en verspreide winkellocaties. Op deze clusters is momenteel al sprake van leegstand en het is niet uit te sluiten dat de leegstand hier verder zal toeneemen.
- Doordat het voornamelijk (bedrijfs)panden zijn op bedrijventerreinen of solitaire locaties, waar bestemmingsplanmatig ook andere bedrijvigheid dan detailhandel is toegestaan, is de kans op structurele, onaanvaardbare leegstand klein. Mede vanwege de locatie (bedrijventerrein en solitair) en de alternatieve invullingsmogelijkheden zal van onacceptabele leegstand en duurzame negatieve effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat geen sprake zijn.
- Effecten op de horeca-structuur zijn naar verwachting niet onaanvaardbaar, omdat grootschalige horeca complementair is het in het verzorgingsgebied overwegend kleinschaliger aanbod. Bovendien wordt grootschalige horeca door een andere doelgroep bezocht dan horeca in centrumgebieden. De mensen die horeca in Loods 5 bezoeken zullen dit primair doen in het verlengde van een dagje winkelen op Centerpoort-Nieuwgraaf. Dit is vergelijkbaar met de horeca in IKEA. Horeca in centrumgebieden is veel specialistischer.
- Op basis van het bovenstaande moet geconcludeerd worden dat het planinitiatief voorziet in een kwalitatieve behoefte.

¹ ABRvS 19 juni 2013, No. 201301238/1/R6 - Saronix-Doetinchem.

2. ANALYSE WOONBRANCHE EN HORECA

2.1 Trends en ontwikkelingen

Woonbranche

In bijlage 3 is een overzicht opgenomen met daarin de belangrijkste trends en ontwikkelingen binnen de woonbranche. Het planinitiatief speelt nadrukkelijk in op trends en ontwikkelingen in de woonbranche. De consument is op zoek naar een totaalbeleving binnen het thema woon- en lifestyle. Hier speelt Loods 5 op in. Het is een grootschalige winkel met een bovenregionale aantrekkingskracht op een perifere concentratie met een bovenregionale aantrekkingskracht. Dit versterkt elkaar. Tot slot moet benadrukt worden dat de bestedingen in de woonbranche de laatste jaren fors zijn toegenomen en dat dit naar verwachting nog even zal doorzetten. Loods 5 kan hierop inspelen.

Horeca (restaurants)

In bijlage 2 is een overzicht opgenomen met daarin de belangrijkste trends en ontwikkelingen binnen de horeca-branchen en meer specifiek voor restaurants. Grootschalige horeca bij Loods 5 speelt in op trends en ontwikkelingen binnen de horeca. De consument heeft behoefte aan grootschalige horeca, omdat dit complementair is aan de standaard reguliere horeca. Zeker voor restaurants geldt dat een bepaalde doelgroep voor de deur parkeren en een goede bereikbaarheid belangrijk vindt. Landelijk speelt de trend dat grootschalige restaurants zich oriënteren op perifere concentraties, zoals Centropoort-Nieuwgraaf, juist omdat de horeca- en detailhandelsfunctie elkaar kunnen versterken.

2.2 Aanbod- en leegstandanalyse gemeente Duiven

Definitie woonbranche

Loods 5 kan worden beschouwd als woonwarenhuis. Vanuit de omzetkengetallen kunnen de navolgende branches worden beschouwd als woonzaken. De hoofdbranche 'Wonen' valt binnen de branchegroep 'In/Om Huis'.

-
- | | |
|--------------------------|---------------------|
| • Babywoonwinkel | • Verlichting |
| • Slaapkamer/-beddenzaak | • Parket/Laminaat |
| • Keukenzaak | • Tegelzaak |
| • Meubelzaak | • Woninginrichting |
| • Woonwarenhuis | • Woningtextiel |
| • Oosterse tapijten | • Woondecoratie |
| • Keuken-/badkamerzaak | • Zonwering |
| • Badkamerzaak | • Sanitairmateriaal |
| • Tuinmeubelen | |
-

Omvang en samenstelling aanbod woonbranche gemeente Duiven

In de gemeente Duiven zijn 23 woonzaken, met een totale omvang van 42.606 m² wvo aanwezig. Afgezet tegen het aantal inwoners in de gemeente, betekent dit een aanbod van 1.677 m² wvo per 1.000 inwoners². In vergelijking tot het landelijk gemiddelde aanbod in de woonbranche van 380 m² wvo per 1.000 inwoners is het aanbod in de gemeente Duiven relatief ruim. Dit kan primair worden verklaard door de sterke bovenregionale aantrekkingskracht van het aanbod in de woonbranche. Enkele winkels met een bovenregionale aantrekkingskracht zijn Ikea (circa 15.000 m² wvo), Woondock (circa 6.300 m² wvo) en Woonexpress (circa 4.850 m² wvo). Het woonaanbod in Duiven heeft daardoor niet alleen een functie voor de eigen inwoners, maar ook voor de inwoners uit een grotere regio.

Spreiding woonaanbod

Het woonaanbod in de gemeente Duiven concentreert zich primair op een tweetal locaties die op slechts 1,5 kilometer van elkaar gelegen zijn, namelijk de perifere detailhandelslocaties Nieuwgraaf en Graafstaete. Er is één kleinschalige woonzaak in het centrum van Duiven aanwezig en enkele op verspreide locaties.

Tabel 2.1: Overzicht aanbod woonbranche gemeente Duiven naar subbranche

Subbranche	Aantal verkooppunten	Omvang (m ² wvo)	Schaal (m ² wvo)
Tuinmeubelen	1	1.927	1.927
Slaapkamer/Bed	6	3.507	585
Keukens	3	1.728	576
Meubelen	1	150	150
Woonwarenhuis	5	24.822	4.964
Keukens/Badkamers	1	328	328
Badkamers	1	577	577
Parket/Laminaat	1	100	100
Woninginrichting	1	6.305	6.305
Woningtextiel	1	281	281
Woondecoratie	1	2.821	2.821
Zonwering	1	60	60
Totaal	23	42.606	1.852

Bron: Locatus, november 2017

Centerpoort-Nieuwgraaf

Naast woonaanbod zijn er op detailhandelslocatie Centerpoort-Nieuwgraaf nog enkele andere winkels te vinden, zoals Praxis & Tuin, Media Markt, Woonexpress, Kwantum, Leenbakker en Jysk. Daarnaast zijn er een buitensportwinkel, enkele auto-gerelateerde bedrijven (automaterialen, garage, aanhangers, carwash, tankstation) en enkele horecazaken gevestigd (zoals McDonald's). Al met al ligt het accent op deze locatie duidelijk op de woonbranche. Centerpoort-Nieuwgraaf heeft een duidelijk profiel als perifere detailhandelslocatie met aanbod binnen het thema 'in/om het huis'.

² Gemeente Duiven telt circa 25.398 inwoners. Bron: CBS Statline, kerncijfers wijken en buurten 2017.

Graafstaete

Op het cluster Graafstaete nabij Centerpoort-Nieuwgraaf zijn eveneens een aantal grote trekkers aanwezig binnen het thema 'in/om het huis'. Intratuin met 17.000 m² wvo is de belangrijkste trekker en deze wordt momenteel vernieuwd en uitgebreid. Daarnaast zijn ook Woondock en Gamma belangrijke trekkers.

2.3 Aanbod- en leegstandanalyse verzorgingsgebied

Regionaal aanbod woonbranche

Voor dit onderzoek is de regio gedefinieerd als het noordelijk en middendeel van de Regio Arnhem-Nijmegen³. Dit sluit aan op de bevindingen uit het Bezoekersonderzoek winkelgebieden Duiven 2011 blijkt dat ruim 70% van de bezoekers van winkelgebied Nieuwgraaf uit Duiven of Stadsregio Noord komt.

Ten opzichte van het landelijk gemiddelde beschikt het noordelijk en middendeel van de Regio Arnhem-Nijmegen over een relatief beperkt aanbod in de woonbranche. Dit bedraagt gemiddeld 357 m² wvo per 1.000 inwoners in vergelijking tot 380 m² wvo landelijk. Duiven heeft zoals blijkt uit onderhavige tabel een duidelijke regionale verzorgingsfunctie, omdat het aanbod in de gemeente sterk bovengemiddeld is en in de omliggende gemeenten beneden het landelijk gemiddelde ligt. Zo'n 27% van het totale regionale woonaanbod is te vinden in Duiven. In de regio bieden Arnhem, Zevenaar en Lingewaard ook een behoorlijk aanbod in de woonbranche. Het aanbod in Arnhem is beperkt wanneer dit wordt afgezet tegen het inwonertal en in vergelijking met het Nederlands gemiddelde.

Tabel 2.2: Aanbod woonbranche verzorgingsgebied

Gemeente		Inwonertal	Woonaanbod	
		Aantal verkooppunten	omvang (m ² wvo)	m ² wvo per 1.000 inwoners
Arnhem	155.699	73	32.100	206
Doesburg	11.341	5	520	46
Duiven	25.398	23	42.606	1.678
Lingewaard	46.182	24	23.626	512
Montferland	35.316	13	9.104	258
Overbetuwe	47.394	27	16.949	358
Renkum	31.391	15	3.070	98
Rheden	43.645	21	5.198	119
Rozendaal	1.498	-	-	-
Westervoort	14.991	5	1.519	101
Zevenaar	32.379	20	24.434	755
Totaal	445.234	226	159.126	357
Landelijk gemiddelde	-	-	-	380

³ De gemeenten: Arnhem, Duiven, Westervoort, Zevenaar, Montferland, Doesburg, Rheden, Renkum, Rozendaal, Overbetuwe en Lingewaard.

In de regio zijn buiten Duiven de volgende concentraties van woonwinkels te onderscheiden:

- Bedrijventerrein Tatelaar/Hengelder langs de A12 in Zevenaar: 22.700 m² wvo
- Bedrijventerrein Pannenhuis tussen Huissen en Bemmelen: 17.500 m² wvo
- Meubelpark Arnhem Zuid langs de A325: 16.140 m² wvo
- Heteren langs de A50 in Overbetuwe: 8.600 m² wvo

Regionaal aanbod horeca (restaurants)

Aangezien het initiatief ook een restaurant omvat is ook een analyse gemaakt van het restauratieve aanbod in het verzorgingsgebied. In de navolgende tabel is op basis van de cijfers van HorecaDNA (2017) het aanbod per gemeente in beeld gebracht.

Tabel 2.3: Aanbod horeca en restauratieve sector verzorgingsgebied

Gemeente	Inwonertal	Horeca	
		Horecazaken per 10.000 inwoners	Restaurants per 10.000 inwoners
Arnhem	155.699	32,9	7,7
Doesburg	11.341	29,1	7,1
Duiven	25.398	14,2	2,8
Lingewaard	46.182	17,1	3,5
Montferland	35.316	28,6	6,2
Overbetuwe	47.394	19,4	4,4
Renkum	31.391	19,1	6,4
Rheden	43.645	22,2	4,4
Rozendaal	1.498	13,4	6,7
Westervoort	14.991	12,0	3,3
Zevenaar	32.379	24,4	5,3
Totaal	445.234	24,9	5,7
Landelijk gemiddelde	-	27,3	6,8

- In het verzorgingsgebied bedraagt het totale horeca-aanbod 24,9 zaken per 10.000 inwoners. Ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 27,3 per 10.000 inwoners is het horeca-aanbod in het verzorgingsgebied relatief beperkt. Met name in Rozendaal, Westervoort en Duiven is het aanbod beperkt. Het horeca-aanbod concentreert zich primair in Arnhem, Doesburg, Montferland en Zevenaar.
- In het verzorgingsgebied is het aanbod restaurants met 5,7 per 10.000 inwoners relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 6,8 restaurants per 10.000 inwoners. Met name in Duiven is het aanbod relatief beperkt. In Arnhem en Doesburg is het restaurantaanbod relatief ruim.

Leegstand

In totaal staan in de regio circa 411 verkooppunten, met een totale omvang van 81.568 m² wvo leeg. De meeste leegstand bevindt zich in de gemeente Arnhem, met 172 verkooppunten en circa 37.111 m² wvo. De leegstand in de regio Duiven is met 183 m² wvo per 1.000 inwoners relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 191 m² wvo. De leegstand in Arnhem en Zevenaar is met

respectievelijk 238 en 314 m² wvo per 1.000 inwoners relatief fors. In de overige gemeenten ligt de leegstand beneden het landelijk gemiddelde.

Tabel 2.4: Leegstand in regio Duiven naar gemeente en type winkelgebied

Gemeente		Inwonertal	Leegstand	
		Aantal Leegstand panden	Omvang leegstand (m ² wvo)	m ² wvo leegstand per 1.000 inwoners
Arnhem	155.699	172	37.111	238
Doesburg	11.341	10	1.843	163
Duiven	25.398	26	4.194	165
Lingewaard	46.182	28	4.162	90
Montferland	35.316	30	4.538	128
Overbetuwe	47.394	34	6.526	138
Renkum	31.391	27	3.721	119
Rheden	43.645	43	7.782	178
Rozendaal	1.498	-	-	-
Westervoort	14.991	14	1.513	101
Zevenaar	32.379	27	10.178	314
Totaal	445.234	411	81.568	183
Landelijk gemiddelde	-			191

In de navolgende tabel is de top-5 grootste leegstaande panden weergegeven. Hieruit blijkt dat er geen enkele pand in de regio aanwezig is dat het initiatief van Loods 5 qua omvang kan inpassen.

Tabel 2.5: Top vijf grootste leegstaande panden in de regio

Straat	Gemeente	Winkelgebied	Omvang (m ² wvo)	Leegstandscategorie
Edisonstraat 56	Zevenaar	Bedrijfsterrein	2.401	Langdurig
Edisonstraat 56	Zevenaar	Bedrijfsterrein	1.739	Langdurig
Hengelder 30	Zevenaar	Bedrijfsterrein	1.710	Structureel
Roggestraat 1	Arnhem	Centrum Arnhem	1.500	Aanvang/Frictie
Dr. C. Lelyweg 8	Arnhem	Bedrijfsterrein	1.285	Langdurig

2.4 Beleidskaders

Conclusies beleidskaders

- De provincie zet in op sterke concentraties met een sterke bovenregionale verzorgingsfunctie. Door het toevoegen van Loods 5 op Centerpoort-Nieuwgraaf, wordt het regionaal aangewezen

winkelgebied nóg sterker en neemt het toekomstperspectief toe. Het initiatief sluit daardoor aan op het provinciaal beleid.

- De locatie Centerpoort-Nieuwgraaf wordt in het Regionaal Programma Werklocaties (RPW) als perspectiefrijke perifere concentratie beschouwd en PDV-GDV-aanbod is hier wenselijk. Bovendien is Centerpoort-Nieuwgraaf de aangewezen plek om bovenregionale initiatieven te laten landen. De beoogde ontwikkeling van Loods 5 is door de gemeente Duiven voor de totstandkoming van het RPW meerdere malen nadrukkelijk afgestemd conform de richtlijnen van de regionale afspraken via het IOD. De ontwikkeling van Loods 5 is daardoor meegenomen in het RPW. Het initiatief past binnen de kaders van het RPW.
- Door de detailhandelsfunctie van Centerpoort-Nieuwgraaf te versterken, kan het gebied een nog prominentere rol spelen in de regionale en lokale consumentenverzorging (aanvullend aan het vernieuwde hoofdwinkelcentrum van Duiven), wat uitgangspunt is in het gemeentelijk beleid. Door het verbeteren van de omgevingskwaliteit en het verblijfsklimaat wordt tevens een bijdrage geleverd aan de reeds ingezette algehele revitalisering van het bedrijventerrein. Het initiatief past binnen het gemeentelijk beleid.
- Het initiatief sluit aan binnen zowel de provinciale, regionale als gemeentelijke beleidskaders rondom detailhandel.

2.5 Plannen en initiatieven

- Bouwmarkt- en tuincentrumformule Hornbach is voornemens om zich nabij Ikea te vestigen op de locatie van het groothandelscentrum. Dit bestemmingsplan is reeds onherroepelijk.
- Bauhaus heeft plannen om zich in Arnhem te vestigen op industrieterrein IJsseloord 2 met een winkel van 17.500 m². De komst is echter onzeker. In 2014 heeft de gemeente Arnhem een vergunning voor soortgelijke bedrijven afgegeven. In juni 2017 oordeelde de rechter echter dat de gemeente nooit een omgevingsvergunning had mogen afgeven voor dit type bedrijvigheid. IJsseloord II projectontwikkeling BV gaat in hoger beroep, en de uitslag zal later duidelijk worden.

3. DISTRIBUTIEVEN UITBREIDINGSRUIMTE EN EFFECTEN

3.1 Uitgangspunten

Op basis van de aanbodanalyse en de trends en ontwikkelingen wordt een globale inschatting gemaakt van het huidige functioneren en de toekomstige uitbreidingsmogelijkheden van de woonbranche op Centerpoort-Nieuwgraaf. Hierbij worden de volgende uitgangspunten gehanteerd.

Bevolkingsomvang- en ontwikkelingen

De regio telt anno 2017 circa 445.000 inwoners⁴. In de periode tussen 2017 en 2020 neemt het inwonertal toe tot circa 450.000 inwoners. Ook tot 2025 neemt het aantal inwoners nog toe tot circa 453.500 inwoners. De absolute bevolkingsgroei wordt met name veroorzaakt door de bevolkingsgroei in de gemeente Arnhem. In alle andere gemeenten is sprake van een stabilisatie of beperkte krimp van het aantal inwoners.

Tabel 3.1: Bevolkingsprognose regio⁵

Gemeente	2017	2020	2025
Arnhem	155.699	159.377	163.990
Doesburg	11.341	11.135	10.792
Duiven	25.398	24.852	23.871
Lingewaard	46.182	46.569	46.508
Montferland	35.316	35.701	35.686
Overbetuwe	47.394	48.309	48.600
Renkum	31.391	30.978	30.648
Rheden	43.645	44.021	44.218
Rozendaal	1.498	1.504	1.448
Westervoort	14.991	14.943	14.603
Zevenaar	32.379	32.725	33.278
Totaal regio	445.234	450.114	453.642

Bestedingen

Het gemiddeld inkomen per inwoner in de gemeente Duiven bedraagt € 23.200,- per hoofd van de bevolking per jaar en wijkt daarmee ca. -0,9% af van het landelijk gemiddelde. Het inkomensniveau van de regio als geheel ligt met € 23.000 circa -1,6% beneden het landelijk gemiddelde. Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Bij een afwijking groter dan 5% passen wij een correctie toe op het bestedingscijfer. Daar het inkomensniveau minder dan 5% afwijkt, kan uitgegaan worden van de landelijke bestedingscijfers.

⁴ Bron: CBS Statline, kerncijfers buurten en wijken 2017.

⁵ Bron: Primos Online 2017.

Tabel 3.2: Inkomen per inwoners per gemeente t.o.v. landelijk gemiddelde⁶

Gemeente	Inkomen per inwoner (x € 1.000)	Afwijking t.o.v. landelijk gemiddelde
Arnhem	22,3	-4,7%
Doesburg	21,4	-8,5%
Duiven	23,2	-0,9%
Lingewaard	23,2	-0,9%
Montferland	21,2	-9,4%
Overbetuwe	23,6	0,9%
Renkum	27,5	17,5%
Rheden	23,6	0,9%
Rozendaal	38,3	63,7%
Westervoort	22,3	-4,7%
Zevenaar	22,3	-4,7%
Totaal regio	23,0	-1,6%

De bestedingen in de woonbranche bedroegen in 2016 € 420,- op jaarbasis per hoofd van de bevolking (excl. BTW)⁷. Sinds 2012 is de omzet per hoofd in de woonbranche met bijna 7% toegenomen. Hiertegenover staat dat de bestedingen via internet beperkt zijn toenemen. Hoewel consumenten internet met het oog op woninginrichting momenteel vooral nog gebruiken voor oriëntatiedoeleinden en slechts beperkt voor aankopen, is een verdere beperkte stijging van bestedingen via dit kanaal wel te verwachten. Aangezien er ook voor de komende jaren verwacht mag worden dat de omzet per hoofd in de woonbranche zal stijgen en omzetonwikkelingen moeilijk zijn in te schatten, houden wij het omzetkengetal naar de toekomst toe gelijk.

Koopstromen

Koopkrachtbinding & koopkrachttoevloeiing

De koopkrachtbinding is de mate waarin de inwoners van de regio bestedingen doen bij winkels die in de regio zijn gevestigd. De koopkrachttoevloeiing duidt op de mate waarin de inwoners van buiten de regio besteden bij winkels die in de regio zijn gevestigd. De toevloeiing wordt uitgedrukt als aandeel (%) van de totale omzet.

Het spreekt voor zich dat het aankoopgedrag van de consument sterk verschilt naar gelang de branche. Voor (duurdere) woonartikelen is men bijvoorbeeld vaker bereid om meerdere plaatsen te bezoeken en ver te reizen. De koopkrachtbinding ligt in de woonbranches daarom meestal op een relatief lager niveau en de koopkrachttoevloeiing juist op een hoger niveau.

De hierna weergegeven koopstromen zijn gebaseerd op het koopstromenonderzoek Arnhem-Nijmegen uit 2016. Deze cijfers niet openbaar beschikbaar, maar zijn door BRO opgevraagd bij I&O Research die toegang heeft tot de onderzoeksdata.

⁶ Bron: CBS Statline, Kerncijfers wijken en buurten 2015, inkomen per inwoner.

⁷ Bron: Detailhandel.info, Omzetkengetallen 2016.

Koopstromen verzorgingsgebied

Volgens het KSO2016 Regio Arnhem-Nijmegen bedraagt de koopkrachtbinding en –toevloeiing voor de gehele woonbranche op het niveau van het verzorgingsgebied respectievelijk 76% en 34%. In het bindingscijfer zit echter ook de afvloeiing naar internet verdisconteerd. In distributief onderzoek wordt dit niet meegenomen in de binding, maar wordt het effect van internet gecorrigeerd in het bestedingscijfer⁸. Het aandeel van de bestedingen naar het internet (pure players) is in de woonbranche niet zo hoog als voor bijvoorbeeld aankopen in de branches media, bruin- en witgoed en kleding en mode. Doorgaans wordt in de woonbranche uitgegaan van een interneteffect van circa 4%. Dit betekent een gecorrigeerde koopkrachtbinding van circa 80%.

Het planinitiatief zal een positief effect hebben op de koopstromen. Er zal meer koopkracht binnen het verzorgingsgebied gebonden kunnen worden. Wij gaan uit van een koopkrachtbinding van circa 82%. Daarnaast zal Loods 5 vanwege de sterke bovenregionale aantrekkingskracht ook meer omzet van buiten het verzorgingsgebied aantrekken. Wij gaan uit van een toekomstige toevloeiing van circa 34 tot 35%⁹.

Omzet per m² wvo

De gemiddelde landelijke vloerproductiviteit in de woonbranche bedroeg over 2016 € 1.388,- (excl. BTW). Er zijn echter grote verschillen in vloerproductiviteit tussen subbranches in wonen. Deze varieert tussen € 946,- voor meubelzaken tot € 2.230,- voor keukenzaken (excl. BTW). In z'n algemeenheid ligt de omzet per m² wvo in grootschalige winkels lager dan het Nederlandse gemiddelde door het meer extensieve ruimtegebruik. Voor een zaak als IKEA is een flink hogere omzet per m² wvo echter niet ongebruikelijk, wat wordt ondersteund door de huidige vloerproductiviteit van het woonaanbod in het verzorgingsgebied (zie navolgende tabel). Wij gaan uit van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ 1.388,- per m² wvo) als norm voorgoed functioneren.

3.2 Distributieve uitbreidingsruimte

Op basis van de gegevens over het draagvlak, het bestedingsniveau, het koopgedrag van de inwoners van de regio en daarbuiten én het winkelvolumen per branche, is het functioneren voor de woonbranche benaderd. Uit de benadering volgt de vloerproductiviteit. Dit is de gemiddelde omzet per m² wvo en een gangbare indicator voor het functioneren van het winkelaanbod. Deze benadering is gebaseerd op meerdere aannames en de uitkomsten zijn daarom indicatief.

⁸ Bron: Notitie Omzetkengetallen 2016.

⁹ De absolute toevloeiing zal sowieso toenemen als de koopkrachtbinding in relatieve zin toeneemt. Hierdoor wordt in de berekening uitgegaan van een minimaal en maximaal scenario voor de koopkrachttoevloeiing.

Tabel 3.3: Benadering economisch functioneren woonbranche verzorgingsgebied

	Huidig functioneren	Toekomstig functioneren (min)	Toekomstig functioneren (max)
Aantal inwoners regio	445.234	453.642	453.642
Bestedingen per hoofd (€)	420	420	420
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	187,0	190,5	190,5
Koopkrachtbinding	80%	82%	82%
Gebonden bestedingen (€mln.)	149,6	156,2	156,2
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	34%	34%	35%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	77,1	80,5	84,1
Totale omzet (€ mln.)	226,7	236,7	240,4
wvo totaal (m² wvo)	159.126	159.126	159.126
Omzet per m² wvo (€)	1.425	1.500	1.525
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo (€)	1.388	1.388	1.388
Uitbreidingsruimte m² wvo (afgerond)		11.400	14.000

Het huidige aanbod in de woonbranche in het verzorgingsgebied functioneert met € 1.425,- per m² wvo momenteel boven het landelijk gemiddelde. Dit kan worden verklaard doordat Centerpoort-Nieuwgraaf zelf ruim boven het gemiddelde functioneert. De vestiging van Loods 5 zal een positief effect hebben op de koopstromen. Er zal sprake zijn van een hogere binding en een toename van de bestedingen van buiten het verzorgingsgebied. Daar is in de berekening in tabel 3.3 van uitgegaan. Hieruit kan afgeleid worden dat er in het verzorgingsgebied tot 2025 een theoretische uitbreidingsruimte is van circa 11.400 tot 14.000 m² wvo. De berekening toont aan dat er sprake is van enige kwantitatieve behoefte voor uitbreiding van het winkelaanbod in de woonbranche.

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve uitbreidingsruimte 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 of een versnelling vertonen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk stijgen of juist 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 ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen vaak meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. 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.

3.3 Effecten algemeen

(Boven)regionale aantrekkingskracht

De vestiging van een nieuwe grootschalige woonwinkel in Centerpoort-Nieuwgraaf vergroot de keuzemogelijkheden van de consument in Duiven en de regio. Een winkel die in omvang vergelijkbaar is met (een kleine) IKEA zal naar verwachting een groot verzorgingsgebied hebben. De winkel zal meer bezoekers uit de regio trekken, maar ook uit verder weg gelegen plaatsen in noordoost Nederland en Duitsland. De goede bereikbaarheid via de snelwegenstructuur speelt hierbij een rol.

Bijdrage aan versterking perifeer winkelcluster Nieuwgraaf

Centerpoort-Nieuwgraaf is momenteel binnen het noordelijke en middendeel van de Stadsregio Arnhem-Nijmegen al het sterkste winkelcluster in de woonbranche¹⁰. Voor een groot deel is dit te verklaren door de aanwezigheid van IKEA, maar ook de kritische massa op Centerpoort-Nieuwgraaf en de relatie met onder andere Intratuin op Graafstaete. Met de toevoeging van een woonwinkel met een omvang van ca. 16.400 m² wvo (exclusief horeca) zal de positie van Centerpoort-Nieuwgraaf verder versterken. Door clustering profiteren de aanwezige winkels van elkaars trekkracht via combinatiebezoek en kan het gebied een nog prominentere rol spelen in de regionale en lokale consumentenverzorging. Dit past ook in het regionale en lokale beleid, waarin is opgenomen dat Centerpoort-Nieuwgraaf de beste uitgangssituatie heeft om uit te groeien tot een tophemacentrum op het gebied van wonen/in en om het huis. Daarbij is verdere clustering en verbreding van het aanbod gewenst. Met de beoogde ontwikkeling wordt hierin voorzien.

3.4 Effecten Woonbranche

Omzeteffect

Binnen het verzorgingsgebied van Loods 5 is tot 2025 een theoretische uitbreidingsruimte berekend van circa 11.400 tot 14.000 m² wvo. Er is dus sprake van kwantitatieve ruimte voor het toevoegen van een grootschalige woonwinkel met een (boven)regionale aantrekkingskracht, passend binnen de gewenste versterking van het winkelcluster Nieuwgraaf. Het initiatief overschrijdt echter de berekende uitbreidingsruimte, maar dit leidt niet tot onaanvaardbare effecten. Op basis van de distributieve berekening moet rekening worden gehouden met een omzeteffect van circa -3,9% tot 5,4%. Dit kan worden beschouwd als ondernemersrisico en dit effect spreidt zich over vele aanbieders in grote regio.

De vestiging van Loods 5 heeft een versterkende werking voor Centerpoort-Nieuwgraaf en de reeds aanwezige winkels in dit winkelgebied. Echter zullen de concurrentieverhoudingen tussen de aanwezige aanbieders wel veranderen. Het is daarom niet op voorhand uit te sluiten dat er hierdoor enig bestaand aanbod in de regio verdwijnt. Expliciet onderdeel van de regionale beleidsmatige keuzes is echter dat men als gevolg van het streven naar één toplocatie in de regio op het gebied van het thema 'wonen/in- en om het huis' zal accepteren dat het perspectief voor sommige kleinere PDV-clusters/ woonboulevards in de regio hierdoor minder kan worden.

¹⁰ Bron: KSO2016 Arnhem-Nijmegen en Regionaal Programma Werklocaties.

Lokale effecten

De effecten van de vestiging van een grootschalige woonwinkel op het centrumgebied van Duiven zullen vrijwel nihil zijn. Het winkelaanbod in het centrum is van geheel andere orde qua branchering dan dat op Centerpoort-Nieuwgraaf. Nagenoeg alle woonzaken in Duiven zijn op of nabij Centerpoort-Nieuwgraaf aanwezig. Dit betekent dat deze zaken met goed ondernemerschap kunnen profiteren van de toegenomen aantrekkingskracht. De eventuele verspreide woonzaken nemen in toekomstperspectief af, maar deze concurreren momenteel al met het zeer sterke cluster Centerpoort-Nieuwgraaf.

Ook de bestaande woonwinkels op Centerpoort-Nieuwgraaf zullen mogelijk qua omzet een daling doormaken. Zij kunnen echter ook juist profiteren van de grote aantrekkingskracht en bovenregionale verzorgingsgebied van de nieuwe winkel en door het effect van kijken en vergelijken door consumenten binnen het specifieke woninginrichtingsassortiment.

Indien een van de bestaande woonwinkels in Duiven toch onverhoopt zou verdwijnen, dan heeft dat geen duurzame negatieve effecten voor de verzorgingsstructuur: er blijven nog voldoende keuzemogelijkheden voor de consument over, mede omdat er een nieuwe aanbieder bij gekomen is. Gezien de concentratie van woonwinkels op Centerpoort-Nieuwgraaf zal er ook in ruimtelijk opzicht in de detailhandelsstructuur dan niets veranderen.

Regionale effecten

Zoals eerder aangegeven is het perifere detailhandelscluster Centerpoort-Nieuwgraaf binnen het regionale en lokale beleid aangewezen als regionale toplocatie op het gebied van het thema 'wonen/in- en om het huis' met een bij dat thema passende uitstraling en functionele invulling (samenstelling van het aanbod). De toevoeging van een grootschalige woonwinkel past hier naadloos in. Dit kan wel een effect hebben op het huidige regionale aanbod buiten Duiven in termen van wijzigende concurrentieverhoudingen. Het is goed mogelijk dat aanbieders in de omgeving een lichte omzetsdaling registreren. Deze omzetsdaling zal echter verspreid zijn over een groot gebied en een groot aantal aanbieders. Maar er is ook sprake van regionale omzetgroei als gevolg van de bevolkingstoename. Wel zijn er in de regio enkele kleinschalige bedrijventerreinen en verspreide winkellocaties met verouderd woonaanbod op minder goede locaties, die weinig perspectiefrijk zijn. Op deze clusters is momenteel al sprake van leegstand en het is niet uit te sluiten dat de leegstand hier verder zal toenemen. Uiteindelijk heeft de verdere vergroting en verbreding van het aanbod op Centerpoort-Nieuwgraaf echter een positief effect op de consumentenvereniging. Er is immers modern aanbod bijgekomen, wat positief bijdraagt aan een aantrekkelijk verblijfsklimaat. Locaties waar de leegstand verder toeneemt, zullen zich mogelijk moeten beraden op een alternatieve invulling of sanering.

Bovenregionale effecten

Door de schaal en uniciteit van de grootschalige nieuwe winkel zullen zoals gezegd waarschijnlijk ook klanten uit verder weg gelegen plaatsen getrokken worden. Het gaat hierbij om bezoekers uit Nijmegen Noord, noordoostelijk Nederland en mogelijk Duitsland. Bezoekers van verder weg besteden over het algemeen meer dan bezoekers van dichtbij. Een verdere toevloeiing naar Centerpoort-Nieuwgraaf

zal elders een omzetzdaling met zich meebrengen. Voor wat betreft bovenregionale bezoekers verspreiden de effecten zich over een groot gebied en dus over veel aanbieders. De kans is klein dat er buiten het verzorgingsgebied bestaand aanbod in de woonbranche zal verdwijnen als gevolg van de vestiging van de grootschalige woonwinkel op Centerpoort-Nieuwgraaf. Indien er daar al aanbod verdwijnt dan zal dat eerder aan andere ontwikkelingen liggen, zoals de bevolkingskrimp in sommige gebieden of het veranderende consumentengedrag. Daarbij zal het sowieso gaan om winkels in gebieden die al een verminderd perspectief hebben.

3.5 Effecten horeca (restaurantieve sector)

Loods 5 heeft een eigen horecacomponent met een grootschalig karakter. De horeca hangt nadrukkelijk samen met de winkel en vergroot de beleving van het bezoek aan de winkel. De horeca is onderscheidend vanwege de aard en omvang (grootschalig) ten opzichte van het reguliere horeca-aanbod. De effecten op het horeca-aanbod en meer specifiek de restaurants in het verzorgingsgebied zijn om de volgende redenen niet onaanvaardbaar:

- Het toevoegen van grootschalige horeca bij Loods 5 speelt in op trends en ontwikkelingen binnen de horeca-branch (zie bijlage 2). De consument heeft behoefte aan grootschalige horeca met een goede bereikbaarheid en voldoende parkeren.
- De vestiging van grootschalige horeca in Loods 5 zorgt ervoor dat de verblijfstijd voor bezoekers van Centerpoort-Nieuwgraaf verlengt kan worden, wat positief is voor de winkelbeleving, maar ook voor andere winkels in het gebied omdat dit kan leiden tot meer bestedingen (ook in winkels).
- Verder geldt voor grootschalige horeca-concepten dat zij door de omvang, ligging en profilering, een wezenlijk ander marktsegment bedienen dan het bestaande horeca-aanbod in het verzorgingsgebied 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. De centrumgebieden in het verzorgingsgebied blijven ook de plekken waar men meer gespecialiseerde restaurants kan vinden of waar het restaurantbezoek gecombineerd kan worden met winkelbezoek (recreatief bezoekmotief).
- 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. Immers, het aanbod op is complementair aan elkaar. Bovendien beschikt Duiven nog niet over grootschalig horeca-aanbod binnen de voorgestelde marktsegmenten en creëert dergelijk aanbod zijn eigen markt.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Beleidskaders

Provinciaal beleid

Omgevingsvisie Gelderland (vastgesteld december 2016)

Op dit moment wordt gewerkt aan een actualisatie van de Omgevingsvisie, maar dit ontwerp is nog geen vastgesteld beleid. In de omgevingsvisie wordt aangegeven dat de provincie streeft naar het stimuleren van economische ontwikkelingen en dynamiek. Om zorg te dragen voor een duurzame stedelijke ontwikkeling, worden in de Omgevingsvisie verschillende handvatten geboden. Er wordt ingezet op versterking van de stedelijke netwerken, gecombineerd met een impuls voor de vitaliteit van kleine kernen en dorpen. De Omgevingsvisie biedt daarnaast een basis voor het terugdringen van leegstand en overcapaciteit in plannen en zorgvuldige locatie-afwegingen. Deze bouwen voort op de kwaliteit en de kracht van het bestaande, zonder het uitgaan van het bestaande tot dogma te verheffen.

De rol van de provincie is onder andere het concentreren van stedelijke functies met een bovenregionale functie op goed bereikbare locaties en multimodale knooppunten. Ook wil de provincie de sterke sectoren in de Gelderse economie (maakindustrie, vrijetijdseconomie en logistiek) faciliteren en ondersteunen. Om de vitaliteit van de kleinere kernen en dorpen te behouden en versterken, is de ambitie om te zorgen voor een optimale kwaliteit en bereikbaarheid van de voorzieningen.

Regionaal Programma Werklocaties

Het voormalige Regionaal Programma Detailhandel (RPD) is vervangen door het Regionaal Programma Werklocaties (RPW). Hierin zijn enkele hoofddoelstellingen benoemd:

- Zorgen voor nieuwe economische ontwikkeling op de juiste locatie in de regio met maximaal rendement voor de werkgelegenheid. Dit geldt zowel voor bedrijventerreinen, kantoren als perifere detailhandel.
- Ruimte geven aan uitbreiding van lokale bedrijvigheid.
- In een realistisch tijdspad toewerken naar een economisch evenwicht in vraag en aanbod.
- De economische marktontwikkelingen nauwlettend volgen en optimaal benutten. Er is een reële kans dat de komende drie jaren (2017, 2018 en 2019) de huidige marktontwikkelingen doorzetten en de uitgifte/verkoop van gronden boven verwachting uitpakt.

Specifiek voor perifere detailhandel zijn ook enkele doelstellingen voor de versterking van de regionale detailhandelsstructuur benoemd;

1. Bijdragen aan het verbeteren en versterken van onze regionale economische kracht en aan de bescherming van de vitale binnensteden en wijk- en dorpscentra;
2. Flexibel kunnen inspelen op de vragen uit de markt (ondernemers, ontwikkelaars/beleggers); de sterkste locaties koppelen aan de marktvraag naar nieuwe perifere detailhandel. Dit draagt bij aan de werkgelegenheid;
3. Komen tot een goede ruimtelijke afstemming voor dit soort vestigingen.

Naast dit algemene kader is in 2013 specifiek regionaal beleid vastgesteld in het Regionaal Programma Detailhandel (RPD). Het doel van het RPD is het creëren en in stand houden van een evenwichtige en duurzame regionale detailhandels-structuur met een zo compleet mogelijk voorzieningenpakket voor de consument. Maar ook met perspectief voor ondernemers en marktpartijen, zodat zij kunnen en willen investeren in vernieuwing. Ook is het beschermen en versterken van binnensteden en wijk- en buurtcentra benoemd. Dit betekent aan de ene kant het stimuleren van de dynamiek in de detailhandel door schaalvergroting en clustering op de juiste plekken te faciliteren. Aan de andere kant wordt rekening gehouden met de effecten hiervan op de bestaande winkelgebieden en de leefbaarheid in kernen en wijken.

De locatie Centerpoort-Nieuwgraaf wordt in de visie als perspectiefrijke perifere concentratie beschouwd en PDV-GDV-aanbod is hier wenselijk. De beoogde ontwikkeling van Loods 5 is door de gemeente Duiven voor de totstandkoming van het RPW meerdere malen nadrukkelijk afgestemd conform de richtlijnen van de regionale afspraken via het IOD. De ontwikkeling van Loods 5 is daardoor meegenomen in het RPW.

Gemeentelijke kaders

Op 2 juli 2012 heeft de gemeenteraad van Duiven de Detailhandelsnota gemeente Duiven vastgesteld. De Detailhandelsnota is tot stand gekomen in samenspraak met lokale ondernemersvertegenwoordigers en de Stadsregio Arnhem-Nijmegen.

Bedrijventerrein Centerpoort-Nieuwgraaf kent een uitgebreid perifeer detailhandelsaanbod. De woonbranche neemt het belangrijkste deel in, waaronder woonwarenhuis IKEA. Het overige aanbod bestaat uit de branches doe-het-zelf, sport & spel en electronica. Sinds de komst van de IKEA in de jaren '80 heeft het bedrijventerrein zich ontwikkeld tot een belangrijke (boven)regionale vestigingslocatie voor perifere detailhandel.

In de detailhandelsnota is nadrukkelijk uitgesproken dat het bedrijventerrein in potentie goede mogelijkheden heeft om zich verder als PDV/GDV-winkelgebied¹¹ te ontwikkelen, onder meer omdat:

- de locatie goed bereikbaar is vanuit een omvangrijke regio. De bereikbaarheid vanuit zuidelijke richtingen zal nog aanmerkelijk verbeteren nu besloten is de A15 door te trekken naar de A12;
- het reeds beschikt over diverse detailhandelsvestigingen die qua aard en omvang passen bij het profiel;
- er sprake is van een grote bekendheid in de regio vanwege het huidige aanbod (in grote mate door de aanwezigheid van woonwarenhuis IKEA).

¹¹ PDV staat voor Perifere Detailhandelsvestigingen. Hieronder vielen in het voormalige rijksbeleid de branches woonwinkels, keukens/sanitair, bouwmarkten, tuincentra en aanverwante winkels. GDV staat voor Grootschalige Detailhandelsvestigingen en niet de branche, maar de maatvoering van de winkels is hierbij het leidende principe.

Op andere aspecten schiet Centerpoort-Nieuwgraaf in de huidige situatie echter te kort als winkelgebied:

- de locatie heeft niet de uitstraling en ambiance van een aantrekkelijk detailhandelscluster;
- een sterke ruimtelijke relatie tussen de verschillende consumentgerichte voorzieningen ontbreekt;
- er is sprake van (partiële) leegstand en weinig aantrekkelijke bebouwing op prominente plekken (o.a. groothandelsgebouw).

Bijlage 2: Trends en ontwikkelingen horeca

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.

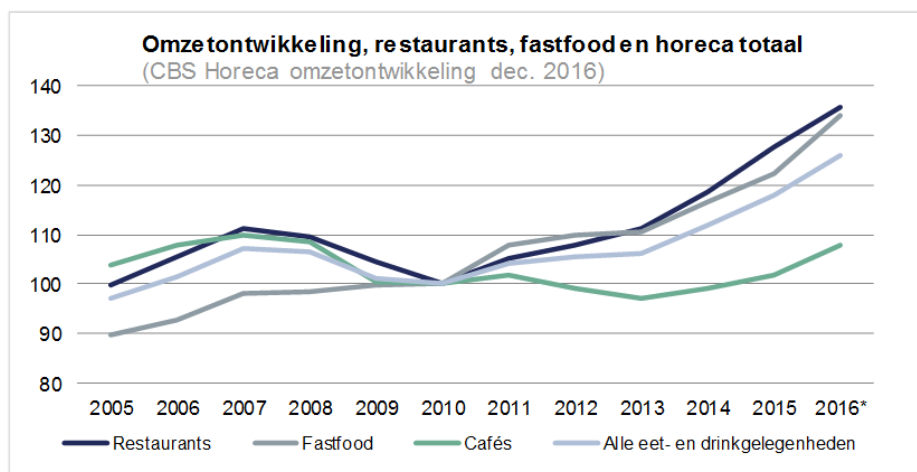
Algemene aanbodontwikkelingen

- 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 B.1: Totale omzetontwikkeling horeca t.o.v. een jaar eerder (in%)¹²



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 onbeperkt 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 onbeperkt.
- 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.

¹² 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.

Bijlage 3: Trends en ontwikkelingen woonbranche

- De omzet neemt toe in de woonbranche. Uit de meest recente omzetkengetallen (Detailhandel.info, 2016), blijkt dat sinds 2015 de omzet per hoofd jaarlijks met gemiddeld 5% is toegenomen. De verwachting is dat de omzetgroei verder zal doorzetten door de aantrekkende woningmarkt en het groeiend consumentenvertrouwen¹³.
- Door het toenemend aantal huishoudens en de sterke woningbouwopgave neemt ook de vraag naar woonartikelen toe.
- De consument is meer op zoek naar unieke producten. Eigen merken worden relevanter. Onderscheidenheid in aanbod en formule wordt door de consument gewaardeerd. Hierbij ontstaat een nadruk op kleinschalige meer specialistische woonzaken en (zeer) grootschalige woonwarenhuizen waar een totaalbeleving wordt aangeboden.
- Er is sprake van een stevige concurrentie in de branche, omdat branchevreemde aanbieders, zoals supermarkten, huishoudelijke zaken, bouwmarkten en tuincentra een assortiment in woninginrichting aanbieden.
- Het aantal shop-in-shops en nieuwe concepten neemt toe. Hierdoor kunnen merken hun assortiment in stijl presenteren bij de winkeliers.
- Door de toegenomen transparantie is er een sterke prijsdruk, waardoor de marges krimpen en winkels minder onderscheidend zijn.
- De grote merken verkopen steeds vaker direct aan de consument, via een eigen online verkoopkanaal of eigen winkels (brandstores).
- Mede door de sterke concurrentie neemt het aantal (vaak kleinschalige) winkels af, terwijl de totale omvang (in m² wvo) bijna verdubbeld is in de periode 2010-2016. Dit duidt op schaalvergroting.
- Over het algemeen vindt er een verschuiving plaats in vestigingslocatie, van reguliere winkelgebieden naar grootschalige concentratiegebieden. Hier kunnen formules doorgroeien naar de gewenste omvang en zijn tevens goed bereikbaar.
- Het toekomstperspectief is neutraal. Enerzijds blijft de concurrentie hevig, door het groeiend aantal branchevreemde aanbieders, de prijsdruk, en de steeds grotere meubelzaken. Anderzijds liggen er ook kansen voor winkeliers door de aantrekkende woningmarkt en de groeiende behoefte aan inspiratie, advies en gepersonaliseerde producten.

¹³ Rabobank, Cijfers en Trends editie 2016/2017.

