

Amersfoort, Ruimtelijk-functionele
effectenanalyse vestiging Bauhaus
Demp Projecten Groningen B.V.



Amersfoort, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse vestiging Bauhaus Demp Projecten Groningen B.V.

Rapportnummer:	211X08116_4
Datum:	8 juni 2021
Contactpersoon opdrachtgever:	de heer S. Özer
Projectteam BRO:	Roeland Mathijsen, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Distributieplanologisch onderzoek, tuincentrum, bouwmarkt, regio Amersfoort, effecten
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 7
Beknopte inhoud:	BRO heeft de distributieve mogelijkheden voor en effecten van de vestiging van en grootschalige bouw- en tuinmarkt op bedrijventerrein Vathorst nabij Ikea 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

1. INLEIDING EN CONCLUSIES	3
1.1 Aanleiding en vraagstelling	3
1.2 Ruimtelijk relevant verzorgingsgebied	5
1.3 Onderzoeksopzet	6
1.4 Onderzoeksresultaten en conclusies	6
1.4.1 Behoeft	6
1.4.2 Aanvaardbaarheid effecten	8
1.4.3 Dienstenrichtlijn	8
2. TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN BELEID	9
2.1 Trends en ontwikkelingen in de doe-het-zelf- en tuinbranche	9
2.2 De Bauhaus formule	13
2.3 Beleidskaders	14
3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE VERZORGINGSGEBIED	19
3.1 Aanbodanalyse relevant verzorgingsgebied	19
3.1.1 Aanbod doe-het-zelf- en tuincentrumbranche	19
3.1.2 Aanbod doe-het-zelf specifiek	20
3.1.3 Aanbod tuincentra specifiek	23
3.1.4 Nautisch aanbod	25
3.1.5 Leegstand	26
3.1.6 Harde plancapaciteit	27
3.2 Draagvlak relevant verzorgingsgebied	28
3.3 Koopstromen verzorgingsgebied	30
3.4 Economisch functioneren doe-het-zelfbranche en tuincentra	32
3.5 Effecten Bauhaus relevante regio	35
3.6 Tot slot	40
4. DIENSTENRICHTLIJN	41
4.1 Inleiding	41
4.2 Relatie planinitiatief	41
4.3 Conclusie	42

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

Bijlage 2: Assortimentslijst Bauhaus Amersfoort

Bijlage 3: Beleidskader

Bijlage 4: Harde plancapaciteit

Bijlage 5: Aanvullende distributieve berekeningen

1. INLEIDING EN CONCLUSIES

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Aanleiding

Dit rapport betreft een actualisatie en aanvulling op het eerder door BRO opgestelde rapport (juni 2020) dat ten grondslag lag aan het ontwerpbestemmingsplan. In dit nieuwe rapport zijn de cijfers geactualiseerd op de meest recente uitgangspunten. Daarnaast is rekening gehouden met de vragen- en opmerkingen die naar voren zijn gekomen tijdens de zienswijzefase. Deze zijn zo goed mogelijk verwerkt. Op hoofdlijnen is ten opzichte van de vorige versie het volgende aangepast:

- Meest actuele aanbod- en leegstandcijfers (Locatus, gedownload begin maart 2021)
- Meest actuele omzetkengetallen (over 2019, editie Omzetkengetallen 2020)
- Meest actuele beleidskaders en nadere toets aan regionaal beleid.
- Meer inzicht in de regionale (leegstands)effecten
- Meer inzicht in de harde plancapaciteit
- Meer inzicht in de kwalitatieve behoefte
- Fijnmazigere analyse ten aanzien van de behoefte c.q. distributieve uitbreidingsruimte

Initiatief

De Duitse grootschalige bouw- en tuinmarktketen Bauhaus is voornemens zich in Amersfoort te vestigen. De beoogde locatie is gelegen op bedrijventerrein Vathorst aan de A1. Het ten behoeve van deze ontwikkeling opgestelde bestemmingsplan voorziet in een bouw-/tuinmarkt bestaande uit:

- het bouwmarktgedeelte van maximaal 9.200 m² wvo¹;
- het tuincentrumgedeelte van maximaal 1.000 m² wvo, exclusief buitenruimte;
- drive-in van 3.240 m² bvo.

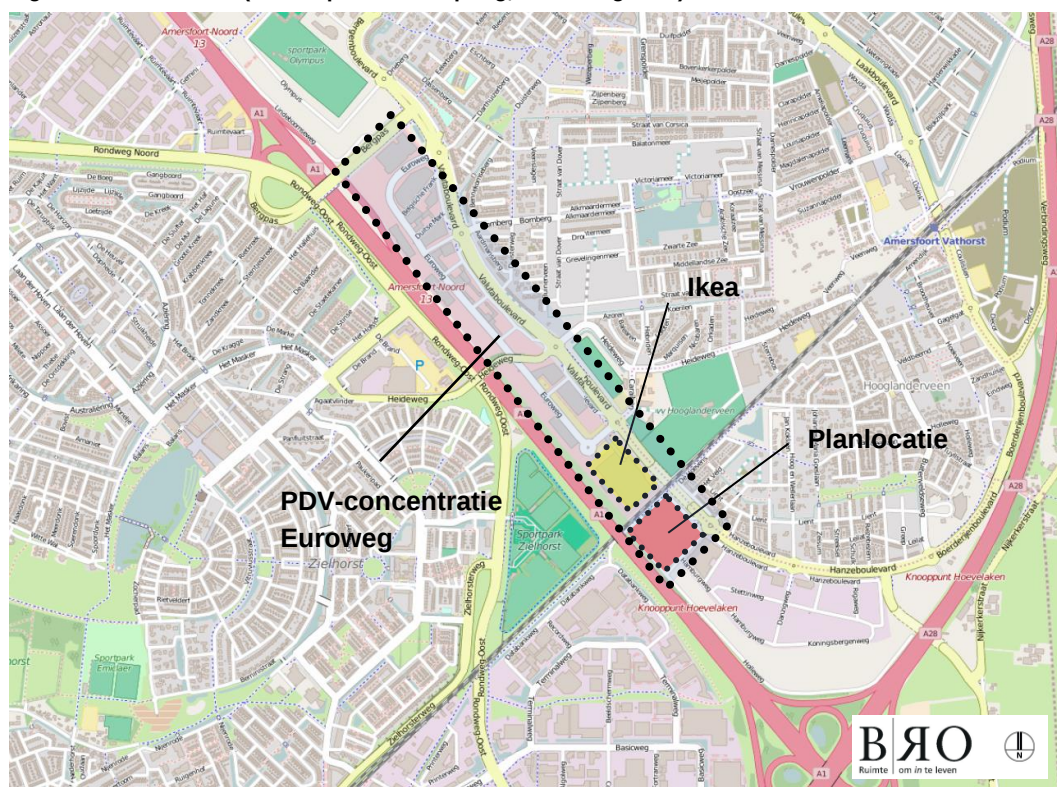
In het onderhavig onderzoek wordt gerekend met het winkelvloeroppervlak voor de bouwmarkt en het tuincentrum, conform de landelijke standaard voor ruimtelijk-economisch onderzoek en de Locatus-definitie. De totale uitbreiding van het winkelvloeroppervlak bedraagt 10.200 m² wvo. Opgemerkt moet worden dat Bauhaus binnen het bouwmarktgedeelte ook een beperkt deel nautisch assortiment voert binnen het bouwmarktdeel tot maximaal 175 m². Daarnaast is in het bestemmingsplan apart nevenassortiment gemaximeerd tot een omvang van 250 m² bvo.

Momenteel zijn er op Vathorst meerdere grootschalige winkels gevestigd, waaronder Ikea. De locatie kan daardoor beschouwd worden als perifere detailhandelslocatie. In het kader van het genoemde planinitiatief is BRO gevraagd onderzoek te doen naar de distributieve mogelijkheden voor een uit-

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

breiding van het doe-het-zelf- en tuincentrumaanbod in Amersfoort en omringende gemeenten. Daarnaast zijn de mogelijke effecten van de vestiging van Bauhaus op de beoogde locatie relevant in relatie tot de systematiek van de 'ladder voor duurzame verstedelijking'. Daarbij gaat het om de effecten op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Figuur 1.1: Planlocatie (bron: Openstreetmap.org, bewerking BRO)



Vraagstelling

De centrale vragen hebben wij als volgt geformuleerd:

- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van doe-het-zelf en tuincentra in de gemeente Amersfoort en relevante omringende gemeenten momenteel opgebouwd?
- Wat zijn hier de distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod in de branches doe-het-zelf en tuincentra?
- Wat zijn de effecten van een uitbreiding van het aanbod in de genoemde branches met een Bauhaus bouw- en tuinmarkt op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand?

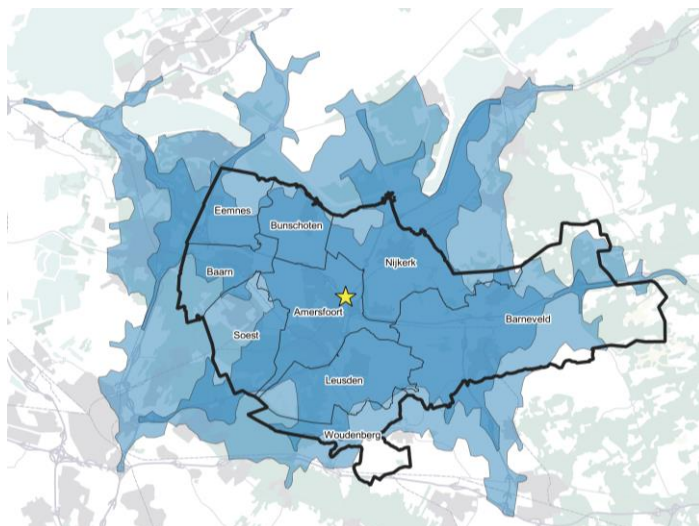
1.2 Ruimtelijk relevant verzorgingsgebied

Vanwege de uniciteit en omvang van Bauhaus zal de vestiging in Amersfoort een regionale aantrekkingskracht hebben. Dit betekent dat het primaire verzorgingsgebied van Bauhaus relatief groot is. Het ruimtelijk relevante verzorgingsgebied hebben we op basis van de volgende criteria bepaald.

- De gemeenten waar naar verwachting het grootste deel van bestedingen/omzet van Bauhaus vandaan komt en waar dus in potentie de grootste omzeteffecten verwacht worden.
- Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2018 blijkt de kooporiëntatie van de consument. Deze informatie is op dit moment het meest feitelijk en relevant bij het bepalen van het verzorgingsgebied.
- Hoewel ervaringsgegevens leren dat grootschalige bouw-/tuinmarkten regionale verzorgingsgebieden hebben met een bereik van 20 tot 25 autominuten, zijn specifieke lokale factoren ook van invloed. Denk aan fysieke barrières (bijvoorbeeld snelwegen en water) of positionering van concurrenten.
- Op basis van het regionaalbeleid en de – afstemming dient aandacht te zijn voor de beleidsmatige regio Amersfoort.

Op basis van het voorgaande is voor het (primaire) verzorgingsgebied van Bauhaus aangesloten op de regio Amersfoort, zoals eerder door BRO is gehanteerd². Het betreft hierin de gemeenten Amersfoort, Baarn, Barneveld, Bunschoten, Eemnes, Leusden, Nijkerk, Soest en Woudenberg. Afstemming van het verzorgingsgebied met eerdere onderzoeken maakt het eenvoudiger uitkomsten te vergelijken. Het grootste deel van de bestedingen naar Bauhaus zullen uit dit verzorgingsgebied vandaan komen. In potentie liggen in dit gebied hierdoor ook de grootste kansen op effecten. Bovendien komt dit gebied goed overeen met circa 20 tot 25 autominuten. Op basis hiervan moet geconcludeerd worden dat dit gebied moet worden beschouwd als het ruimtelijk relevante verzorgingsgebied, conform de handreiking van de ladder voor duurzame verstedelijking.

Figuur 1.2: Primaire verzorgingsgebied (zwarte contour) Bauhaus Amersfoort



² Zie: BRO (2020), Ruimtelijk-functionele effectenanalyse vestiging Bauhaus

1.3 Onderzoeksopzet

Ruimtelijk-functioneel onderzoek

De antwoorden op de vragen uit dit onderzoek worden verkregen door middel van ruimtelijk-functioneel onderzoek, waarbij enerzijds de kwalitatieve en de kwantitatieve behoefte aan ontwikkeling in de doe-het-zelf- en tuinmarkt wordt onderzocht. Anderzijds zijn in dit onderzoek de te verwachten effecten van de beoogde ontwikkeling aan de orde. Met de resultaten van het onderzoek wordt de ladder voor duurzame verstedelijking ("ladder") doorlopen.

Leeswijzer rapport

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

- Hoofdstuk 2: de kwalitatieve behoefte wordt bepaald op basis van trends in consumentengedrag, ontwikkelingen in het winkelaanbod en de positionering van Bauhaus. Ook worden in dit hoofdstuk de relevante kaders vanuit het beleid gegeven.
- Hoofdstuk 3: de (kwantitatieve) behoefte wordt verkend binnen het primaire verzorgingsgebied van de beoogde Bauhaus. Dit wordt opgevat als de relevante regio in het kader van de ladder-toets. In het onderhavige geval omvat dit het gebied dat vergelijkbaar is met de Regio Amersfoort. In hoofdstuk 3 is tevens aandacht voor de te verwachten effecten van de beoogde ontwikkeling.

1.4 Onderzoeksresultaten en conclusies

1.4.1 Behoefte

Er wordt geconcludeerd dat de beoogde ontwikkeling voldoet de ladder voor duurzame verstedelijking, omdat de ontwikkeling voorziet in een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte en omdat de eventuele effecten ervan aanvaardbaar zijn. In het navolgende worden de argumenten en overwegingen weergegeven bij deze conclusie. Ook wordt daarbij aangegeven waar de achtergronden ervan te vinden zijn in het rapport.

Kwalitatieve behoefte

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

- Er is sprake van een sterke opleving van de woningmarkt in Nederland (bronnen Rabobank, ABN AMRO Bank, NVM, CBS etc.) en dat is positief voor de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinproducten. Een gunstige bijkomstigheid is dat negatieve omzeteffecten van e-commerce relatief beperkt blijven in de doe-het-zelfbranche. Dit betekent dat er behoefte is om meer te klussen en dus aankopen voor 'in en om het huis' waar Bauhaus in voorziet.
- Toch heeft het veranderende consumentengedrag wel degelijk invloed op de doe-het-zelf- en tuinbranche. De klant vraagt om een breder en dieper assortiment, meer service in de winkel en meer winkelcomfort (ruime gangpaden, lage schappen, fraaie productpresentatie). Dit is tevens

een reactie op de groei van e-commerce. Een deel van de doe-het-zelf- en tuinmarkt voorziet in deze behoeften van de consument door middel van schaalvergroting.

- In Nederland is de Bauhaus-formule in opkomst. Deze winkels beschikken naast het bouwmarkt-gedeelte over een tuincentrumdeel en een drive-in. De grootschalige oppervlakte is nodig om een breed en diep assortiment te voeren en de artikelen optimaal te kunnen presenteren. De grootschalige bouw-/tuinmarkten onderscheiden zich ten opzichte van andere bouwmarkten verder in het aanbieden van productdemonstraties en extra service aan de consument.
- De beoogde komst van Bauhaus heeft een positief effect op de kwaliteit van de lokale consumentenverzorging, door een nog ontbrekend en grootschalig winkelconcept aan het huidige aanbod toe te voegen, want het huidige aanbod in het relevante verzorgingsgebied bestaat momenteel uitsluitend uit reguliere en/of kleinschalige bouwmarkten en doe-het-zelfspeciaalzaken, met uitzondering van Praxis & Tuin in Amersfoort.
- De verwachting is dat komst van een nieuwe grootschalige bouw-/tuinmarkt – met een zeer ruim assortiment en een aantrekkelijke prijsstelling – zal zorgen voor een opleving van het doe-het-zelfen in de regio. Hierbij kopen consumenten de 'bulk' bij de bouwmarkt en voor specialistisch productaanbod en specialistische service (waaronder installatie) zal een deel van de consumenten de speciaalzaak (vaak om-de-hoek) bezoeken, waardoor de gehele sector profiteert van de vernieuwing in de markt door de komst van de nieuwe aanbieder.
- Van belang is ook dat het totaal aantal inwoners van het relevante verzorgingsgebied nog zal groeien en dan vooral in de gemeente Amersfoort. Deze groei van het inwonertal levert als vanzelf een behoefte aan meer doe-het-zelf- en tuinproducten op, omdat de huizen en tuinen van deze nieuwe inwoners verfraaid moeten worden.

Kwantitatieve behoefte

De beoogde ontwikkeling voorziet om de volgende redenen deels in de kwantitatieve behoefte.

- In de huidige marktomstandigheden bedraagt de vloerproductiviteit van het doe-het-zelfaanbod circa € 1.725,- per m² wvo. Deze vloerproductiviteit ligt 6% boven het landelijke vijfjaarsgemiddelde van € 1.621,- per m² wvo. In het relevante verzorgingsgebied is daardoor in de huidige situatie sprake van gezonde marktomstandigheden. In de huidige situatie bestaat circa 2.700 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de doe-het-zelfbranche.
- Door de toename van het aantal inwoners en de aantrekkingskracht van Bauhaus Amersfoort kunnen meer bestedingen binnen het verzorgingsgebied worden gebonden en kan meer koopkracht van buiten worden aangetrokken. Dit levert nog meer distributieve uitbreidingsruimte op. In 2030 ontstaat circa 8.300 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte voor doe-het-zelfaanbod.
- In de huidige marktomstandigheden bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit van het tuincentrumaanbod circa € 616,- per m² wvo. Deze vloerproductiviteit ligt ruim 9% boven het gemiddelde van € 563,- per m² wvo. In de regio Amersfoort is sprake van gezonde marktomstandigheden. In de huidige situatie bestaat ruim 5.700 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de tuincentrumbranche.
- Door de toename van het aantal inwoners in het verzorgingsgebied kunnen meer bestedingen worden gebonden en kan meer koopkracht van buiten de regio worden aangetrokken. Hier profiteren alle aanbieders van. In 2030 ontstaat circa 10.800 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte.

- In het geval harde plancapaciteit wordt meegewogen in de distributieve berekening is het afhankelijk van de uiteindelijke feitelijke invulling in hoeverre kwantitatieve behoefte (blijft) bestaan voor een grootschalige bouw-/tuinmarkt in Amersfoort.
- Indien in het onrealistische scenario de invulling van plancapaciteit de berekende distributieve uitbreidingsruimte volledig zou overschrijden, betekent dit dat geen kwantitatieve behoefte meer bestaat voor Bauhaus (of andere initiatieven). De situatie dat de harde plancapaciteit niet volledig wordt ingevuld met doe-het-zelfaanbod is naar oordeel van BRO realistischer, aangezien er momenteel zowel in de doe-het-zelf- en tuincentrumbranche relatief veel distributieve ruimte bestaat en dit een resultaat is van gezonde vraag- en aanbodverhoudingen. Dit betekent echter niet dat geen sprake is van een kwalitatieve behoefte. Bauhaus voegt ten opzichte van het bestaande aanbod immers een uniek en onderscheidend concept toe met een grootschalige bouwmarkt, tuincentrum en drive-in op een vanuit de regio goed bereikbare locatie.

1.4.2 Aanvaardbaarheid effecten

Aanvaardbaarheid van de effecten

Hoewel Bauhaus tot enige omzetteffecten zal leiden, wordt de kans klein geacht dat als gevolg hiervan bestaand aanbod verdrongen wordt en leegstand zal ontstaan. Zelfs in het onwaarschijnlijke scenario dat toch leegstand ontstaat is deze leegstand bezien vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar.

- Geconcludeerd wordt dat de vestiging van Bauhaus op bedrijventerrein Vathorst positief is voor de positie en het perspectief van dit winkelgebied en de regionaalverzorgende functie van de gemeente Amersfoort. Per saldo zal de consumentenverzorging op het gebied van doe-het-zelf- en tuinartikelen er ook op vooruit gaan. In kwalitatieve zin is er daarmee sprake van een toegevoegde waarde.
- In kwantitatief opzicht voorziet het initiatief voor een groot deel in een kwantitatieve behoefte. De effecten zullen zich spreiden over een groot gebied met veel aanbieders, waardoor de gevolgen hiervan voor de consumentenverzorging en de leefomgeving gering zijn. Bovendien is het aanbod hoofdzakelijk op verspreide locaties aanwezig. Dit betekent dat als er onverhoopt een aanbieder verdwijnt de effecten op leegstand niet onaanvaardbaar zijn.
- Ten aanzien van het nautisch aanbod zijn specifiek ook geen negatieve effecten te verwachten. De meeste winkels die eveneens een nautisch assortiment voeren hebben een andere functie in de structuur dan Bauhaus. Het aanbod in de nautische branches is in de Regio Amersfoort bovendien beperkt. Per saldo nemen de keuzemogelijkheden toe, wat een positief effect heeft op de consumentenverzorging. Van onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur, dan wel de leegstand, is geen sprake.

1.4.3 Dienstenrichtlijn

Het initiatief past binnen de kaders van de Dienstenrichtlijn. Er is geen sprake van evidente strijd met de Dienstenrichtlijn tegen het licht van het discriminatieverbod, de noodzakelijkheid en de evenredigheid.

2. TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN BELEID

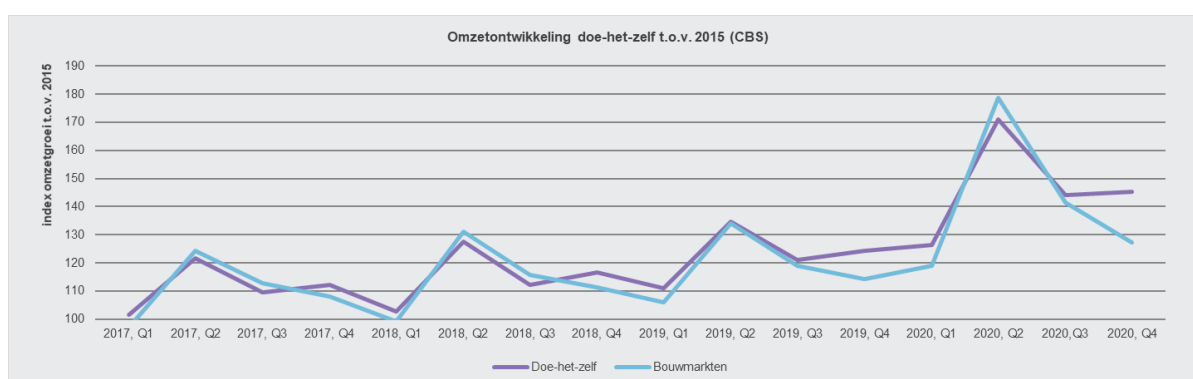
In dit hoofdstuk worden de achtergronden en overwegingen gegeven bij de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de kwalitatieve behoefte van de consument (zie paragraaf 1.4.2). Hiertoe wordt allereerst gekeken naar de trends en ontwikkelingen in de relevante branches (paragraaf 2.1). Vervolgens wordt nagegaan op welke wijze de initiatiefnemer hierop aansluit (paragraaf 2.2). De relevante kaders vanuit het beleid worden gegeven in dit hoofdstuk (paragraaf 2.3).

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

De markt van doe-het-zelfzaken en tuincentra is volop in beweging. In het navolgende worden de relevante trends geschetst betreffende de ontwikkeling van beide branches in Nederland, alsook hun toegenomen betrekking/integratie. Daaruit zal duidelijk worden (zie ook paragraaf 2.2) dat de Bauhaus-formule inspeelt op deze trends en ontwikkelingen.

Doe-het-zelf

- Het verbeterde imago van zelfwerkzaamheid, de individualisering van de woonomgeving en de toenemende 'kluservaring' van de consument (geholpen door doe-het-zelf tv-programma's) hebben de afgelopen decennia voor een groei van het doe-het-zelf en het bouwmarktenaanbod gezorgd. Ook vrouwen nemen steeds vaker het voortouw om te gaan klussen. Hierdoor is er in de bouwmarkten een trendverschuiving naar woondesign te zien.
- De omzetten in de doe-het-zelfbranche nemen de laatste jaren gestaag toe. De omzet en bestedingen in de doe-het-zelfbranche hangen relatief sterk samen met de dynamische woningmarkt. Het CBS meet een sterke omzetschommeling in de fysieke winkels van de doe-het-zelfbranche. Als gevolg van de eerste Corona-golf was een forse stijging van de omzet te zien tot wel 80% meer dan in 2015. Met de lockdown sinds eind 2020 is echter weer sprake van een forse afname, maar per saldo lag de omzet in 2020 wederom hoger dan in 2019. In de eerste maanden van 2021 is echter een verdere afname van de bestedingen te zien als gevolg van de lockdown.



- Het is lastig een voorspelling te doen van de impact van de Corona maatregelen. Wel worden de negatieve gevolgen nu ook zichtbaar in de doe-het-zelfsector. De forse afname van de omzetten wordt volledig verklaard door het sluiten van de winkels als gevolg van de lockdown. De online bestedingen nemen weliswaar fors toe, maar blijven ten opzichte van andere branches relatief beperkt ten opzichte van de totale doe-het-zelfomzet. Aangezien doe-het-zelfaankopen deels vervangingsaankopen zijn, wordt een deel van de aankopen uitgesteld. Dit betekent dat na de Corona lockdown waarschijnlijk weer snel sprake zijn van groei in de bestedingen en omzet. De behoefte om te klussen is er immers niet minder op geworden.
- De gestage groei van de omzet blijkt ook uit de landelijke Omzetkengetallennotitie 2019. De winkelomzet per hoofd (ook wel bestedingen genoemd) nemen jaarlijks gestaag toe en bedragen anno 2019 € 212 per hoofd per jaar. Mede als gevolg van de toename in de omzet neemt ook de gemiddelde winkelomzet per m² wvo (ook wel vloerproductiviteit genoemd) toe. Anno 2019 lag het vijfjaarsgemiddelde van doe-het-zelfwinkels op een niveau van € 1.621 per m² wvo per jaar.
- Gemiddeld verloopt 6,5% van de omzet in de doe-het-zelfbranche via multichannel. Dit betekent dat de consument bij bestaande fysieke winkels ook georiënteerd is op het online kanaal. Verwacht mag worden dat het aandeel pure online bestedingen (bestedingen die theoretisch 'ten koste' gaan van de fysieke winkels) nog zeer beperkt is voor doe-het-zelfaankopen³. Als gevolg van Corona is het waarschijnlijk dat de kooporiëntatie voor doe-het-zelfartikelen is toegenomen. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de Coronaopleggers uit KSO Oost-Nederland (2021). Daaruit blijkt dat de online kooporiëntatie voor doe-het-zelfartikelen in 2020 is gestegen naar 8% van de totale oriëntatie ten opzichte van 4% in 2019. Kortom, een verdubbeling in één jaar.
- De schaalvergroting zet door, 3.000 tot 5.000 m² wvo is voor een bouwmarkt tegenwoordig gebruikelijk (Locatus, 2021). Daarnaast is er ook een toenemende druk vanuit de markt voor het vestigen van zeer grootschalige vestigingen. De Bauhausformule die al gauw 20.000 m² bvo vraagt voor een bouwmarkt, tuincentrum en bedrijvenservicepunt onder één dak is hier een voorbeeld van. Bauhaus heeft momenteel twee vestigingen in Nederland (Groningen en Hengelo).
- Het is een misvatting dat grootschalige bouw-/tuinmarkten een groot aandeel branchevreemde artikelen voeren. Zoals te zien is in tabel 2.1, is de samenstelling van het reguliere assortiment van bijvoorbeeld Bauhaus overeenkomstig met Hornbach en het reguliere assortiment van de grootste bouwmarktformules in Nederland – Praxis, Karwei en Gamma. Belangrijk daarbij is dat alle bouwmarkten (en tuincentra) naast bouwmaterialen uiteenlopende artikelen verkopen voor de bouw en de verfraaiing van woning en tuin. Deze artikelgroepen zijn standaard onderdeel van bouwmarkten en zijn dan ook niet aan te merken als branchevreemd. Bij de grootschalige bouw-/tuinmarkten is dit assortiment echter zowel veel breder als dieper. Ten aanzien van het nevenassortiment geldt dat juist de reguliere bouwmarkten relatief veel aanvullende artikelgroepen voeren. Bauhaus voert soms nautisch assortiment, zoals ook wordt beoogd in Amersfoort. Dit is voor Bauhaus echter bijna standaard onderdeel van het bouwmarktconcept.

³ Retailinsiders, retaildata dashboard 2019

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

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

- Ook de bouwmarkten gaan zich segmenteren. De Intergamma-formule Karwei is zich bijvoorbeeld meer gaan richten op decoratieve artikelen, terwijl Gamma de constructieve formule blijft. Gamma en Praxis zijn daarnaast gestart met meer kleinschalige 'stadswinkels' (Praxis City en Gamma Compact) in reguliere winkelcentra in stedelijke gebieden. Eerst richtten bouwmarkten, meubelzaken en tuincentra zich vooral op locaties met sterke autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden, nu verschijnen allerlei aanvullende concepten in de centra.
- Bouwmarkten maken een kwaliteitsslag door het introduceren van verschillende nieuwe producten en concepten. Voorbeelden zijn de opname en verhuur van gereedschap, shop-in-shops van Bosch en de verkoop van verschillende designproducten (o.a. Jan des Bouvrie voor Gamma en Marcel Wanders voor Karwei). Daarnaast gaat ook de beleving een grotere rol spelen. Dit uit zich in de vestiging van horecaformule La Place in een bouwmarkt in Amsterdam en productdemonstraties.
- Het onderscheid tussen professioneel toeleverende zaken en de reguliere detailhandel neemt af. Enerzijds richten bouwmarkten zich meer op levering aan aannemers en kleine zelfstandigen, terwijl anderzijds de professionele toeleveranciers hun assortiment verbreden, showrooms inrichten en aparte balies maken voor particulieren.

Tuincentra

- De belangstelling van consumenten voor de tuin is de laatste jaren gegroeid en blijft groot. Tuincentra spelen in op deze toenemende belangstelling door zich steeds breder en vernieuwend te presenteren. Tuincentra hebben bijvoorbeeld steeds vaker een uitgebreid assortiment aan kerst-

en paasartikelen. De verkoop hiervan wordt ook gebruikt om de seizoensafhankelijkheid te verminderen.

- De omzetcijfers voor tuincentra nemen in vergelijkbare mate toe als de doe-het-zelfbranche en soms zelfs nog sterker. Corona heeft een vergelijkbare impact op tuincentra. Het grote verschil met doe-het-zelfartikelen is dat tuincentra meer seizoensafhankelijk zijn, waardoor het verlies aan omzet in de laatste maanden van 2020 en eerste maanden van 2021 'verloren' zijn. Er zal dus sprake zijn van een afname op korte termijn. Ook voor tuincentra geldt echter dat er ondanks Corona nog steeds veel behoefte is aan tuinartikelen en beleving in tuincentra. Naar verwachting kan de gestage groei worden doorgezet na Corona.
- De onderlinge concurrentie tussen de tuincentra neemt toe. In Nederland zijn de laatste jaren verschillende tuincentraformules opgekomen, waarvan Intratuin (52 vestigingen) en GroenRijk (30 vestigingen) de grootste zijn. Ook zijn er kleinere formules met minder vestigingen en relatief veel zelfstandige (grootschalige) tuincentra.
- Tuinartikelen worden ook steeds vaker verkocht door grootschalige winkels in andere branches. Zo hebben de bouwmarkten Hornbach, Bauhaus en Praxis XL een tuinafdeling van 2.500 - 4.000 m² wvo, maar ook reguliere bouwmarkten steken in het seizoen sterk in op tuinaarde, tuinhout en perkgoed. Verder is bij IKEA het aanbod in de branche plant & dier in het nieuwe winkelconcept nog prominenter neergezet. Maar ook kwekerijen en tuinderijen (in het buitengebied) gaan steeds vaker hun producten direct aan de consument verkopen.
- Naast de concurrentie met bouwmarkten wordt ook de concurrentie met agri-formules steeds scherper. Deze winkels leveren een totaalassortiment op het gebied van het buitenleven: tuin, dier, functionele werk- en buitenkleding, kampeerartikelen, doe-het-zelf artikelen voor de buitenklus en seizoensartikelen. Verder zijn er ook meerdere grootschalige winkels die zich specifiek op tuinmeubelen richten (bijvoorbeeld Kees Smit in Amersfoort en Almelo) en zijn er de tuinmachine-speciaalzaken (met Van Cranenbroek als bijzondere speler).
- Tuincentra met een moderne schaalgrootte (indicatief rond 10.000 m² wvo binnenruimte) zijn niet alleen lokaal verzorgend, maar trekken ook klanten van verder weg. De ondernemingen geven minder dan voorheen de voorkeur aan een solitaire vestiging. Een antwoord op de verwachte verdere expansie van met name de bouwmarkten-annex-tuincentra kan dan ook gevonden worden in samenwerking in de vorm van vestiging van bouwmarkten nabij een tuincentrum of andersom. Uit de praktijk blijkt dat deze winkeltypen elkaar kunnen versterken: beiden zijn gericht op aankopen voor 'in en om het huis'. Tuincentra richten zich daarbij meer op vrouwen en bouwmarkten meer op mannen. Daar waar beide winkels bij elkaar liggen, kan het koopmoment van beide partijen gecombineerd worden.
- Tuincentra proberen steeds meer innovatie en technologie te integreren in het assortiment. Zo heeft Intratuin Lochem een Innovatietuin aangelegd om consumenten te inspireren voor de aanleg van hun tuin. De tuin is ingericht met de laatste trends op het gebied van technologie, klimaat en waterhuishouding.⁴
- Tuincentrum als tijdschrift: een lifestylemagazine waar bezoekers door verschillende rubrieken lopen: zo omschrijft Intratuin zijn 3.0-concept, dat onlangs zijn debuut maakte in Deventer. Hier komt de fysieke en digitale wereld samen. Zo kan je bijvoorbeeld een audiotour op je telefoon

⁴ 'Innovatietuin bij Intratuin Lochem', Tuinbranche Nederland, 19-07-2019

aanzetten die je de winkel rondleidt. Tegelijkertijd is er ook een free flow die ervoor zorgt dat de klant zelf bepaalt waar hij naartoe loopt.

2.2 De Bauhaus formule

Formule in grootschalige bouwmarkten

Als vermeld, reageert een deel van de markt op bovengenoemde consumententrends door schaalvergroting. De allergrootste bouwmarkten in Nederland hebben een omvang van circa 20.000 m² bvo. Hornbach is de grootste binnen dit segment met 11 vestigingen in Nederland, waarvan 10 groter dan 10.000 m² wvo (de bouwmarkt en het overdekte deel van het tuincentrum samen). Een goede tweede is Praxis met de formule 'Praxis & Tuin', waarvan 6 vestigingen groter zijn dan 10.000 m² wvo (de bouwmarkt en het overdekte deel van het tuincentrum samen). Bauhaus heeft in totaal 2 vestigingen, beide groter dan 10.000 m² wvo (de bouwmarkt en het overdekte deel van het tuincentrum samen). De grootschalige oppervlakte is nodig om de gevoerde artikelen optimaal te kunnen presenteren. Het assortiment van Bauhaus omvat circa 60.000 artikelen. Ter vergelijking: een traditionele bouwmarkt voert een assortiment van zo'n 15.000 artikelen.

Onderscheidend vermogen Bauhaus

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

- Het onderscheidend vermogen van een Bauhaus-formule ten opzichte van andere bouwmarkten in Nederland zit mede in het aanbieden van extra service aan de consument. Bauhaus wil een partner zijn voor de klus. Op de werkvloer loopt gekwalificeerd personeel rond dat consumenten kan helpen.
- Inkopers lopen continu over de vloer om de wensen van consumenten te peilen. Deze inkopen zorgen er voor dat het assortiment optimaal aansluit op de wensen en bovendien voldoet aan de hoge kwaliteitseisen van Bauhaus en de pro's. Het assortiment is daardoor gericht op de professionele doe-het-zelver.
- Bauhaus hanteert een zeer scherpte prijs-kwaliteitsverhouding. Bauhaus claimt zelfs een laagste prijsgarantie voor haar artikelen en doet in principe niet aan acties.
- De vestigingen van Bauhaus beschikken over een drive-in, waar de klanten met hun auto of busje het gewenste schap in de drive-in kunnen bereiken, de materialen op een inkooplijst noteren, direct in het voertuig plaatsen en alles in een keer kunnen afrekenen. De drive-in biedt gemak en veel tijdswinst voor zowel de consument als de professional.
- Bauhaus werft voor elke vestiging, deels in overleg met het UWV, meer dan 150 nieuwe personeelsleden. Daarbij gaat de voorkeur uit naar personeel uit de eigen regio, om beter te kunnen inspelen op de specifieke smaakvoorkeuren van het eigen publiek. Bijzondere aandacht wordt hierbij ook besteed aan mensen die ver van de arbeidsmarkt af staan. In overleg met de gemeente worden hiervoor speciale programma's opgesteld.
- Bauhaus heeft niet alleen een positieve invloed op de lokale werkgelegenheid maar stimuleert ook lokale bedrijven, omdat Bauhaus deze inschakelt bij de realisatie van de bouwmarkt. De hieruit voortkomende indirecte werkgelegenheid levert nog eens 150 arbeidsplaatsen op (niet alleen installatieservice maar ook beveiliging, catering, schoonmaak, enz.).

- Op basis van ervaringen met bouw- en tuinmarkten in de Nederlandse vestigingen blijkt dat circa 75% van de omzet afkomstig is uit het gebied dat op circa 25 autominuten ligt van de betreffende vestiging. De overige 25% komt van verder weg. Bouw- en tuinmarkten hebben derhalve een vrij sterke (sub)regionale verzorgingsfunctie en dragen sterk bij aan het imago van de betreffende gemeente. Naarmate het netwerk van grote bouwmarkten fijnmaziger wordt (en dat is met de schaalvergroting de laatste jaren het geval, ook door de expansie van Hornbach) neemt het verzorgingsbereik wel iets af.

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

Figuur: Impressie Bauhaus formule



2.3 Beleidskaders

In bijlage 3 zijn de beleidskaders omschreven. Navolgend is beargumenteerd waarom het planinitiatief van Bauhaus past binnen de vigerende beleidskaders.

Provinciaal beleid

Het initiatief past naar oordeel van BRO binnen het provinciaal detailhandelsbeleid, zoals vastgelegd in de Provinciale Structuurvisie 2013-2018 (actualisatie 2016) en de Provinciale Ruimtelijke Verordening (PRV) (2018). Ook past het initiatief binnen de recente Interim Omgevingsverordening (2021). De volgende overwegingen zijn relevant.

- In de eerste plaats kan worden gesteld dat er in de voorliggende situatie (althans voor een overgroot deel) feitelijk geen sprake is van een nieuwe bestemmingen of regels als bedoeld in de Provinciale Ruimtelijke Verordening. Nieuwe bestemmingen en regels zien op ruimtelijke mogelijkheden, waarvoor geen bestaande planologische ruimte beschikbaar is. In het geldende bestemmingsplan Bedrijventerreinen e.o. & snelwegen is voor het gebied van Bauhaus echter een binnenplanse afwijkingsmogelijkheid opgenomen voor het vestigen van perifere detailhandel. Die vestigingsmogelijkheid is volgens de regels van dat bestemmingsplan (artikel 10.4) uitsluitend afhankelijk gesteld van de vraag of daarmee sprake is van een acceptabele afwikkeling van het met de betrokken vestiging samenhangende verkeer. Andere criteria voor toepassing van de afwijkingsmogelijkheid zijn er niet. Daarmee kan de perifere of volumineuze detailhandel in het voorliggende bestemmingsplan worden beschouwd als een functie waarvoor in vigerende ruimtelijke be-

sluiten al planologische ruimte is geboden. Op dergelijke situaties ziet artikel 4.4, lid 2 uit de Provinciale Ruimtelijke Verordening niet. Het provinciaal beleid ziet juist op nieuwe detailhandelsbestemmingen en wil die voorkomen zolang er nog planologische ruimte is.

- De potentieel aanwezige ruimtelijke mogelijkheden op het bedrijventerrein Vathorst (waaronder de locatie Bauhaus) maken deel uit van de aanwezige planologische ruimte en worden daarmee tot de beschikbare 'planvoorraad' gerekend. Ze zijn daarmee niet te beschouwen als nieuwe volumieuze detailhandelsruimtes als bedoeld in het provinciale beleid. Om die reden wordt ook in paragraaf 4.2.3 van Provinciale Retailvisie gesteld, dat er 'voldoende capaciteit beschikbaar is'. De ruimtelijke mogelijkheden voor perifere detailhandel op de locatie van Bauhaus behoren tot de bestaande capaciteit c.q. de aanwezige planologische ruimte als bedoeld in het provinciaal beleid. Dat betekent ook dat in feite de 'laddertoets' niet doorlopen hoeft te worden. In de toelichting op artikel 4.4, lid 2, onder c van de PRV is die toets alleen voorgeschreven voor nieuwe detailhandelsruimtes. Het in dit geval niet doorlopen van de laddertoets correspondeert ook met de vaste jurisprudentie daarover, waarin is vastgelegd dat het toetsingskader van artikel 3.1.6, tweede lid, Bro geen rol speelt bij de toepassing van de binnenplanse afwijkingsbevoegdheid.
- Dat neemt niet weg dat wel moet worden voldaan aan de vereisten van een goede ruimtelijke ordening. Bij de toets of het plan in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening dient onder meer beoordeeld te worden of de in het plan voorziene bestemming passend is en of de mogelijk gemaakte ontwikkeling voorziet in een behoefte. Uit de gehouden onderzoeken blijkt dat er wel degelijk sprake is van een kwantitatieve en een kwalitatieve behoefte aan extra m² volumieuze detailhandel in het verzorgingsgebied van Bauhaus. Omdat er bovendien in Amersfoort geen plancapaciteit c.q. directe planologische ruimte voor volumieuze detailhandel beschikbaar is (daarbij niet meegerekend de in de Retailvisie berekende capaciteit) wordt ook voldaan aan artikel 4.4, lid 2 onder c van de PRV.
- Al vanaf 2017 is de provincie bestuurlijk en ambtelijk op de hoogte van deze ontwikkeling. Uit de wederzijds contacten is nooit gebleken dat er sprake is van enige strijdigheid met het provinciale beleid en/of de provinciale ruimtelijke verordening. In het kader van het vooroverleg als bedoeld in artikel 3.1.1 Bro is de provincie op 21 september 2020 ook in de gelegenheid gesteld om een reactie te geven op het concept-ontwerpbestemmingsplan 'Partiële herziening Bedrijventerreinen e.o. en snelwegen Lübeckweg - bouwmarkt en tuincentrum'. Ook is aan de provincie op 9 december 2020 ter voldoening aan artikel 3.8, lid 1 onder b van de Wro de kennisgeving van het ontwerp-bestemmingsplan en de ontwerp-omgevingsvergunning met betrekking tot de voorgenomen bouw van een tuincentrum en een bouwmarkt toegestuurd. Bij deze gelegenheden is niet door de provincie aangegeven dat er strijd is met provinciaal beleid. Ook zijn geen zienswijzen kenbaar gemaakt door de provincie. Ook daaruit kan worden afgeleid dat er geen strijd is met provinciaal beleid c.q. de provinciale ruimtelijke verordening.

Hoewel de bovenstaande overwegingen naar ons inziens voldoende zijn, achten wij ook de volgende overwegingen relevant in het geval men zou interpreteren dat artikel 4.4, lid 2 uit de Provinciale Ruimtelijke Verordening toch van toepassing is.

- Het provinciaal beleid maakt duidelijk onderscheid tussen nieuwe detailhandel binnen en buiten bestaande winkelgebieden. Dit onderscheid is relevant, omdat de provincie nieuwe detailhandel primair voorziet binnen bestaande winkelgebieden ten gunste van de vitaliteit van deze winkelgebieden, het combinatiebezoek en de concentratie van voorzieningen. Uit de toelichting bij de ver-

ordening blijkt dit ook uit de volgende zin: *“Uit een oogpunt van goede ruimtelijke ordening moet het dan ook noodzakelijk worden geacht om het beleid te richten op behoud en versterking van de vitaliteit van deze bestaande winkelgebieden.”* De beoogde locatie van Bauhaus Amersfoort ligt direct tegen IKEA. Bauhaus wordt daardoor gesitueerd tegen een bestaand (feitelijk) concentratiegebied met grootschalige winkels (Euroweg). De ontwikkeling past daardoor binnen de concentratiegedachte van de provincie en levert per saldo een positief effect op voor het winkelgebied (via combinatiebezoek) en de consument (meer keuzemogelijkheden op één centrale locatie).

- Hoewel wij primair betogen dat Bauhaus bijdraagt aan de feitelijke concentratie van winkels (aan Euroweg), ligt de locatie momenteel wel buiten een winkelgebied. Er is immers momenteel geen bebouwing aanwezig op het beoogde kavel. Indien artikel 4.4., tweede lid, onder c van toepassing zou zijn is het volgende relevant. Artikel 4.4., tweede lid, onder c geeft aan dat nieuwe detailhandel buiten winkelgebieden mogelijk is onder de volgende voorwaarden: *“het gaat om nieuwvestiging of uitbreiding van volumineuze detailhandel indien daarvoor aantoonbare behoefte bestaat en in vigerende ruimtelijke besluiten geen planologische ruimte voor volumineuze detailhandel aanwezig is”*. Het initiatief voldoet aan deze voorwaarden.
 - Ten eerste moet geconcludeerd worden dat het initiatief ten behoeve van een grootschalige bouw-/tuinmarkt valt onder de categorie ‘volumineuze detailhandel’. Het gevoerde assortiment is qua aard en omvang immers niet inpasbaar in reguliere winkelgebieden. Hetzelfde geldt voor de omvang van het winkelconcept en de bijbehorende ruimtebehoefte (parkeren, ontsluiting, buitenruimte etc.).
 - Ten tweede moet geconcludeerd worden dat het planinitiatief aantoonbaar voorziet in zowel een kwantitatieve als kwalitatieve behoefte (zie paragraaf 1.3). In dit rapport is de behoefte aan het initiatief aangetoond en is bovendien uiteengezet dat eventueel (leegstands)effecten in het kader van een goede ruimtelijke ordening niet onaanvaardbaar zijn.
 - Ten derde stelt de provincie de eis dat geen planologische ruimte voor volumineuze detailhandel aanwezig mag zijn. Zoals aangegeven is er conform het provinciaal beleid op de Bauhaus-locatie planologische ruimte voor volumineuze detailhandel. In de context van dit beleid wordt daardoor bestaande planologische ruimte ingevuld.
 - In de Interim Omgevingsverordening (2021) is de term ‘planologische ruimte’ geschrapt. Dit is vervangen door een meer algemene bewoording: ‘in de regio geen mogelijkheden’. Uit analyse blijkt dat voor een grootschalige bouw-/tuinmarkt met drive-in geen geschikte alternatieve mogelijkheden zijn binnen het verzorgingsgebied.
 - In relatie tot het voorgaande is ook de volgende tekst uit de toelichting relevant: *“Het is denkbaar dat een gemeentelijk Wro-besluit over detailhandel weliswaar niet in overeenstemming is met de uitzonderingsbepalingen uit artikel 4.4 lid 2, maar dat een provinciale interventie niet proportioneel is in verhouding tot het hiermee beoogde doel, gelet op de onevenredige gevolgen van die interventie voor de initiatiefnemer. Dat vraagt om een nauwkeurige analyse van de concrete situatie.”* Hoewel wij betogen dat vanwege de planologische ruimte op de Bauhaus-locatie de PVR niet van toepassing is en in het geval dit toch wel het geval zou zijn voldaan wordt aan artikel 4.4, tweede lid, onderdeel c, kan op basis hiervan en de verdere toelichting worden geconcludeerd dat de verordening niet zo ‘streng’ kan worden geïnterpreteerd dat sprake is van onevenredige gevolgen. Hierdoor dienen meerdere overwegingen in ogenschouw te worden genomen, zoals de beschikbaarheid van planologische ruimte, de beoogde

locatie ten opzichte van het bestaande winkelgebied (IKEA e.o.) en de algehele ruimtebehoefte en verkeersafwikkeling.

- Tot slot dient te worden opgemerkt dat in regionaal verband Amersfoort Vathorst en specifiek de beoogde locatie conform het gedachtegoed van het provinciaal beleid de meest geschikte en logische locatie is voor Bauhaus, aangezien de locatie en de stad een regionale aantrekkingskracht/verzorgingsfunctie heeft. Er zijn geen logische alternatieven in de regio aan te wijzen.

Het initiatief past tevens binnen de Provinciale Retailvisie (2018) om de volgende redenen:

- Het provinciale beleid is gericht op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur met voldoende ruimte voor ondernemerschap en een adequaat niveau van voorzieningen voor de Utrechtse bevolking.
- Er zijn enkel mogelijkheden voor nieuwvestiging of van detailhandel toegestaan wanneer er behoefte voor detailhandel is als gevolg van stedelijke ontwikkelingen en nieuwvestiging van volumieuze detailhandel als daar aantoonbare behoefte en geen planologische ruimte voor is. Daar is in dit geval sprake van, zoals hiervoor uiteengezet.
- Vestiging van perifere, grootschalige detailhandel is uitsluitend toegestaan van winkels die vanwege aard en omvang en het gevoerde assortiment moeilijk inpasbaar zijn in centrumgebieden zoals bouwmarkten en tuincentra. In dit geval betreft het een grootschalige bouw-/tuinmarkt die niet inpasbaar is in de bestaande (reguliere) centrumgebieden.

Regionaal beleid

Het initiatief past binnen het regionaal detailhandelsbeleid 'Samen naar een sterk regionaal winkelandschap', zoals vastgelegd in diverse beleidskaders, om de volgende redenen:

- In de Regionale Ruimtelijke Visie Regio Amersfoort is de grootschalige concentratie Vathorst opgenomen als perifere retaillocatie als onderdeel van de hoofddetailhandelsstructuur. Detailhandelsontwikkelingen zijn hier niet uitgesloten, mits er complementariteit bestaat met de reguliere centra. Bauhaus is een zeer grootschalige bouw- en tuinmarkt. Dergelijke winkels zijn vanwege aard en omvang al jaren toegestaan buiten de reguliere centra en dit geldt zeker voor Bauhaus. Het initiatief is complementair aan de reguliere centra, omdat doe-het-zelf- en tuinartikelen geen primaire dragers zijn voor reguliere centra. Hier staat het boodschappen doen en recreatief winkelen centraal.
- De toevoeging van Bauhaus zet in op het versterken van een tot de hoofdstructuur behorend winkelgebied. Ook andere reeds aanwezige zaken op Vathorst kunnen profiteren van de aantrekkingskracht van Bauhaus en andersom.

Aangezien enkele gemeenten (Barneveld en Nijkerk) behoren tot een andere regio (Foodvalley) is volledigheidshalve tevens getoetst aan het PDV-beleid van de regio Foodvalley. Op basis van dit beleid bestaat geen aanleiding om het initiatief van Bauhaus niet toe te staan.

- Het PDV-beleid van de regio Foodvalley richt zich primair op concentratie binnen de acht PDV-concentratiegebieden. Het initiatief vindt plaats in de gemeente Amersfoort, dat geen onderdeel is van de regio Foodvalley. Dit beleid ziet daardoor niet op het wel/niet toestaan van nieuwe perifere detailhandel in Amersfoort.
- Indien we het gedachtegoed van het PDV-beleid van de regio Foodvalley interpreteren in het licht van eventuele (leegstands)effecten als gevolg van Bauhaus Amersfoort in Barneveld en Nijkerk,

gaat het primair om de vraag wat de kans is op leegstand op de PDV-concentraties in Barneveld en Nijkerk (en eventueel andere locaties in de regio die buiten het verzorgingsgebied van Bauhaus Amersfoort vallen) én in hoeverre deze leegstand gezien vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar is. Zoals blijkt uit paragraaf 3.6 zijn er als gevolg van Bauhaus Amersfoort omzetteffecten te verwachten. De kans dat als gevolg van deze omzetteffecten leegstand van bestaande doe-het-zelf- of tuincentra ontstaat wordt klein geacht. Bovendien wordt specifiek voor de locaties in Barneveld en Nijkerk de kans op leegstand in de PDV-concentratiegebieden eveneens klein geacht.

Lokaal beleid

Het initiatief past binnen het lokaal detailhandelsbeleid 'Stad om te winkelen', zoals vastgelegd in diverse beleidskaders, om de volgende redenen:

- De gemeente zet voor doelgericht en laagfrequent winkelaanbod in op concentratie op bedrijventerrein Vathorst om combinatiebezoek te kunnen stimuleren en verkeersbewegingen te beperken. Bauhaus beoogt zich te vestigen op deze locatie, waardoor het past binnen het gemeentelijk beleid.
- De gemeente staat uitbreiding van doelgericht en laagfrequent winkelaanbod op Vathorst toe. Bauhaus valt binnen deze categorie.
- Het nautische assortiment van Bauhaus is eveneens beleidsmatig toegestaan. Bovendien zijn de effecten van het voeren van dit assortiment niet onaanvaardbaar voor andere nautische aanbieders in de Regio Amersfoort. Het nautisch assortiment wordt juridisch beperkt tot maximaal 175 m².

3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE VERZORGINGSGEBIED

In dit hoofdstuk worden de achtergronden en overwegingen gegeven bij de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de actuele behoefte in de relevante regio. Met name het kwantitatieve aspect van de behoefte komt hierbij aan de orde. Ook wordt ingegaan op de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar is voor het woon-, leef en ondernemersklimaat. De analyses hebben primair betrekking op het afgebakende ruimtelijk relevante verzorgingsgebied. De verhouding van de beoogde ontwikkeling tot het huidige winkelaanbod, de leegstand en harde plancapaciteit wordt in beeld gebracht (kwantitatieve behoefte). Daarnaast wordt het initiatief afgezet tegenover het bestaande aanbod op basis van kwalitatieve aspecten (kwalitatieve behoefte). Tot slot worden de omzeteffecten berekend op basis waarvan de aanvaardbaarheid van de leegstandseffecten wordt afgeleid.

3.1 Aanbodanalyse relevant verzorgingsgebied

3.1.1 Aanbod doe-het-zelf- en tuincentrumbranche

- In de Regio Amersfoort zijn 69 doe-het-zelfzaken met een totale omvang van 53.981 m² wvo aanwezig. Dit betekent een aanbod van 133 m² wvo per 1.000 inwoners, wat ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 154 m² wvo per 1.000 inwoners relatief beperkt is.
- Het doe-het-zelfaanbod is hoofdzakelijk in de gemeenten Amersfoort (41%) en Barneveld (17%) geconcentreerd. Het aantal m² wvo naar 1.000 inwoners is relatief het meest omvangrijk in de gemeenten Barneveld (159 m² wvo), Leusden (149 m² wvo) en Bunschoten (147 m² wvo).
- Amersfoort heeft in 2021 één bouwmarkt minder ten opzichte van 2020, ook de totale omvang is met 334 m² wvo afgenomen. Ook Barneveld, Bunschoten en Nijkerk leveren ten opzichte van 2020 een doe-het-zelfzaak in van respectievelijk 369 m², 160 m² en 565 m² wvo.
- Het tuincentrumaanbod bestaat in de Regio Amersfoort uit 12 winkels met een totale omvang van 60.897 m² wvo. Naar aantal inwoners betekent dit een tuincentrumaanbod van 150 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is relatief ruim ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 88 m² wvo per 1.000 inwoners.
- Vooral het ruime aanbod in Eemnes en Leusden is opvallend met respectievelijk 834 en 527 m² wvo per 1.000 inwoners. In absolute zin beschikt Amersfoort over het meeste aanbod in aantal m² wvo (32%).

Tabel 3.1: Aanbod doe-het-zelf en tuincentra Regio Amersfoort⁵

Gemeente	Inwoners	Doe-het-zelf			Tuincentra		
		Aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners	Aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners
Amersfoort	157.276	17	22.083	140	3	19.191	122
Baarn	24.868	3	934	38	1	2.200	88
Barneveld	59.082	17	9.394	159	3	7.154	121
Bunschoten	21.866	8	3.224	147	-	-	-
Eemnes	9.247	2	105	11	2	7.715	834
Leusden	30.401	4	4.530	149	1	16.030	527
Nijkerk	43.171	6	5.058	117	1	6.377	148
Soest	46.606	9	6.699	144	1	2.230	48
Woudenberg	13.362	3	1.954	146	-	-	-
Regio	405.879	73	53.981	133	13	60.897	150
Amersfoort							
Nederland				154			91

- Het aantal m² per 1.000 inwoners is enigszins veranderd in bepaalde kernen van het betreffende verzorgingsgebied. Het doe-het-zelfaanbod is het sterkst afgenomen in de gemeenten Soest en Nijkerk.

3.1.2 Aanbod doe-het-zelf specifiek

Bouwmarkten

Het doe-het-zelfaanbod wordt sterk gedomineerd door de bouwmarkten en het aanbod van bouwmaterialen. In de Regio Amersfoort zijn 14 bouwmarkten aanwezig, met een totale omvang van 40.945 m² wvo. De winkelruimte van het bouwmarktaanbod is 76% van de totale winkelruimte in de doe-het-zelfbranche. Per 1.000 inwoners bedraagt het bouwmarktaanbod in de regio Amersfoort 101 m² wvo. Het bouwmarktaanbod is daarmee relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 120 m² wvo per 1.000 inwoners. Navolgend is een lijst opgenomen met daarin het bouwmarktaanbod in de Regio Amersfoort.

⁵ Bron: Locatus Verkenner, Peildatum maart 2021. Let op: de Praxis en Tuin in Amersfoort is door Locatus volledig tot het doe-het-zelfaanbod gerekend (9.189 m² wvo). Wij hebben het tuincentrumdeel toegerekend naar de tuincentrumbranche. Wij hebben daarbij de navolgende verhouding gebruikt: 1/3 tuincentrum (3.064 m² wvo) en 2/3 bouwmarkt (6.125 m² wvo).

Tabel 3.2: Bouwmarktaanbod Regio Amersfoort

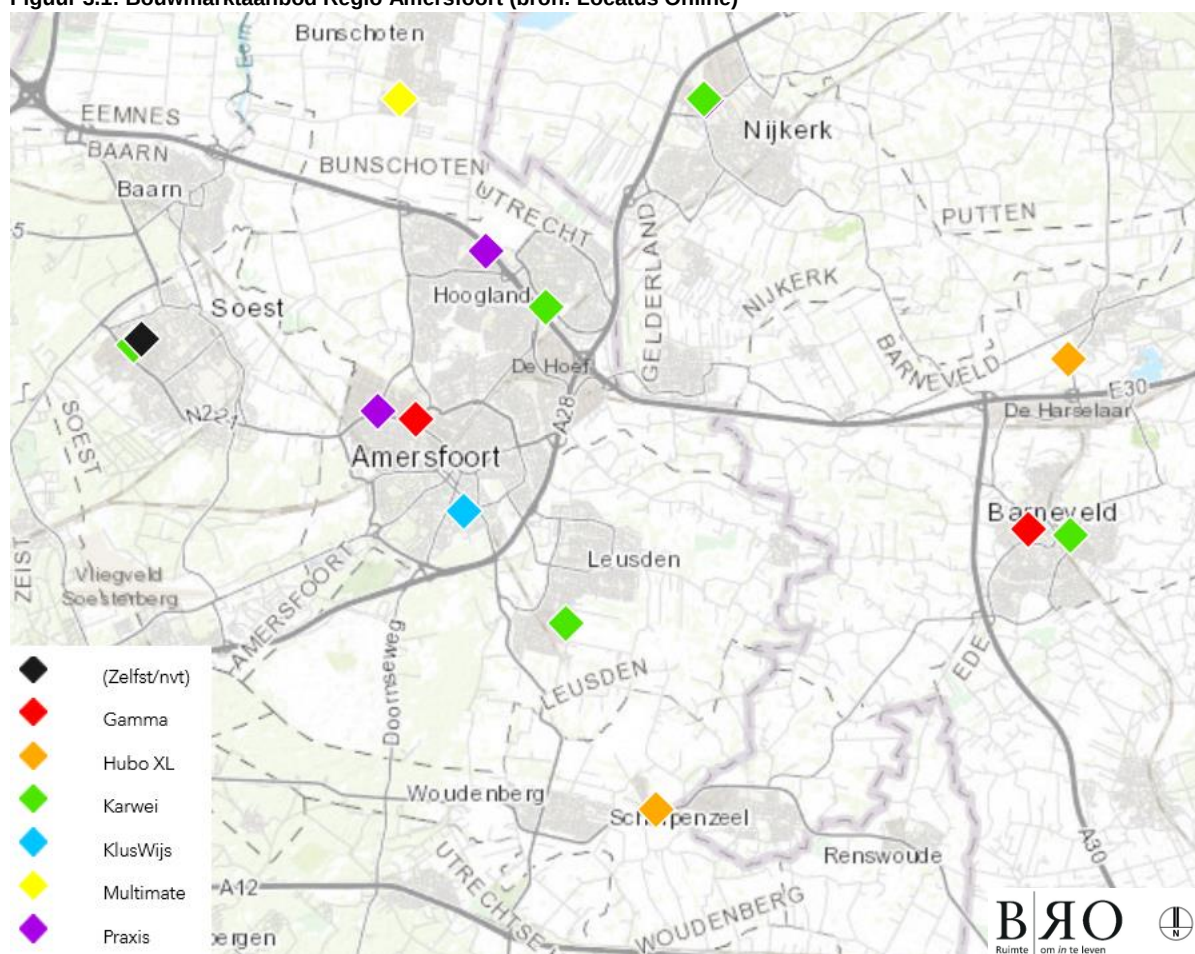
Gemeente	Naam/formule	Adres	Omvang (m ² wvo)	Winkelgebied
Amersfoort	Praxis&Tuin*	Saturnus 2	6.125	Bedrijfsterrein
Amersfoort	Karwei	Euroweg 97	5.293	Euroweg
Leusden	Karwei	Klokhoeck 4	3.915	Bedrijfsterrein
Amersfoort	Gamma	Amsterdamseweg 33	3.900	Amsterdamseweg Amersfoort
Soest	Karwei	Weteringpad 13	3.384	Bedrijfsterrein
Amersfoort	Praxis	Amsterdamseweg 137	3.351	Bedrijfsterrein
Barneveld	Karwei	Van Zuylen van Nieveltlaan 45	3.317	Bebouwde kom
Nijkerk	Karwei	Watergoorweg 98	2.513	Bedrijfsterrein
Nijkerk	Praxis	Watergoorweg 94	2.315	Bedrijfsterrein
Barneveld	Gamma	Rozenstraat 3	1.821	Bebouwde kom
Woudenberg	Hubo XL	Stationsweg Oost 275	1.664	Bedrijfsterrein
Bunschoten	Multimate	De Kronkels 25	1.422	Bedrijfsterrein
Soest	Davo Doe Het Zelf Centrum	Weteringpad 1	967	Bedrijfsterrein
Barneveld	Hubo XL	Verbindingsweg 39	958	Buiten bebouwde kom
Totaal			40.945	

* Dit betreft uitsluitend het bouwmarktgedeelte

De grootste bouwmarkt in de Regio Amersfoort is Praxis & Tuin van 9.189 m² wvo (bouwmarktdeel naar schatting 6.064 m² wvo). Ook Karwei aan de Euroweg van 5.293 m² wvo en Gamma aan de Amsterdamseweg van 3.900 m² wvo zijn relatief omvangrijk. Buiten Amersfoort is de Karwei in Leusden van 3.915 m² wvo de grootste bouwmarkt. De bouwmarkten zijn verder nagenoeg op basis van Locatus allemaal op verspreide locatie aanwezig, met uitzondering van Karwei en Gamma in Amersfoort. Wel dient te worden opgemerkt dat de locaties in Barneveld en Nijkerk beleidsmatig zijn aangewezen als PDV-concentratiegebieden. Circa de helft van het aantal bouwmarkten is kleinschalig (8 bouwmarkten zijn kleiner dan 3.000 m² wvo). Deze zaken opereren veelal in het middensegment en functioneren ten opzichte van de grootschalige bouwmarkten meer als breedpakketzaak.

Navolgend is de geografische spreiding van het bouwmarktaanbod weergegeven. Hieruit blijkt dat het aanbod zich vooral in Amersfoort concentreert. In de andere grotere (hoofd)kernen zijn gemiddeld ca. twee bouwmarkten gevestigd.

Figuur 3.1: Bouwmarktaanbod Regio Amersfoort (bron: Locatus Online)⁶



Speciaalzaken Regio Amersfoort

- Naast het bouwmarktaanbod bestaat het doe-het-zelfaanbod in de regio vooral uit speciaalzaken. Het betreft hier zaken in de branches bouw materiaal, deur/kozijn, hout, ijzerwaren en gereedschap en verf/behang. De breedpakketzaken kunnen worden beschouwd als kleinschalige bouwmarkten met een algemeen assortiment. In de Regio Amersfoort hebben de speciaalzaken en breedpakketzaken een marktaandeel van 24% van het totaal aantal m² wvo doe-het-zelf (13.036 m² wvo). Landelijk is dit aandeel 21%. In bijlage 4 is een lijst opgenomen met daarin een compleet overzicht van de speciaalzaken en breedpakketzaken in de Regio Amersfoort. Navolgend wordt beknopt ingegaan op het aanbod.
- In Woudenberg zijn twee bouwmaterialenzaken gevestigd van totaal 290 m² wvo. Het betreft twee zelfstandige ondernemers. Beide zaken zijn verspreid aanwezig. In de Regio Amersfoort zijn acht speciaalzaken in de branche deur/kozijn aanwezig van totaal 1.730 m² wvo. Het betreft uitsluitend zelfstandige ondernemers, die vooral verspreid aanwezig zijn. Uitzondering is één zaak aan de Anthonie Fokkerstraat.

⁶ Dit kaartje is van medio 2020. Ten opzichte van de huidige situatie is alleen de KlusWijs in Amersfoort niet aanwezig.

- In de Regio Amersfoort zijn drie breedpakketzaken van totaal 883 m² wvo aanwezig. Het betreft twee zaken met de Hubo formule en één zelfstandige zaak, verspreid over diverse kernen in de Regio Amersfoort. De omvang van deze zaken varieert tussen de 200 en 380 m² wvo. De breedpakketzaken zijn nagenoeg allemaal verspreid aanwezig, met uitzondering van één Hubo in het centrum van Bunschoten.
- Verder zijn er 10 speciaalzaken in de branche ijzerwaren en gereedschap gevestigd, met een totale omvang van 1.732 m² wvo. Deze zaken zijn hoofdzakelijk verspreid aanwezig, met uitzonderingen van één zaak aan de Hamersveldseweg te Leusden en drie zaken aan de zuid en oost kant van Amersfoort.
- Tot slot zijn er 16 speciaalzaken op het gebied van verf/behang aanwezig in de Regio Amersfoort, met een totale omvang van 3.528 m² wvo. Het aanbod kenmerkt zich door zowel zelfstandig ondernemerschap als enkele aanwezige formules zoals Thuisin en Decokay. In totaal zijn acht vestigingen in een winkelgebied gevestigd, waaronder enkele centrale winkelgebieden.

3.1.3 Aanbod tuincentra specifiek

Zoals eerder aangegeven bestaat het tuincentrumaanbod in de Regio Amersfoort uit 133 verkooppunten met een totale omvang van 60.897 m² wvo. Dit is een relatief ruim aanbod ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Navolgend is een tabel opgenomen met daarin het tuincentrumaanbod in de Regio Amersfoort.

Tabel 3.3: Tuincentrumaanbod Regio Amersfoort

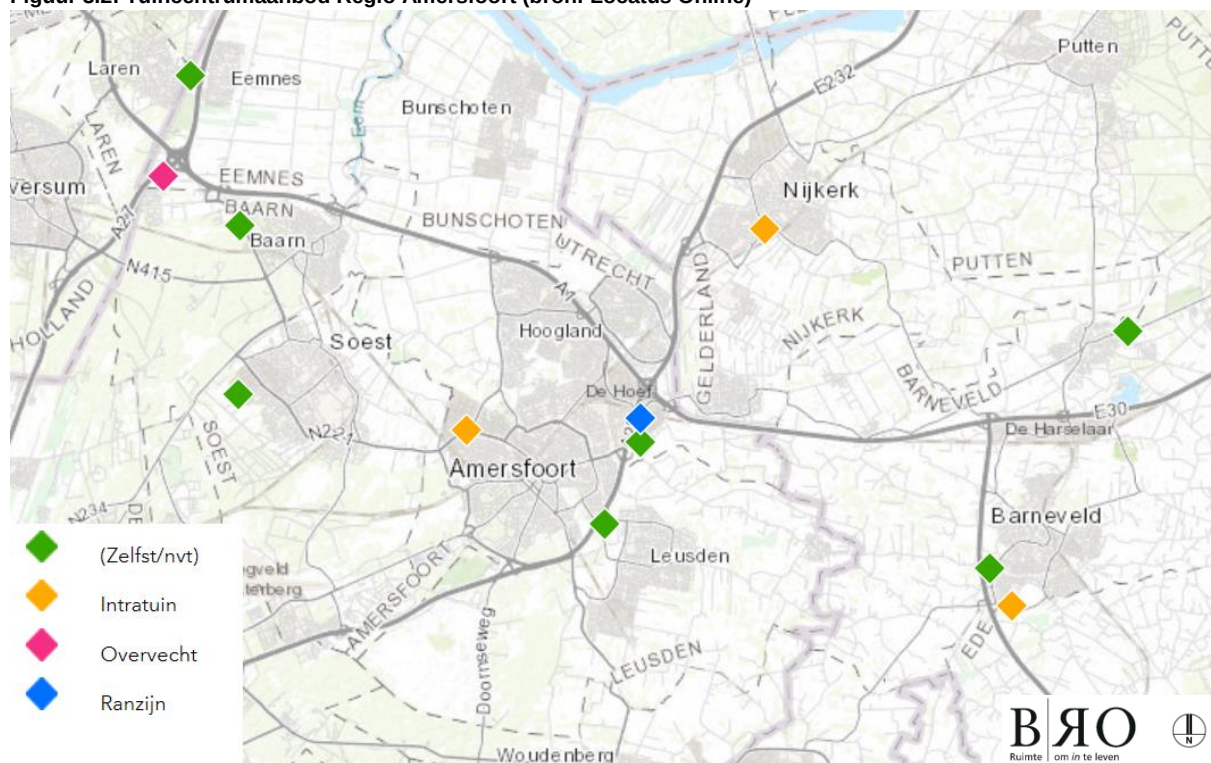
Gemeente	Naam/formule	Adres	Omvang (m ² wvo)	Winkelgebied
Leusden	Eurofleur	Ursulineweg 14	16.030	Buiten bebouwde kom
Amersfoort	Intratuin	Amsterdamseweg 139	7.455	Bedrijfsterrein
Amersfoort	Ranzijn	De Zonnecel 15	6.752	Bedrijfsterrein
Barneveld	Intratuin	Burgemeester Aschofflaan 1	6.513	Buiten bebouwde kom
Nijkerk Gld	Intratuin	Het Spaanse Leger 1	6.377	Bebouwde kom
Eemnes	Overvecht	Oud Eemnesserweg 23	4.715	Buiten bebouwde kom
Amersfoort	Praxis en Tuin	Praxis&Tuin*	3.063	Bedrijfsterrein
Eemnes	De Bruin Tuin & Huis	Goyergracht Zuid 1	3.000	Buiten bebouwde kom
Soest	Vaarderhoogt	Dorresteinweg 72	2.230	Buiten bebouwde kom
Baarn	Kwekerij Groeneveld	Amsterdamsestraatweg 57	2.200	Buiten bebouwde kom
Amersfoort	Hartogsveld	Hogeweg 227	1.920	Bebouwde kom
Barneveld	De Ganzenbeek	Apeldoornsestraat 28	511	Buiten bebouwde kom
Barneveld	De Briellaerd	Plantagelaan 20	130	Buiten bebouwde kom
Totaal			60.897	

* Dit betreft uitsluitend het tuincentrum

Het grootste tuincentrum in de Regio Amersfoort is Eurofleur in Leusden van 16.030 m² wvo. Andere grote tuincentra zijn Intratuin in Amersfoort van 7.455 m² wvo, Ranzijn in Amersfoort van 6.752 m² wvo, Intratuin in Barneveld van 6.513 m² wvo en Intratuin in Nijkerk van 6.377 m² wvo. Alle tuincentra zijn op verspreide locaties gevestigd.

Navolgend is het tuincentrumaanbod visueel weergegeven. Hieruit blijkt dat het aanbod evenredig over de Regio Amersfoort verdeeld is. Het zwaartepunt van het aanbod ligt vooral in Amersfoort, maar ook rond Barneveld en Baarn.

Figuur 3.2: Tuincentrumaanbod Regio Amersfoort (bron: Locatus Online)



Overig tuingerelateerd aanbod

In de berekening voor het huidige en toekomstige functioneren wordt uitsluitend het tuincentrumaanbod meegenomen in verband met het feit dat het bestedingscijfer alleen betrekking heeft op deze branche. Omdat het tuincentrum van Bauhaus in relatie tot andere tuincentra relatief veel niet-levend tuinmateriaal heeft, is navolgend volledigheidshalve ook beknopt een analyse gemaakt van de winkels in de branches 'tuinmeubelen' en 'tuinartikelen'. De winkels in deze branche kenmerken zich door het relatief omvangrijke aanbod niet-levend tuinmateriaal.

Hoewel er enig overlap in assortiment zal bestaan tussen het tuincentrum van Bauhaus en de aanwezige tuinmeubel- en -artikelenzaken, zal de onderlinge concurrentie beperkt zijn. Dit heeft vooral te maken met andere primaire bezoekmotieven. Het tuincentrum van Bauhaus wordt door de consument hoofdzakelijk als aanvullend op de bouwmarkt bezocht. Voor specifiek aankopen in bijvoorbeeld tuinmeubelen zal de consument ook een dergelijke winkel opzoeken die gespecialiseerd is in deze branche.

Tuinartikelen

In de Regio Amersfoort zijn 16 tuinartikelenzaken gevestigd, met een totale omvang van 8.179 m² vwo. Meest dominant aanwezig is de formule Welkoop met 5 vestigingen, verdeeld over verschillen-

de kernen in de Regio Amersfoort. De grootste tuinartikelenzaak is De Schuur te Kootwijkerbroek met een omvang van 1.360 m² wvo. Het overige aanbod in deze branche is verspreid aanwezig.

Tabel 3.4: Tuinartikelenaanbod Regio Amersfoort

Gemeente	Naam/formule	Adres	Omvang (m ² wvo)	Winkelgebied
Kootwijkerbroek	De Schuur	Wesselseweg 178	1.360	Centrum Kootwijkerbroek
Amersfoort	Van Kooten	De Zonnecel 15	1.183	Bedrijfsterrein
Bunschoten-Spakenburg	Welkoop	Nijverheidsweg 5	1.141	Bedrijfsterrein
Barneveld	Welkoop	Van Zuylen Van Nieveltlaan 75	1.099	Bedrijfsterrein
Eemnes	Welkoop	Noordersingel 18	917	Bebouwde kom
Woudenberg	Welkoop	Parallelweg 4	770	Bedrijfsterrein
Soest	Welkoop	Torenstraat 16	673	Bebouwde kom
Nijkerk Gld	Tuin & Park de Westermolen	Boekdrukker 9	394	Bedrijfsterrein
Nijkerk Gld	Van de Visch	Gildenstraat 13	125	Bebouwde kom
Soest	Jansen	Stroerweg 69	110	Bebouwde kom
Barneveld	Borgman van Empelen	Eendrachtstraat 46	100	Buiten bebouwde kom
Soest	KOK Tuinmachines	Laanstraat 74	95	Bedrijfsterrein
Barneveld	Visser Veranda's	Anthonie Fokkerstraat 63	95	A Fokkerstr
Woudenberg	Stuivenberg tuinmachines	Griofdijk 28	80	Bebouwde kom
Barneveld	De Beeldentuin	Oude Barnevelderweg 5	25	Buiten bebouwde kom
Soest	Westeneng	Nieuweweg 40	12	Bebouwde kom
Totaal			8.179	

Tuinmeubelen

In de Regio Amersfoort zijn zes tuinmeubelzaken met een totale omvang van 12.800 m² wvo aanwezig. De grootste aanbieder is Kees Smit in Amersfoort van 8.511 m² wvo. Deze winkel heeft een zeer ruim assortiment tuinmeubelen en concurreert daardoor zeer beperkt met Bauhaus. Het overig aanbod is eveneens uitsluitend gespecialiseerd in tuinmeubelen.

Tabel 3.5: Tuinmeubelenaanbod Regio Amersfoort

Gemeente	Naam/formule	Adres	Omvang (m ² wvo)	Winkelgebied
Amersfoort	Kees Smit	Euroweg 22	8.511	Bedrijfsterrein
Barneveld	Hora	Anthonie Fokkerstraat 35	2.180	A Fokkerstr
Nijkerk	Tuinplaza	Boekdrukker 9	1.159	Bedrijfsterrein
Barneveld	Gutz	Molenweg 66	450	Buiten bebouwde kom
Eemnes	Kerkhof Outlet	Laarderweg 70	300	Bebouwde kom
Amersfoort	4 Life Comfort	Kosmonaut 18	200	Bedrijfsterrein
Totaal			12.800	

3.1.4 Nautisch aanbod

Zoals gezegd zal Bauhaus in Amersfoort een nautisch assortiment gaan voeren tot maximaal 175 m². In de reguliere detailhandel is hiervoor alleen het aanbod in de branche watersport relevant. Verder is

de botenbranche ook relevant om mee te nemen in de analyse. Deze branche wordt doorgaans niet tot de reguliere detailhandel gerekend, omdat het zeer volumineuze artikelen betreft. Een verkooppunt in deze branche dient vooral als showroom. Locatus heeft dan ook geen m² wvo voor deze branche beschikbaar.

Watersportwinkels

In de Regio Amersfoort zijn 3 watersportwinkels gevestigd. Van Halteren in Bunschoten van 403 m² wvo, 't Vrouwezand van 193 m² wvo en Poortstad van 50 m² wvo in Amersfoort. In totaal bedraagt het watersportaanbod in de Regio Amersfoort daarmee 1,6 m² wvo per 1.000 inwoners. Landelijk bedraagt het aanbod in de watersportbranche ca. 2,2 m² wvo per 1.000 inwoners. Het aanbod watersportwinkels in de Regio Amersfoort is daardoor momenteel beperkt.

Botenbranche

In de Regio Amersfoort zijn in totaal 3 botenzaken gevestigd (op basis van Locatus, peildatum maart 2021). Het betreft de volgende vestigingen:

- De Watermolen aan de Eemweg te Eemnes;
- Prins Watersport aan de Sluiswachter te Nijkerk;
- Brinks Watersport aan de Galvanistraat 6 te Nijkerk.

3.1.5 Leegstand

In de Regio Amersfoort staan 296 panden met een totale omvang van 70.618 m² wvo leeg. Als de leegstand wordt afgezet tegenover het totale detailhandelsaanbod, blijkt dat 6,5% van het aantal panden en 6,3% van het aantal m² wvo leeg staat. Ten opzichte van het landelijk gemiddelde is de relatieve leegstand in de Regio Amersfoort lager dan het landelijk gemiddelde.

Tabel 3.6: Leegstand Regio Amersfoort

Gemeente	Inwoners	Aanbod		Leegstand			
	Aantal	Aantal winkels	m ² wvo	Aantal panden	Aantal panden (%)	m ² wvo	m ² wvo (%)
Amersfoort	157.276	1.801	450.966	116	6,4%	30.653	6,8%
Baarn	24.868	311	60.299	23	7,4%	2.539	4,2%
Barneveld	59.082	700	153.427	37	5,3%	13.328	8,7%
Bunschoten	21.866	254	41.083	18	7,1%	2.013	4,9%
Eemnes	9.247	81	21.415	17	21,0%	2.842	13,3%
Leusden	30.401	244	59.793	40	16,4%	6.108	10,2%
Nijkerk	43.171	496	110.402	32	6,5%	4.601	4,2%
Soest	46.606	527	94.987	9	1,7%	1.446	1,5%
Woudenberg	13.362	119	23.760	116	6,4%	30.653	6,8%
Regio Amersfoort	405.879	4.533	1.016.132	296	6,5%	63.530	6,3%
Nederland					7,4%		7,3%

Navolgend is een tabel opgenomen met daarin de grootste leegstaande panden van de Regio Amersfoort. Hieruit blijkt dat het pand aan de Oude Lageweg 165 in Amersfoort van 5.000 m² wvo het grootste leegstaande pand in de regio is.

Tabel 3.7: Top-8 grootste leegstaande panden Regio Amersfoort

Gemeente	Adres	Type	Omvang (m ² wvo)	Winkelgebied
Amersfoort	Oude Lageweg	Structureel	5.000	Buiten bebouwde kom
Amersfoort	Industrieweg	Langdurig	3.260	Amsterdamseweg Amersfoort
Barneveld	Torenplein	Aanvang/Frictie	2.700	Centrum Barneveld
Amersfoort	Brabantsestraat	Structureel	2.394	Amsterdamseweg Amersfoort
Amersfoort	Hamseweg	Langdurig	1.350	Hamseweg
Barneveld	Voltastraat	Langdurig	1.237	Bedrijfsterrein
Barneveld	Hoofdstraat	Structureel	1.000	Centrum Voorthuizen
Amersfoort	Sint Jorisplein	Structureel	981	Centrum Amersfoort

3.1.6 Harde plancapaciteit

Bij het inzichtelijk maken van de behoefte aan een ontwikkeling, dient rekening te worden gehouden met de zogenoemde harde plancapaciteit (uitspraak van 13 januari 2016, ECLI:NL:RVS:2016:24). Met harde plancapaciteit wordt het aanbod bedoeld dat volgt uit onherroepelijke planologische besluiten, ook als dat aanbod feitelijk (nog) niet is gerealiseerd. In dit geval betekent dat dus aanbod dat juridisch planologisch (direct) mogelijk is, maar (nog) niet in Locatus is opgenomen omdat hier (nog) geen betreffend aanbod aanwezig is. Uit de Mastbosch uitspraak blijkt dat rekening moet worden gehouden met alle harde plancapaciteit (ECLI:NL:RVS:2019:1668, Hotel Mastbosch Breda). Uit deze uitspraak blijkt ook dat de kwantitatieve en kwalitatieve behoefte in samenhang gezien moet worden. Ook voor de kwalitatieve behoefte moet een confrontatie tussen vraag en aanbod plaatsvinden. Daarbij dienen de volgende kwalitatieve aspecten van het initiatief te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod: locatie (meerwaarde voor de voorzieningenstructuur), doelgroep (meerwaarde voor de consumentenverzorging), onderscheidend vermogen concept en de vraag in hoeverre het initiatief (deels) een eigen vraag (behoefte) creëert.

De kwantitatieve behoefte voor detailhandel wordt op basis van landelijke afspraken (Omzetkengetallennotitie 2019, Retailinsiders) berekend op basis van distributief planologisch onderzoek (DPO). Dit is een modelmatige berekening waarin vraag en (feitelijk) aanbod op basis van diverse aannames tegen elkaar afgezet worden. De koopstromen, die gebaseerd zijn op feitelijk koopgedrag bij feitelijk aanbod, zijn een belangrijke bron voor deze berekening. Detailhandel creëert in algemene zin altijd een eigen vraag. Het simpelweg aftrekken van de harde plancapaciteit van de distributieve uitbreidingsruimte is modelmatig onjuist, omdat hierdoor geen recht wordt gedaan aan een verschuiving van koopstromen. Als aanbod wordt toegevoegd zullen immers meer bestedingen gebonden worden en kan mogelijk meer toevloeiing ontstaan. Deze nuance dient in acht te worden genomen bij de afweging van de harde plancapaciteit.

Detailhandel, of een specifieke vorm, wordt in diverse bestemmingen toegestaan, zoals de bestemming detailhandel, gemengd of bedrijf. Per definitie is sprake van relatief veel benutte harde plancapaciteit in winkelgebieden, zoals de binnensteden, buurt- en wijkcentra en stadsdeelcentra. Op perifere concentratiegebieden zijn specifieke vormen van detailhandel toegestaan, zoals volumineuze detailhandel. Het is onrealistisch uit te gaan van het feit dat alle momenteel benutte harde plancapaciteit voor detailhandel volledig wordt ingevuld. Als hiervan uit gegaan zou worden is er geen sprake meer van een kwantitatieve behoefte. Desalniettemin voorziet het initiatief nog steeds in een kwalitatieve behoefte, ook als deze kwalitatieve behoefte wordt afgewogen tegen het bestaande aanbod (waaronder begrepen harde plancapaciteit). De volgende overwegingen liggen hieraan ten grondslag.

- De locatie ligt nabij IKEA en heeft daardoor ten opzichte van veel andere solitaire locaties een meerwaarde voor combinatiebezoeken. Bovendien wordt concentratie van voorzieningen bereikt, wat positief is voor gemak en efficiëntie voor de consument.
- Zoals blijkt uit de distributieve berekeningen genereert het initiatief deels een eigen vraag. De koopstromen in het verzorgingsgebied zullen geoptimaliseerd worden. In dit geval kan iets meer koopkrachtbinding en iets meer koopkrachttoevoeding bereikt worden, ten gunste van het initiatief. Bovendien is er in de toekomst sprake van distributieve uitbreidingsruimte wat een indicatie is voor de kwantitatieve behoefte.
- Het initiatief is qua aard en omvang onderscheidend ten opzichte van het bestaande aanbod en aanbod dat zich eventueel vestigt binnen harde plancapaciteit. Bauhaus betreft een zeer groot-schalige bouw-/tuinmarkt inclusief drive-in op een vanuit de regio goed bereikbare locatie. Een vergelijkbaar concept op een dergelijk goed bereikbare locatie vanuit de regio is momenteel niet aanwezig in het verzorgingsgebied. Indien plancapaciteit wordt benut, zal dit waarschijnlijk klein-schalige doe-het-zelf zijn of in de vorm van een reguliere bouwmarkt.
- Op basis van het bovenstaande moet geconcludeerd worden dat er een (onrealistische) theoretische kans bestaat dat de harde plancapaciteit zodanig wordt ingevuld dat sprake is van een overschrijding van de distributieve uitbreidingsruimte en daarmee de kwantitatieve behoefte. Indien het initiatief wordt afgewogen tegen het bestaande aanbod (incl. harde plancapaciteit) is echter nog steeds sprake van een duidelijke kwalitatieve behoefte.

3.2 Draagvlak relevant verzorgingsgebied

Het relevante verzorgingsgebied heeft momenteel een omvang van circa 405.000 inwoners. De bevolkingsprognose is weergegeven per vijfjaarsperiode (2025, 2030 en 2035). Het jaar 2030 wordt aangehouden in de distributieve berekeningen.

Het totaal aantal inwoners zal de komende jaren nog fors toenemen, waarbij de groei primair in Amersfoort plaatsvindt. Deze groei van het inwonertal in Amersfoort en regio levert als vanzelf een kwantitatieve behoefte aan meer doe-het-zelf- en tuinproducten op, omdat de huizen en tuinen van deze nieuwe inwoners verfraaid moeten worden en het totale bestedingspotentieel toeneemt.

Tabel 3.8: Bevolkingsprognose Regio Amersfoort⁷

Gemeente	2020	2025	2030	2035
Amersfoort	157.276	165.500	172.360	179.000
Baarn	24.868	25.170	25.390	25.540
Barneveld	59.082	61.620	63.910	66.080
Bunschoten	21.866	23.090	24.210	25.060
Eemnes	9.247	9.470	9.300	9.300
Leusden	30.401	30.980	31.860	32.880
Nijkerk	43.171	44.570	45.910	47.610
Soest	46.606	47.980	48.320	48.720
Woudenberg	13.362	14.330	15.660	16.870
Regio Amersfoort	405.879	422.710	436.920	451.060

Bestedingen

Het gemiddeld inkomen per inwoner van de bevolking in het verzorgingsgebied bedraagt € 27.313,-. Dit is 5% hoger dan het landelijk gemiddelde van € 26.000,-⁸. Een correctie op het landelijk bestedingscijfer voor de doe-het-zelfbranche en tuincentra is gebruikelijk. Indien we een correctie toepassen op basis van 0,7 inkomenselasticiteit, betekent dit een gemiddelde besteding bij doe-het-zelfzaken van € 219,- en voor tuincentra € 77,-. Deze cijfers worden gebruikt in de distributieve berekeningen. De omzetkengetallen zijn gebaseerd op de Omzetkengetallennotitie 2019 (Retailinsiders, 2020), kolom winkelomzet 2019.

Internetbesteding

In de doe-het-zelfbranche en tuinbranche is het aandeel aan internetverkoop vooralsnog relatief laag (zie paragraaf 2.1). Wel is ook in deze branche sprake van een ontwikkeling in e-commerce, zeker als gevolg van Corona. Voor de analyse is het van belang dat in beide relevante branches de internetverkoop wel toeneemt, maar dat het effect nog beperkt en naar de toekomst toe onzeker is. Ook van belang is dat de internetverkoop in de relevante branches voor een groot deel 'multi channel'-verkoop betreft, waar ook fysieke winkels van profiteren. Tegelijk zijn andere factoren van grotere invloed op beide branches, zoals de oververhitte woningmarkt (zie paragraaf 2.1), als gevolg waarvan de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinartikelen toenemen. Door Corona zijn de bestedingen weliswaar op korte termijn teruggelopen, maar op basis van uitgestelde vervangingsaankopen wordt verwacht dat de bestedingen na de lockdown snel weer op het oude niveau komen. Bovendien nemen de bestedingen tot nu toe op basis van historische data per saldo toe. Om deze redenen past BRO per saldo geen correctie toe op de toekomstige toonbankbestedingen in de relevante branches. De huidige afvloeiing naar internet is verdisconteerd in de gehanteerde bestedingscijfers.

⁷ Bron: Primos Online 2020.

⁸ Bron: CBS Statline, Gemiddeld inkomen per inwoner 2018.

3.3 Koopstromen verzorgingsgebied

Koopstromen

Door I&O Research is onderzoek gedaan naar de koopstromen in onder andere de provincie Utrecht⁹. Dit onderzoek geeft inzicht in de koopstromen naar doe-het-zelf artikelen en tuin. Hoewel de definities niet volledig overeenkomen met de Locatus branchering, zoals gehanteerd wordt in onderhavige rapportage, kunnen de uitkomsten van het onderzoek toch gebruikt worden om een realistische inschatting te maken van de koopstromen in de Regio Amersfoort. Navolgend zijn de koopstromen op basis van het koopstromenonderzoek van I&O Research ingeschat.

Koopkrachtbinding en -toevloeiing doe-het-zelf

Navolgend is een tabel opgenomen met daarin zowel de absolute als relatieve koopkrachtbinding en -toevloeiing per gemeente. De relatieve koopstromen zijn vervolgens geabstraheerd naar regionaal niveau. In de koopkrachtbinding en -toevloeiing van de Regio Amersfoort is rekening gehouden met de onderlinge koopkrachtuitwisseling tussen de gemeenten. Het betreft daardoor een gewogen cijfer. Opgemerkt moet worden dat de koopkrachtbindingscijfers uit het KSO Randstad 2018 ook online afvloeiing bevatten. Conform landelijke afspraken zoals vastgelegd in de Omzetkengetallennotitie 2018 is het noodzakelijk deze eruit te filteren. Wij gaan op basis van het KSO uit van een gemiddelde online afvloeiing van circa 2% voor zowel doe-het-zelf als tuinentra.

Tabel 3.9: Koopstromen doe-het-zelf Regio Amersfoort o.b.v. I&O Research

Gemeente	Koopkracht binding (%)	Koopkracht toevloeiing (%)
Amersfoort	96%	3%
Baarn	96%	8%
Barneveld	92%	12%
Bunschoten	98%	13%
Eemnes	70%	3%
Leusden	99%	2%
Nijkerk	94%	18%
Soest	94%	11%
Woudenberg	88%	0%
Regio Amersfoort	94%	9%

Het doe-het-zelfaanbod in de regio Amersfoort wist in 2018 in totaal 94% van de bestedingen te binden. 9% van de totale bestedingen komt van buiten het verzorgingsgebied. Sinds 2018 hebben geen significante wijzingen in het aanbod plaatsgevonden die impact hebben op de koopstromen. De komst van een grootschalige bouw-/tuinmarkt in Amersfoort zal effecten hebben op de koopstromen. Er kan wellicht meer koopkracht uit de eigen regio gebonden worden en er zal meer koopkracht van buiten de regio komen. Als dit vertaald wordt naar de relatieve koopstromen, betekent dit dat BRO in de toekomst een koopkrachtbinding van 95% haalbaar acht. De koopkrachttoevloeiing naar het verzorgings-

⁹ Bron: I&O Research (2018), KSO 2018.

gebied zal ook iets toenemen, zeker omdat grootschalige bouw-/tuinmarkten zoals Bauhaus ook enkele bestedingen van buiten kunnen aantrekken. Wij gaan uit van 10% in 2030.

Koopkrachtbinding en -toevloeiing tuincentra

Navolgend is een tabel opgenomen met daarin de koopkrachtbinding en –toevloeiing per gemeente. I&O Research heeft alleen koopstromen beschikbaar over de artikelgroep tuinartikelen en planten. Hierin zijn ook de bloemenzaken en tuinartikelenzaken meegenomen. Dit correleert niet volledig met de tuincentrumbranche, maar zal naar verwachting wel de belangrijkste factor zijn. Voor tuinentra geldt dat de binding doorgaans relatief laag is, terwijl de toevloeiing relatief hoog is. De consument is voor aankopen in tuinentra immers bereid verder te reizen.

Tabel 3.10: Koopstromen bloemen, planten en tuinartikelen Regio Amersfoort o.b.v. I&O Research

Gemeente	Koopkracht binding (%)	Koopkracht toevloeiing (%)
Amersfoort	95%	6%
Baarn	92%	16%
Barneveld	93%	21%
Bunschoten	98%	12%
Eemnes	74%	2%
Leusden	98%	15%
Nijkerk	98%	38%
Soest	94%	17%
Woudenberg	95%	6%
Regio Amersfoort	93%	18%

Tuinartikelen en planten, zoals lokale bloemenzaken of tuinartikelenwinkels worden in de regio Amersfoort sterk lokaal bezocht. Dit is ook logisch, aangezien dit type aanbod vooral een lokale verzorgingsfunctie heeft. Voor tuinentra geldt dat deze een veel groter verzorgingsgebied hebben. Dit betekent een lagere binding. Op basis van de koopstromen uit KSO Randstad 2018, hebben wij de koopstromen voor specifiek tuinentra als volgt gecorrigeerd:

- Koopkrachtbinding: 90%
- Koopkrachttoevloeiing: 25%

Naar de toekomst toe kan er ook in de tuincentrumbranche wellicht iets meer koopkracht gebonden worden en iets meer koopkracht van buiten de Regio getrokken worden. BRO acht een toename van de absolute koopkrachtbinding en –toevloeiing haalbaar. Relatief houden we het gelijk, omdat door de bevolkingsgroei de binding en toevloeiing toeneemt.

3.4 Economisch functioneren doe-het-zelfbranche en tuincentra

Economisch functioneren doe-het-zelfbranche

In tabel 3.11 is een marktbenadering gemaakt van de doe-het-zelfbranche in het relevante marktgebied.

Tabel 3.11: Marktbenadering doe-het-zelfbranche relevante verzorgingsgebied

	Huidig functioneren	2030
Aantal inwoners	405.879	436.920
Bestedingen per hoofd (€)	219	219
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	88,9	95,7
Koopkrachtbinding	94%	95%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	83,6	90,9
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	9%	10%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	8,3	10,1
Totale besteding (€ mln.)	91,8	101,0
Huidig aanbod (m² wvo)	53.981	53.981
Haalbaar aanbod (m² wvo)	56.643	62.307
Landelijk vijfjaarsgemiddelde (omzet per m² wvo)	1.621	1.621
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	2.700	8.300

- In de huidige marktomstandigheden bedraagt de vloerproductiviteit van het doe-het-zelfaanbod circa € 1.725,- per m² wvo. Deze vloerproductiviteit ligt 6% boven het landelijke vijfjaarsgemiddelde van € 1.621,- per m² wvo. In het relevante verzorgingsgebied is daardoor in de huidige situatie sprake van gezonde marktomstandigheden. In de huidige situatie bestaat circa 2.700 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de doe-het-zelfbranche.
- Door de toename van het aantal inwoners en de aantrekkingskracht van Bauhaus Amersfoort kunnen meer bestedingen binnen het verzorgingsgebied worden gebonden en kan meer koopkracht van buiten worden aangetrokken. Dit levert nog meer distributieve uitbreidingsruimte op. In 2030 ontstaat circa 8.300 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte voor doe-het-zelfaanbod.
- De toevoeging van circa 9.200 m² wvo bouwmarkt voorziet daarmee op basis van het momenteel in functie zijnde aanbod voor een belangrijk deel in een kwantitatieve behoefte. De distributieve uitbreidingsruimte wordt beperkt overschreden. De kans dat deze overschrijding tot verdringing en leegstand leidt is klein. Dit effect moet worden beschouwd als ondernemersrisico. In paragraaf 3.5 wordt verder ingegaan op de (omzet)effecten van Bauhaus op het bestaande doe-het-zelfaanbod en de kans op leegstand.
- In het geval harde plancapaciteit wordt meegewogen in de distributieve berekening is het afhankelijk van de uiteindelijke feitelijke invulling in hoeverre kwantitatieve behoefte (blijft) bestaan voor een grootschalige bouw-/tuinmarkt in Amersfoort. De volgende overwegingen zijn hierbij relevant.
 - Indien het doe-het-zelfaanbod op andere locaties (waar harde plancapaciteit beschikbaar is) binnen het verzorgingsgebied toeneemt, betekent dit dat meerdere uitgangspunten van de berekeningen wijzigen. Het simpelweg 'aftrekken' van deze 'nieuwe' meters van de distributieve uitbreidingsruimte is onjuist, omdat ook koopstromen wijzigen. Meer aanbod betekent immers ook meer vraag, waardoor waarschijnlijk een hogere koopkrachtbinding- en toevoeiing kan

worden bereikt op niveau van het verzorgingsgebied. Uiteindelijk zijn ook andere aspecten van invloed, zoals de specifieke locatie, de relatie met bestaand aanbod, de aantrekkingskracht en de bereikbaarheid.

- Het is modelmatig niet realistisch om alle harde plancapaciteit volledig mee te nemen in de berekening, aangezien het niet de verwachting is dat dit allemaal met doe-het-zelf wordt ingevuld. Indien dit wel het geval zou zijn is er al snel geen sprake meer van een kwantitatieve behoefte. Harde plancapaciteit voor doe-het-zelf (en tuincentra) zit immers ook binnen vigerende gemengde of algemene detailhandelsbestemmingen in reguliere centrumgebieden, zoals de binnenstad van Amersfoort. Hiervan is het grootste deel reeds in gebruik en de leegstand is overwegend kleinschalig.
- BRO kiest conform vergelijkbare onderzoeken voor grootschalige bouw-/tuinmarkten en bijbehorende jurisprudentie voor een aanpak waarbij primair ingezoomd wordt op locaties waar redelijkerwijs doe-het-zelfaanbod kan vestigen. Het betreft dan locaties met harde plancapaciteit voor doe-het-zelf, locaties die momenteel niet/nauwelijks benut zijn en/of waar sprake is van leegstand en locaties die markttechnisch realistisch geschikt zijn voor invulling met doe-het-zelf. Bij dit laatste wordt bekeken in hoeverre de omvang van het kavel/pand voldoende groot is voor modern doe-het-zelfaanbod, de marktomstandigheden, het bereikbaarheidsprofiel en de ontsluitingsmogelijkheden. De uiteenzetting is opgenomen in de bijlage.
- Dat er meters worden toegevoegd met doe-het-zelfaanbod in het verzorgingsgebied is evident. Dit zal primair komen door Hubo Hoevelaken (circa 1.000 m²) en wellicht modernisering van bestaand aanbod. In dit geval zal de 'marktruimte' afnemen, maar is er niet per definitie sprake van een overaanbod. Nieuw aanbod creëert immers ook weer nieuwe vraag.
- Indien in het onrealistische scenario de invulling van plancapaciteit de berekende distributieve uitbreidingsruimte volledig zou overschrijden, betekent dit dat geen kwantitatieve behoefte meer bestaat voor Bauhaus (of andere initiatieven). De situatie dat de harde plancapaciteit niet volledig wordt ingevuld met doe-het-zelfaanbod is naar oordeel van BRO realistischer, aangezien er momenteel zowel in de doe-het-zelf- en tuincentrumbranche relatief veel distributieve ruimte bestaat en dit een resultaat is van gezonde vraag- en aanbodverhoudingen. Dit betekent echter niet dat geen sprake is van een kwalitatieve behoefte. Bauhaus voegt ten opzichte van het bestaande aanbod immers een uniek en onderscheidend concept toe met een grootschalige bouwmarkt, tuincentrum en drive-in op een vanuit de regio goed bereikbare locatie.

Economisch functioneren tuincentra

Op eenzelfde manier als voorgaand, is navolgend een benadering gemaakt van het functioneren van de tuincentra (tabel 3.12).

Tabel 3.12: Marktbenadering tuincentra relevante verzorgingsgebied

	Huidig functioneren	2030
Aantal inwoners	405.879	436.920
Bestedingen per hoofd (€)	77	77
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	31,3	33,6
Koopkrachtbinding	90%	90%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	28,1	30,3
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	25%	25%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	9,4	10,1
Totale besteding (€ mln.)	37,5	40,4
Huidig aanbod (m² wvo)	60.897	60.897
Haalbaar aanbod (m² wvo)	66.613	71.708
Landelijk vijfjaarsgemiddelde (omzet per m² wvo)	563	563
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	5.700	10.800

- In de huidige marktomstandigheden bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit circa € 616,- per m² wvo. Deze vloerproductiviteit ligt ruim 9% boven het gemiddelde van € 563,- per m² wvo. In de regio Amersfoort is sprake van gezonde marktomstandigheden. In de huidige situatie bestaat ruim 5.700 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte.
- Door de toename van het aantal inwoners in het verzorgingsgebied kunnen meer bestedingen worden gebonden en kan meer koopkracht van buiten de regio worden aangetrokken. Hier profiteren alle aanbieders van. In 2030 ontstaat circa 10.800 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte.
- De toevoeging van 1.000 m² wvo tuincentrum bij Bauhaus Amersfoort voorziet daarmee in de kwantitatieve behoefte in het verzorgingsgebied. Daarnaast blijft er ruimvoldoende distributieve uitbreidingsruimte bestaan voor de beoogde uitbreiding van andere bestaande tuincentra in het verzorgingsgebied.
- Door de beoogde ontwikkeling zal de markt voor tuincentra in de regio verder worden versterkt. Te meer, omdat het tuincentrum van de beoogde Bauhaus in combinatie met het bouwmarktdeel zal worden bezocht – vooral door bezoekers die van een grotere afstand komen.
- De effecten van het tuincentrumdeel van Bauhaus zullen zeer beperkt zijn en niet leiden tot leegstand. In paragraaf 3.6 is hier verder op ingegaan.

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, 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.

3.5 Effecten Bauhaus relevante regio

Omzetclaim Bauhaus Amersfoort

Het bouwmarktdeel van de beoogde Bauhaus krijgt een oppervlakte van maximaal 9.200 m² wvo, het tuinentrumdeel maximaal 1.000 m² wvo. Dit betekent op basis van de landelijke omzetkengetallen dat verwacht mag worden dat het bouwmarktdeel een omzet haalt van circa € 15 mln. ($9.200 \times € 1.630$ landelijke vijfjaarsgemiddelde omzet per m² wvo voor bouwmarkten en winkels met algemeen assortiment) en het tuinentrumdeel circa € 563.000 ($1.000 \times € 563$ landelijke vijfjaarsgemiddelde omzet per m² wvo). Deze omzetclaim zal zich verdelen over het verzorgingsgebied. Op basis van ervaringsgegevens met grootschalige bouw-/tuinmarkten is de navolgende tabel een verdeling gegeven van de omzetclaim.

Tabel 3.13: Verdeling omzetclaim

Gebied	Aandeel omzetclaim	Doe-het-zelf (€ mln.)	Tuinentrum (€)
Gemeente Amersfoort	45%	6,75	253.000
Overig verzorgingsgebied	35%	5,25	197.000
Buiten verzorgingsgebied	20%	3,0	113.000
Totaal	100%	15,0	563.000

De bovenstaande verdeling is gekozen om de volgende redenen.

- Uit ervarings- en herkomstgegevens van grootschalige bouw-/tuinmarkten blijkt dat deze zaken bestedingen aantrekken uit een groot gebied van circa 20 tot 25 autominuten. In en rondom de regio Amersfoort is het aanbod grootschalige bouw-/tuinmarkten zeer beperkt.
- Bauhaus Amersfoort heeft een centrale ligging met een goede bereikbaarheid vanuit de hele regio. Bovendien ligt het naast IKEA dat relatief veel bestedingen uit een (nog) groter gebied aantrekt. Combinatiebezoeken zijn mogelijk, waardoor de bestedingen zich meer verdelen over het verzorgingsgebied.
- De gemeente Amersfoort heeft circa 40% van het aantal inwoners (en bestedingen) en het aantal m² wvo doe-het-zelf van het gehele verzorgingsgebied. Het is echter te verwachten dat vanwege de afstand tot het omliggende verzorgingsgebied relatief iets meer bestedingen uit Amersfoort zullen komen.
- Inwoners in de gemeenten uit het overige verzorgingsgebied doen voor het overgrote deel de doe-het-zelfaankopen bij het aanbod in de eigen gemeente. De afvloeiing die er nu is, gaat vooral richting Amersfoort. Met de komst van Bauhaus zal die afvloeiing iets toenemen omdat er momenteel al sprake is van een natuurlijke oriëntatie richting Amersfoort en specifiek naar Vathorst (IKEA).

Effect doe-het-zelf algemeen

- Zoals blijkt uit tabel 3.11 ontstaat er tot 2030 relatief veel distributieve uitbreidingsruimte in het verzorgingsgebied. Dit betekent dat sprake is van een kwantitatieve behoefte. Indien van de te

behalen totale bestedingen in het verzorgingsgebied (circa € 101,0 mln.) de omzetclaim van Bauhaus wordt afgetrokken resteert € 86,0 mln. voor het bestaande aanbod.

- Met een huidige omvang van 53.981 m² wvo betekent dit een gemiddelde vloerproductiviteit van € 1.593 per m² wvo voor het bestaande doe-het-zelfaanbod in 2030. Dit ligt 1,7% beneden het landelijk gemiddelde. Op zichzelf is dit gemiddelde effect binnen het verzorgingsgebied relatief beperkt en mag het worden beschouwd als ondernemersrisico.
- De omzeteffecten spreiden zich over alle aanbieders, waardoor het effect per saldo iets hoger of iets lager kan uitvallen voor individuele aanbieders. Navolgend wordt ingezoomd op de verdeling van de omzeteffecten binnen het verzorgingsgebied.
- Opgemerkt wordt dat indien rekening wordt gehouden met de harde plancapaciteit de effecten van sec Bauhaus niet veranderen. De totale effecten op het aanbod zullen hooguit verschuiven en eventuele leegstandseffecten zijn dan niet toe te rekenen aan Bauhaus.

Effecten gemeente Amersfoort doe-het-zelf

- In de bijlage is een distributieve berekening voor specifiek de gemeente Amersfoort opgenomen. Hieruit blijkt dat het doe-het-zelfaanbod momenteel rond het landelijk gemiddelde functioneert. Tot 2030 neemt het aantal inwoners in de gemeente met 9,6% fors toe. Dit betekent dat ook de bestedingen tot 2030 zullen toenemen, met distributieve uitbreidingsruimte voor doe-het-zelf als gevolg.
- In 2030 kan het doe-het-zelfaanbod in de gemeente Amersfoort circa € 45,9 mln. bestedingen aantrekken (zie bijlage 5). Bauhaus zal, zoals blijkt uit voorgaande tabel 3.13., bestedingen aantrekken uit de gemeente Amersfoort, de omliggende gemeenten van het verzorgingsgebied en daarbuiten. Dit levert extra toevloeiing op richting de gemeente Amersfoort. Dit zijn echter niet volledig nieuwe bestedingen, aangezien een deel ombuiging van bestaande toevloeiing betreft. Indien hier de totale omzetclaim van Bauhaus wordt afgetrokken, resteert circa € 30,9 mln. voor het bestaande doe-het-zelfaanbod. Dit betekent een vloerproductiviteit van € 1.400,- voor het bestaande doe-het-zelfaanbod na vestiging van Bauhaus (€ 30,9 mln. / 22.085 m² wvo).
- De vloerproductiviteit van het bestaande doe-het-zelfaanbod in 2030 ligt dan circa 13,6% beneden het landelijk vijfjaarsgemiddelde. Dit moet worden beschouwd als ondernemersrisico en de kans dat dit effect tot leegstand leidt wordt klein geacht.
- Dat er onverhoopt toch een doe-het-zelfzaak of specifiek een bouwmarkt in Amersfoort verdwijnt is echter niet volledig uit te sluiten. De eventuele leegstand is echter vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar. De volgende overwegingen liggen hieraan ten grondslag.
 - Indien naast Bauhaus nog meer aanbod in de doe-het-zelfbranche wordt toegevoegd, bijvoorbeeld door invulling van de harde plancapaciteit, zal dit leiden tot een nog sterke omzetsdruk op bestaande aanbieders. Hoe meer aanbod er wordt toegevoegd, hoe groter de 'druk' op de omzet bij doe-het-zelfaanbieders.
 - Het verdwijnen van een doe-het-zelfspeciaalzaak of breedpakketzaak zal waarschijnlijk een opeenstapeling van oorzaken zijn, zoals het gebrek aan bedrijfsopvolging, het gebrek aan voldoende kwalitatieve meerwaarde ten opzichte van bouwmarkten of een slechte locatie. Een afname van dit soort doe-het-zelfaanbod is in algemene zin zichtbaar in Nederland en is daar door een autonome trend.

- Indien er aanbod verdwijnt levert dat direct ook weer meer omzet of bestedingen op bij bestaande aanbieders. Aanbod en vraag zijn immers communicerende vaten.
- De bestaande bouwmarkten in Amersfoort zijn momenteel min of meer op verspreide locaties aanwezig en dragen daardoor niet of nauwelijks bij aan het perspectief van bestaande winkelgebieden. Het zijn perifere locaties verspreid over de stad. Indien er onverhoopt toch een bouwmarkt zou verdwijnen is de leegstand niet onaanvaardbaar, omdat:
 - Het vastgoed van deze bouwmarkten niet van dien aard is dat herinvulling en of transformatie niet mogelijk is (dozenbouw).
 - De bestemmingsplannen van bestaande bouwmarkten vaak meerdere functies toelaten dan uitsluitend een bouwmarkt, waardoor de kans op herinvulling en of transformatie toeneemt.
 - De locaties geen centrale rol vervullen in het functioneren van beleidsmatig aangewezen winkelconcentratiegebieden en eventuele leegstand daardoor niet zal leiden tot negatieve structureffecten.
 - De locaties geen onderdeel zijn van de primaire beleidsmatige detailhandelsstructuur en daardoor beleidsmatig niet wordt ingezet op het behoud van deze locaties.

Tabel 3.14: Berekening omzetclaim doe-het-zelf

Gebied	Berekening	Gemeente Amersfoort
Totale omzet DZH 2030 (A)		€ 45,9 mln.
Omzetclaim Bauhaus (B)		€ 15 mln.
Omzet overig DHZ 2030 (C)	A-B	€ 30,9 mln.
Winkelaanbod DHZ (D)		22.083 m² wvo
Vloerproductiviteit (E)	C/D	€ 1.400,-
Landelijk gemiddelde (F)		€ 1.621,-
Verschil	(E-F)/F	-13,6%

Effecten doe-het-zelf overige gemeenten verzorgingsgebied

- Indien het totale doe-het-zelfaanbod in 2030 in de gemeente Amersfoort € 45,9 mln. bestedingen kan aantrekken, waarvan een deel uit de overige gemeenten in het verzorgingsgebied, betekent dit dat sprake zal zijn van meer koopkrachtafvloeiing uit de overige gemeenten in het verzorgingsgebied.
- In 2030 kan het totale verzorgingsgebied € 101,0 mln. behalen, zoals blijkt uit tabel 3.11. Dit betekent dat voor het doe-het-zelfaanbod in de overige gemeenten in het verzorgingsgebied (excl. Amersfoort) circa € 55,1 mln. overblijft.
- In de overige gemeenten van het verzorgingsgebied is momenteel 31.898 m² wvo doe-het-zelfaanbod aanwezig. Dit betekent een vloerproductiviteit van gemiddeld € 1.729 per m² wvo voor dit bestaande aanbod in 2030. In de toekomst blijft het doe-het-zelfaanbod in het overige deel van het verzorgingsgebied boven het landelijk gemiddelde functioneren (6,6%), waardoor niet verwacht wordt dat verdringen dan wel leegstand ontstaat als gevolg van Bauhaus.
- Ook in de overige gemeenten van het verzorgingsgebied blijft ruim 2.000 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte bestaan voor doe-het-zelfaanbod. Dit kan in potentie eventuele harde plannen en initiatieven opvangen, zonder dat dit leidt tot onaanvaardbare effecten.

- Afhankelijk van hoeveel harde plancapaciteit wordt ingevuld, kan het de distributieve uitbreidingsruimte overschrijden. Wij achten die kans echter zeer klein. Ook in het geval dit toch zou gebeuren, zijn de eventuele effecten aanvaardbaar. In dat geval wordt leegstand niet veroorzaakt door Bauhaus Amersfoort, maar door de komst van ander/nieuw doe-het-zelfaanbod. Ook hier geldt dat vastgoed niet van dien aard is dat herinvulling en/of transformatie niet mogelijk is en dat de meeste doe-het-zelfaanbieders geen onderdeel zijn van de beleidsmatige detailhandelsstructuur.

Overige kwalitatieve overwegingen doe-het-zelf

Het (omzet)effect van Bauhaus zal vooral merkbaar zijn binnen de doe-het-zelfbranche, maar om de volgende redenen zijn deze aanvaardbaar voor de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand:

- Door de voortdurende schaalvergroting (zie paragraaf 2.1) in de doe-het-zelfbranche wordt dezelfde omzet over een steeds groter oppervlak verdeeld. Hierdoor neemt als vanzelf de omzet per m² in regio's af. Dit is desondanks acceptabel voor de winkels, omdat de totale omzet 'onder aan de streep' doorgaans toeneemt.
- Winkels hebben verschillende methoden om voldoende winst te kunnen blijven maken bij veranderende marktomstandigheden. Hierbij moet gedacht worden aan inkoopbeleid, openingstijden, personeelsbeleid, specialisatie / verbreding / verschuiving in het assortiment, andere doelgroep (bijvoorbeeld professionals).
- Opgemerkt wordt dat in de analyse geen rekening is gehouden met de oververhitte woningmarkt (zie paragraaf 2.1), waardoor ook de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinproducten (zullen) stijgen (doe-het-zelfwinkels hadden in 2019 +3,6% omzet ten opzichte van een jaar eerder (CBS, 2019). Hiervan profiteren alle aanbieders in de markt.
- Tevens stijgen de omzetten van bouwmarkten tijdens de coronacrisis explosief. In de derde week van maart 2020 hebben bouwmarkten ruim 50% meer omgezet dan een jaar eerder¹⁰. Als gevolg van de eerste lockdown klussen mensen thuis meer. Deze trend heeft zich tot het eerste kwartaal van 2021 doorgezet, naar de doe-het-zelfwinkels zijn sinds eind 2020 tot onbepaalde tijd gesloten wat een duidelijk verlies van omzet betekent. De fysieke doe-het-zelfbranche kan momenteel nog maar beperkt profiteren van de online bestedingen.
- Bauhaus creëert deels zijn eigen markt, dit is in de berekening terug te zien in de (beperkte) stijging van de koopstromen. Verder wordt opgemerkt dat de te verwachten omzetverdunding in de bouwmarktbranche ook deels bij Bauhaus zelf terecht zal komen en dus niet alleen bij het gevestigd aanbod.
- De invloed van de komst van een grootschalige Bauhaus op de speciaalzaken zal beperkt zijn (zie paragraaf 2.3), want bouwmarkten concurreren vooral met andere bouwmarkten (> 1.500 m² vvo). De speciaalzaken kunnen nu reeds concurreren met de 14 bouwmarkten in het verzorgingsgebied. Redenerend vanuit de concurrentieverhoudingen tussen bouwmarkten en speciaalzaken zorgt de komst van een 16^e bouwmarkt (na Hubo Hoevelaken) slecht voor een beperkte verschuiving. Verder wordt opgemerkt dat mocht er toch een speciaalzaak verdwijnen (om welke reden dan ook) dit niet zal leiden tot een aantasting van de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging, omdat vrijwel al deze winkels verspreid gevestigd zijn. Tevens zijn ruimten van leeg-

¹⁰ 'Omzet bouwmarkten piekt, omzet supermarkten nog steeds hoog', CBS, 31-03-2020

komende doe-het-zelfspeciaalzaken in beginsel prima opnieuw in te vullen / te herontwikkelen tot andersoortige detailhandel of een andere consumentgerichte functie.

Effecten tuincentra algemeen

- Zoals blijkt uit tabel 3.12 ontstaat er tot 2030 relatief veel distributieve uitbreidingsruimte in het verzorgingsgebied. Dit betekent dat sprake is van een kwantitatieve behoefte. Indien van de te behalen totale bestedingen van circa € 40,4 mln. de omzetclaim van Bauhaus wordt afgetrokken resteert € 39,84 mln. voor het bestaande aanbod.
- Met een huidige omvang van 60.897 m² wvo betekent dit een gemiddelde vloerproductiviteit van € 654 per m² wvo voor het bestaande doe-het-zelfaanbod in 2030. Dit ligt ruim 16% boven het landelijk gemiddelde. Hieruit blijkt dat het effect verwaarloosbaar is op het totaal en er geen leegstandseffecten verwacht worden.
- Bovendien zal het omzeteffect, hoe beperkt ook, zich bovendien spreiden over meerdere aanbieders waardoor het effect per vestiging minimaal zal zijn.

Kwalitatieve overwegingen tuincentra

- Het tuincentrum van Bauhaus is qua aard en omvang niet vergelijkbaar met veel tuincentra in het verzorgingsgebied. De reguliere tuincentra zoals Eurofleur, Ranzijn en Intratuin zijn zeer groot-schalig en worden doelgericht bezocht door specifieke bezoekers die zoeken naar een volwaardige tuinbeleving. Het tuincentrum van Bauhaus wordt meer als aanvulling op doe-het-zelfaankopen bezocht, bevat overwegend niet-levend tuinmateriaal en is veel kleinschaliger in omvang en opzet.

Effecten nautisch aanbod Bauhaus

- Naar verwachting van BRO zullen de effecten van het nautisch assortiment van Bauhaus op het bestaand aanbod in de gemeente Amersfoort en de Regio Amersfoort zeer beperkt zijn. Het nautische assortiment van Bauhaus heeft vooral een aanvullend karakter. Het overgrote deel van de winkel bestaat uit een reguliere grootschalige bouw- en tuinmarkt met bijbehorend assortiment, waardoor de winkel ook hoofdzakelijk voor die aankopen wordt bezocht.
- Het nautische aanbod in de Regio Amersfoort is zeer divers en relatief beperkt. Geconstateerd is dat de meeste winkels c.q. jachthavens, groothandels, werkplaatsen een ander assortiment voeren dan Bauhaus en bovendien een andere functie in de structuur hebben. Het nautisch assortiment van Bauhaus richt zich vooral op 'hardware' en betreft veelal volumineuze artikelen, zoals opblaas/rubber boten, motoren, maar ook onderhoudsmiddelen en toebehoren.
- De watersportwinkels in de Regio Amersfoort zijn speciaalzaken die vooral gericht zijn op modisch en kleinschaligheid. De aanbieders in de branche 'boten' dienen primair als showroom, dienstverlener of werkplaats. Als aanvulling daarop worden doorgaans ook nog nautische producten verkocht. Bauhaus concurreert daardoor slechts in beperkte mate met deze gevestigde aanbieders.
- Desalniettemin is niet volledig uit te sluiten dat als gevolg van het nautisch assortiment van Bauhaus veranderingen in de koopstromen zullen plaatsvinden. Bestaande aanbieders die relatief veel overlap in assortiment hebben met Bauhaus kunnen wellicht enige concurrentie ondervinden. Hoofdzakelijk gaat het hierbij om vestigingen die door hun locatie buiten winkelcentra geen onderdeel uitmaken van de hoofddetailhandelsstructuur. Indien er als gevolg van het nautisch assortiment van Bauhaus onverhoopt toch een zaak verdwijnt, zal dit niet leiden tot onaanvaardbare leegstand. Het gaat immers vooral om verspreide bewinkeling. De consumentenverzorging en de-

tailhandelsstructuur blijft bovendien gewaarborgd, omdat er met Bauhaus een nieuwe en unieke aanbieder bij is gekomen. Er blijven voor de consument in de Regio Amersfoort genoeg keuzemogelijkheden over op het gebied van boten en watersport.

3.6 Tot slot

- Geconcludeerd wordt dat de vestiging van Bauhaus op bedrijventerrein Vathorst positief is voor de positie en het perspectief van dit winkelgebied en de regionaalverzorgende functie van de gemeente Amersfoort. Per saldo zal de consumentenverzorging op het gebied van doe-het-zelf- en tuinartikelen er ook op vooruit gaan. In kwalitatieve zin is er daarmee sprake van een toegevoegde waarde.
- In kwantitatief opzicht voorziet het initiatief voor een groot deel de kwantitatieve behoefte. De effecten zullen zich spreiden over een groot gebied met veel aanbieders, waardoor de gevolgen hiervan voor de consumentenverzorging en de leefomgeving gering zijn. Bovendien is het aanbod hoofdzakelijk op verspreide locaties aanwezig. Dit betekent dat als er onverhoopt een aanbieder verdwijnt de effecten op leegstand niet onaanvaardbaar zijn.
- Ten aanzien van het nautisch aanbod zijn specifiek ook geen negatieve effecten te verwachten. De meeste winkels die eveneens een nautisch assortiment voeren hebben een andere functie in de structuur dan Bauhaus. Het aanbod in de nautische branches is in de Regio Amersfoort bovendien beperkt. Per saldo nemen de keuzemogelijkheden toe, wat een positief effect heeft op de consumentenverzorging. Van onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur, dan wel de leegstand, is geen sprake.

4. DIENSTENRICHTLIJN

4.1 Inleiding

Met de uitspraak inzake het bestemmingsplan 'Stad Appingedam' is duidelijk geworden dat detailhandel en ruimtelijke voorschriften – nader eisen voor het vestigen van detailhandel - onder de Dienstenrichtlijn vallen. Het betreft immers eisen die de toegang tot of het uitoefenen van een dienstenactiviteit reguleren, zoals een brancheringsregeling en/of een regeling over oppervlaktecriteria ten aanzien van detailhandel.

Voor het stellen van eisen voor het vestigen van detailhandel kent de Dienstenrichtlijn twee verschillende regimes.

1. Het eerste regime is neergelegd in artikel 14, aanhef en onder 5 Dienstenrichtlijn. Elke eis die een beperking inhoudt en waarmee uitsluitend economische doelen worden nagestreefd, is simpelweg verboden. Uit jurisprudentie blijkt dat het verbod van artikel 14 Dienstenrichtlijn niet geldt, indien in de onderbouwing en de motivering van de brancheringsregeling wordt gewezen op ruimtelijke belangen die daaraan ten grondslag hebben gelegen of indien wordt toegelicht dat aan de regeling geen economische doelen ten grondslag liggen. Gelet op artikel 1.1.2 Bro geldt in het Nederlandse ruimtelijke ordeningsrecht echter al de voorwaarde dat met ruimtelijke voorschriften geen economische doelen kunnen worden nagestreefd. Er moeten derhalve ruimtelijke motieven aanwezig zijn. Hiermee is dit binnen het Nederlandse recht al geregeld.
2. Relevanter is het tweede in de Dienstenrichtlijn opgenomen regime, dat is neergelegd in artikel 15 lid 3. Die bepaling luidt als volgt: 'De lidstaten controleren of de in lid 2 bedoelde eisen aan de volgende voorwaarden voldoen:
 - a. **Discriminatieverbod:** de eisen maken geen direct of indirect onderscheid naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel.
 - b. **Noodzakelijkheid:** de eisen zijn gerechtvaardigd om een dwingende reden van algemeen belang.
 - c. **Evenredigheid:** de eisen moeten geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken; zij gaan niet verder dan nodig is om dat doel te bereiken en dat doel kan niet met andere, minder beperkende maatregelen worden bereikt.'

4.2 Relatie planinitiatief

Het initiatief voorziet in een functieverbreiding binnen bestaande planologische ruimte via een afwijking/bevoegdheid. Dit betekent dat bij het verlenen van een vergunning aangetoond moet worden dat geen sprake is van evidente strijd met de eisen van de Dienstenrichtlijn. Op basis hiervan geldt het volgende.

- Er wordt in geen enkele mate onderscheid gemaakt naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel. Hierdoor wordt voldaan aan het discriminatieverbod.

- Het binnen detailhandel beperken tot uitsluitend een grootschalige bouw-/tuinmarkt met bijbehorende maximale maten binnen specifieke branches is ingegeven vanuit diverse dwingende redenen van algemeen belang. Dit is een uitwerking van de verschillende beleidskaders waar primair wordt ingezet op het behoud van de vitaliteit van en complementariteit met reguliere winkelgebieden. Ook worden beperkingen in de periferie opgelegd ten gunste van de leefbaarheid en het voorkomen van leegstand. Hierdoor worden uitsluitend winkels buiten centra toegestaan die vanwege aard en omvang niet inpasbaar zijn in reguliere centra.
- Het bestemmingsplan en de te verlenen vergunning is evident evenredig. De gemeente Amersfoort, de regio en de provincie Utrecht hanteren alleen een coherent en systematisch beleid waarbij alleen onder strenge voorwaarden uitzonderingen voor vestigingen buiten centra worden mogelijk gemaakt. Voor het initiatief is dit ook het geval, waardoor specifieke beperkingen moeten worden opgelegd.
- De beperkingen die worden opgelegd zijn onderdeel van een breder pakket aan maatregelen en dragen zinnig bij aan de algemene doelen. Indien geen beperkingen worden opgelegd, kan niet worden uitgesloten dat reguliere vormen van detailhandel zich vestigen, wat negatieve effecten kan hebben voor de reguliere centra (die vanuit het algemeen belang worden beschermd).
- Het opleggen van juridische beperkingen is bovendien het enige juiste en afdwingbare middel om de algemene doelen te bereiken. Er zijn dus geen andere mindere beperkende maatregelen mogelijk die hetzelfde doel bereiken.

4.3 Conclusie

Er bestaat geen aanleiding om aan te nemen dat het planinitiatief niet past binnen de criteria van de Dienstenrichtlijn. Er wordt voldaan aan het discriminatieverbod, de noodzakelijkheid en de evenredigheid. Benadrukt moet worden dat het initiatief onderdeel is van een breder pakket aan maatregelen die evident zinvol bijdragen om de leegstand in centra te voorkomen en een duurzame detailhandelsstructuur nastreven.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

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

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse artikelen

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

Bestedingspotentieel

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

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

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

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Bijlage 2: Assortimentslijst Bauhaus Amersfoort

De navolgende artikelgroepen zullen worden opgenomen in het assortiment van Bauhaus:

- Bouwelementen
- IJzerwaren
- Electro
- Verf / behang
- Tegels / Construction Chemicals / Materials
- Tuin
- Hout / kunststof
- Interieur artikelen / tapijt / lijmen
- Fietsen- en autotoebehoren
- Sanitair
- Gereedschappen en machines
- Nautische toebehoren

Bijlage 3: Beleidskader

Provinciaal beleid

Provinciale Ruimtelijke Structuurvisie 2013-2028 (actualisatie 2016)

In de Provinciale Ruimtelijke Structuurvisie (PRS) wordt het ruimtelijk beleid van de provincie Utrecht voor de periode tot 2028 beschreven. Het primaire doel van de PRS is de provincie aantrekkelijk houden om te wonen, werken en recreëren. De PRS is opgesteld in lijn met de door de regio's opgestelde visie (Strategie Utrecht2040). Het ruimtelijk beleid van de provincie Utrecht richt zich op drie pijlers:

- een duurzame leefomgeving;
- vitale dorpen en steden;
- landelijk gebied met kwaliteit.

Beleid retailstructuur

Een goede retailstructuur is van belang voor een vitale economie, het bieden van kwalitatieve en voldoende vestigingslocaties voor het bedrijfsleven, en uit oogpunt van leefbaarheid: de nabijheid en bereikbaarheid van winkelveorzieningen. Teneinde de bestaande winkelgebieden te behouden en versterken, zet de provincie in op het concentreren van nieuwe ontwikkelingen. Ruimtelijke plannen met detailhandel buiten de bestaande winkelgebieden staat de provincie in beginsel niet toe, tenzij sprake is van:

- aantoonbare behoefte als gevolg van een grootschalige stedelijke ontwikkeling;
- brand- of explosiegevaarlijke detailhandel op bedrijventerreinen;
- er een aantoonbaar tekort is aan perifere vestigingsmogelijkheden voor volumineuze detailhandel en er in regionaal verband geen alternatieve vestigingsmogelijkheden zijn;
- verplaatsing van volumineuze detailhandel die vanuit het oogpunt van hinder, veiligheid, verkeersaantrekkende werking of economisch functioneren noodzakelijk is;
- verplaatsing of uitbreiding in aansluiting op het 'bestaand winkelgebied' indien dit noodzakelijk is voor het economisch of maatschappelijk functioneren van dat winkelgebied.

Om te voorkomen dat ongewenste vestiging van detailhandel buiten bestaande winkelgebieden plaatsvindt, wil de provincie bestaande vestigingsmogelijkheden in nieuwe, dus ook conserverende, ruimtelijke plannen beperken. De ontwikkeling van detailhandel buiten de rode contouren (anders dan de verkoop van eigen producten als nevenfunctie op een agrarisch bedrijf) worden niet toegestaan.

Artikel 4.4 Detailhandel (provinciale verordening)

1. Als 'Detailhandel buiten bestaand winkelgebied' wordt aangewezen het gebied waarvan de geometrische plaatsbepaling is vastgelegd in het GML-bestand en is verbeeld op de kaart Wonen en werken.
2. Een ruimtelijk besluit voor gronden die zijn aangewezen als 'Detailhandel buiten bestaand winkelgebied' bevat geen nieuwe bestemmingen en regels die voorzien in nieuwvestiging of uitbreiding van detailhandel dan wel het wijzigen van brancheringsregels voor detailhandel, tenzij:

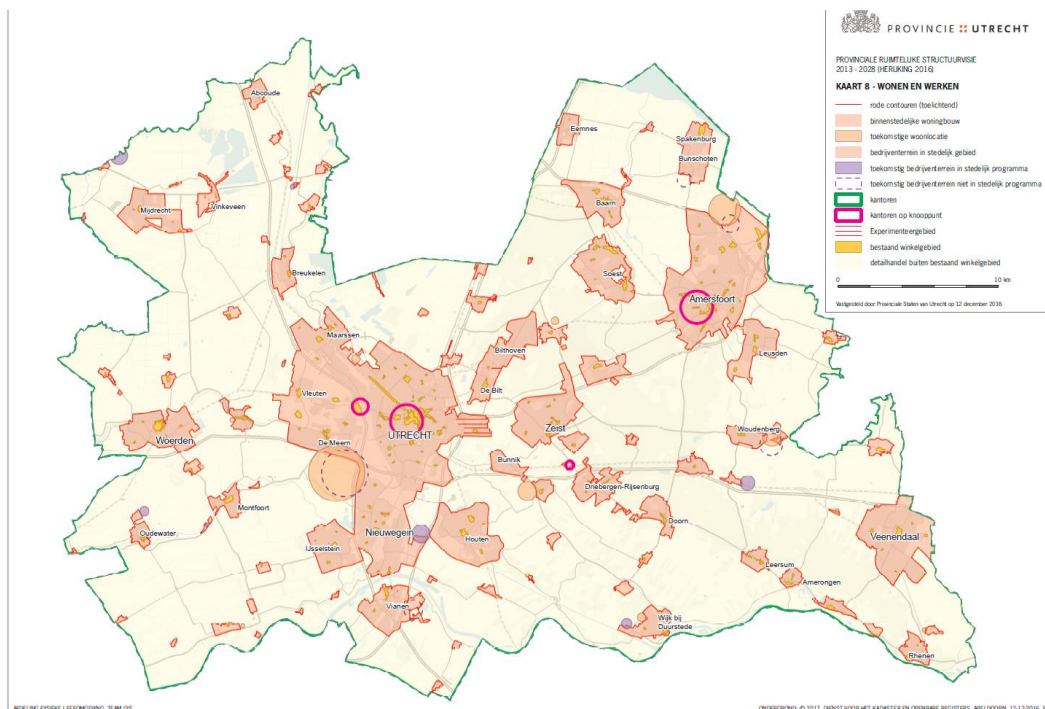
- a) het gaat om detailhandel waaraan een aantoonbare behoefte bestaat als gevolg van een in een ruimtelijk besluit vastgestelde grootschalige toevoeging van woningen of andere stedelijke ontwikkeling, of,
 - b) het gaat om brand- of explosiegevaarlijke detailhandel op bedrijventerreinen,
 - c) het gaat om nieuwvestiging of uitbreiding van volumineuze detailhandel indien daarvoor aantoonbare behoefte bestaat en in vigerende ruimtelijke besluiten geen planologische ruimte voor volumineuze detailhandel aanwezig is, of
 - d) het gaat om oppervlakte neutrale verplaatsing van volumineuze detailhandel die noodzakelijk is vanuit het oogpunt van hinder, veiligheid, verkeersaantrekkende werking of het economisch functioneren van het gebied en onder de voorwaarde dat de bouwvlakken van de te verplaatsen detailhandel een andere bestemming krijgen, of
 - e) het gaat om verplaatsing of uitbreiding van detailhandel in aansluiting op het gebied 'Bestaand winkelgebied' indien dit noodzakelijk is voor het economisch of maatschappelijk functioneren van het bestaande winkelgebied.
3. Een ruimtelijk besluit voor gronden die zijn aangewezen als 'Detailhandel buiten bestaand winkelgebied' bevat bestemmingen en regels die voorzien in een bestemmingswijziging van bestaande detailhandelsbestemmingen naar andere functies indien:
 - a) de bestemming detailhandel nog niet is gerealiseerd, en
 - b) er nog geen op bouwvergunning op grond van de Woningwet of omgevingsvergunning op grond van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht is aangevraagd, en
 - c) er geen zicht is op realisatie van de bestemming binnen de planperiode.
 4. De toelichting op een ruimtelijk besluit voor gronden die zijn aangewezen als 'Detailhandel buiten bestaand winkelgebied' bevat een ruimtelijke onderbouwing waaruit blijkt dat aan de genoemde voorwaarden is voldaan.
 5. Gedeputeerde Staten kunnen de grenzen van gronden die zijn aangewezen als 'Bestaand winkelgebied' wijzigen.

Interim Omgevingsverordening (maart 2021)

Op 10 maart 2021 hebben Provinciale Staten de Omgevingsvisie en Interim Omgevingsverordening vastgesteld. De opzet voor functies richting zich op het onderscheid tussen Stedelijk gebied en Landelijk gebied. Dit volgt daarmee de lijn van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Voor detailhandel is specifiek Artikel 9.18 Instructieregel detailhandel relevant.

1. Detailhandel bestaat uit Detailhandel buiten bestaand winkelgebied en Bestaand winkelgebied.
2. Een bestemmingsplan dat betrekking heeft op locaties binnen Detailhandel buiten bestaand winkelgebied bevat geen regels die voorzien in nieuwvestiging of uitbreiding van detailhandel dan wel het wijzigen van brancheringsregels voor detailhandel, tenzij:
 - a. het gaat om detailhandel waaraan een aantoonbare behoefte bestaat als gevolg van een wijziging van een bestemmingsplan dat voorziet in grootschalige toevoeging van woningen of andere stedelijke ontwikkeling;
 - b. het gaat om brand- of explosiegevaarlijke detailhandel op bedrijventerreinen;
 - c. het gaat om nieuwvestiging of uitbreiding van volumineuze detailhandel indien daarvoor aantoonbare behoefte bestaat en in de regio geen mogelijkheden voor volumineuze detailhandel aanwezig is;

- d. het gaat om oppervlakteneutrale verplaatsing van volumineuze detailhandel die noodzakelijk is vanuit het oogpunt van hinder, veiligheid, verkeersaantrekkende werking of het maatschappelijk functioneren van het gebied en onder de voorwaarde dat de bouwvlakken van de te verplaatsen detailhandel een andere bestemming krijgen;
 - e. het gaat om verplaatsing of uitbreiding van detailhandel in aansluiting op het gebied Bestaand winkelgebied indien dit noodzakelijk is voor het maatschappelijk functioneren van het bestaande winkelgebied;
 - f. het gaat om kleinschalige ondergeschikte detailhandel op locaties binnen Bovenlokaal dagrecreatieterrein ten behoeve van de recreatieve functies op het bovenlokaal dagrecreatieterrein; of
 - g. het gaat om detailhandel die qua aard en omvang vergelijkbaar is met detailhandel hiervoor genoemd onder a t/m f of waarvan aard en omvang geen negatieve gevolgen hebben voor detailhandel op locaties binnen Bestaand winkelgebied.
3. Een bestemmingsplan dat betrekking heeft op locaties binnen Detailhandel buiten bestaand winkelgebied bevat regels die voorzien in een functiewijziging van bestaande detailhandelsbestemmingen naar andere functies indien:
- a. nog geen vergunning is aangevraagd; en
 - b. er geen zicht is op realisatie van de functie binnen 10 jaar.
4. De motivering van een bestemmingsplan bevat een onderbouwing waaruit blijkt dat aan de genoemde voorwaarden is voldaan



Retailvisie provincie Utrecht (2018)

In de Provinciale Retailvisie wordt een beeld geschetst van de detailhandelsstructuur in de provincie Utrecht, de knelpunten en de rol van de provincie. Het uitgangspunt van de visie is een integrale aanpak van de knelpunten in de stads- en dorpscentra, waarbij de nadruk ligt op de ontwikkelingen in de detailhandel. Het provinciale beleid is gericht op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur met voldoende ruimte voor ondernemerschap en een adequaat niveau van voorzieningen voor de Utrechtse bevolking.

Beleidsopgaven

Met de afnemende winkelfunctie in niet-dagelijkse goederen in veel centra, dreigt het bezoekersaantal af te nemen. Om centrumgebieden relevant te houden voor (toekomstige) inwoners, bezoekers en ondernemers is het van groot belang om ze aantrekkelijk en vitaal te houden. Dit neemt een aantal opgaven met zich mee:

- Anticiperen op de afnemende winkelfunctie voor niet-dagelijkse goederen. De provincie staat buiten de bestaande winkelstructuur in principe geen nieuwe uitbreidingen toe.
- Gelijk speelveld. De provincie faciliteert vooral nieuwe ontwikkelingen in de bestaande centra. Hierbij is het belangrijk nieuwe winkelvoorzieningen buiten de bestaande winkelgebieden af te remmen.
- Buiten de afgebakende centra zijn in beginsel geen mogelijkheden voor nieuwvestiging of uitbreiding van detailhandel toegestaan. Er zijn in de PRV enkele uitzonderingen mogelijk:
 - Behoeft voor detailhandel als gevolg van grootschalige stedelijke ontwikkelingen;
 - Detailhandel in brand- of explosiegevaarlijke stoffen;

- Noodzakelijke oppervlakte neutrale verplaatsing van volumineuze detailhandel vanuit oogpunt van hinder, veiligheid of economisch functioneren onder voorwaarde dat de bouwvlakken na verplaatsing een andere bestemming krijgen;
- Nieuwvestiging van volumineuze detailhandel als daar aantoonbare behoefte en geen planologische ruimte voor is;
- Verplaatsing/uitbreiding van detailhandel in aansluiting op het bestaand winkelgebied als dit noodzakelijk is voor het economisch of maatschappelijk functioneren van het bestaande winkelgebied.
- Vestiging van perifere, grootschalige detailhandel is uitsluitend toegestaan van winkels die vanwege aard en omvang en het gevoerde assortiment moeilijk inpasbaar zijn in centrumgebieden zoals bouwmarkten en tuincentra.

Regionaal beleid

Samen naar een sterk regionaal winkellandschap

In het najaar van 2013 is door de Raad voor Economische Ontwikkeling (REO) van de Regio Amersfoort een notitie opgesteld 'Samen naar een sterk regionaal winkellandschap'. Uitgangspunt van de notitie is aansluiten bij kansen die ondernemers in de detailhandel zelf zien. Naast ondernemers hebben ook overheden belang bij een florerende detailhandel. Afgezien van de lokale werkgelegenheid draagt dit namelijk bij aan een optimaal lokaal en regionaal voorzieningenniveau, waardoor de regio aantrekkelijk blijft om in te wonen en te werken. Lokale en regionale overheden hebben daarom een rol om optimale randvoorwaarden voor ondernemers te scheppen door hen in regelgeving of beleid te faciliteren.

Doelen van de notitie zijn:

- Voor de individuele ondernemer; door samenwerking meer consumenten naar de regio trekken, behoud van bestaande consumenten, verhoging van de omzet.
- Voor de individuele gemeente; Aantrekkelijke centra, wijkcentra en buitenwijken met een hoog voorzieningenniveau als gevolg van florerende winkelgebieden, behoud van werkgelegenheid, prettig woon- en leefklimaat.
- Voor de regio Amersfoort; een blijvend aantrekkelijke regio om in te wonen, werken, recreëren.
- Voor de stichting Citymarketing regio Amersfoort; toename van de bekendheid van de regio Amersfoort, toename van het aantal bezoekers t.a.v. zakelijk en particulier toerisme
- Voor de consument; een aantrekkelijke(r) regio met een gevarieerd en complementair winkelaanbod gecombineerd met een ruim aanbod aan toeristisch recreatieve mogelijkheden.

In de notitie wordt aangegeven dat de regiogemeenten gezamenlijk een detailhandelsvisie op zouden moeten stellen waarin belangrijke keuzes ten aanzien van de ontwikkelingen in de detailhandel in de regio worden gemaakt.

Regionale Ruimtelijke Visie Regio Amersfoort

In dit beleidskader voor de Regio Amersfoort is de grootschalige concentratie Vathorst opgenomen als perifere retaillocatie als onderdeel van de hoofddetailhandelsstructuur. Detailhandelsontwikkelingen zijn hier niet uitgesloten, mits er complementariteit bestaat met de reguliere centra. De toevoeging van

Bauhaus zet in op het versterken van een tot de hoofdstructuur behorend winkelgebied. Bovendien is de ontwikkeling complementair aan de reguliere centra, omdat doe-het-zelf- en tuinartikelen geen primaire dragers zijn voor reguliere centra. Hier staat het boodschappen doen en recreatief winkelen centraal.

Actualisering PDV-beleid Regio Foodvalley 2020-2025 (september 2020)

Het initiatief vindt plaats in de gemeente Amersfoort. Deze gemeente is geen onderdeel van de Regio Foodvalley. Enkele gemeenten uit het primaire verzorgingsgebied van Bauhaus Amersfoort zijn echter wel onderdeel van de Regio Foodvalley (gemeenten Barneveld en Nijkerk). Aangezien er in de zienswijze een reactie is ingediend namens deze regio, is gekozen het specifieke PDV-beleid van deze regio toch te toetsen in het licht van mogelijke (leegstands)effecten in Barneveld en Nijkerk. Het volgende is hierbij relevant.

- Het PDV-beleid is terughoudend ten aanzien van het faciliteren van nieuwe perifere detailhandel. De focus ligt op concentratie binnen één van de acht PDV-locaties in deze regio. In relatie tot het planinitiatief van Bauhaus Amersfoort zijn vooral de concentratiegebieden Barneveld De Briellaerd en Scherpenzeelseweg (inclusief plan), Barneveld De Valk en Nijkerk Watergoorweg* relevant.

Barneveld De Briellaerd en Scherpenzeelseweg (inclusief plan)



Barneveld De Valk



Nijkerk Watergoorweg*



-  huidig PDV-concentratiegebied
-  PDV concentratie 2019 e.v.
-  voorkeurslocatie zone

- Beleidsmatig wordt voor de locatie Barneveld De Briellaerd en Barneveld De Valk aangegeven dat ze dusdanig ruim zijn afgebakend dat binnen die gebieden ruimtelijke sturing noodzakelijk is: de perifere detailhandelsvestigingen moeten binnen deze perifere locaties bij voorkeur zo veel mogelijk worden geconcentreerd, bij voorkeur op de zichtlocaties en bij de entrees.
- Voor Nijkerk geeft het beleid het volgende aan. Het PDV-concentratiegebied Nijkerk Watergoorweg heeft op dit moment juist een ruimtegebrek. Om ruimtelijke sturing vorm te geven is dit PDV-concentratiegebied anno 2019 vergroot, met daarbinnen een voorkeurslocatie-zone. Er vindt concentratie plaats rondom de as Watergoorweg. Deze afbakening is gekozen op basis van de ligging nabij andere perifere detailhandelsvestigingen, een goede bereikbaarheid, parkeergelegenheid, geschikte panden en zichtbaarheid. Het doel is om het aanbod aan perifere detailhandelsbedrijven in de voorkeurslocatie-zone te concentreren, in plaats van de versnippering die de afgelopen jaren is ontstaan: het concentratiegebied in Nijkerk was te klein waardoor er veel gebruik is gemaakt van de standaard afwijkingsmogelijkheid in alle bestemmingsplannen. De verruiming van het huidige PDV-concentratiegebied vergroot nu de kans om in te spelen op de gewenste dynamiek in de PDV. Hiermee wordt gekomen tot de gewenste concentratie binnen de voorkeurslocatie-zone van het PDV-concentratiegebied.
- Gemeenten hebben zich uitgesproken om de harde plancapaciteit in de regio terug te dringen via het creëren van voorzienbaarheid en juridische sanering van overtollige en blijvend onbenutte detailhandelsmeters. Dit blijkt uit de volgende zin: *“Er wordt geadviseerd dat de acht gemeenten zich samen actief inzetten op voorzienbaarheid om plancapaciteit te saneren. Dit betekent dat, indien mogelijk, de bestemmingen eraf worden gehaald als de locaties verspreid liggen, niet nodig zijn (onbenut blijven) of gedoogd worden bij een andere invulling of bij leegstand.”*
- Het beleid van de regio Foodvalley volgt in feite de lijn van de provincies Utrecht en Gelderland ten aanzien van nieuwvestigingen. Idealiter moet dit plaatsvinden binnen de concentratiegebieden voor PDV (of reguliere centra) en alleen onder bepaalde voorwaarden kan vestiging buiten de winkelgebieden plaatsvinden.

Lokaal beleid

Amersfoort, Stad om in te winkelen

Het vigerende gemeentelijke detailhandelsbeleid is opgenomen in de Nota Detailhandel 2014 ‘Amersfoort, Stad om in te winkelen’. De ambitie van het detailhandelsbeleid is als volgt: *‘Het voorzieningsniveau is aantrekkelijk voor inwoners en bezoekers en heeft een hoge kwaliteit. Om dat te bereiken en een sterke centrumfunctie in de regio te behouden moet er voldoende ruimte zijn voor marktdynamiek, waarmee de detailhandel optimaal kan voorzien in alle drie de typen vormen van winkelen; recreatief winkelen, dagelijkse boodschappen en doelgericht winkelen’.*

De detailhandelsstructuur van Amersfoort bestaat uit het kernwinkelgebied, de wijkwinkelcentra en de winkels op perifere locaties. Met deze drie typen winkelgebieden heeft de gemeente, aldus de nota, een compleet detailhandelsaanbod, dat ook regionale aantrekkingskracht heeft. Het kernwinkelgebied is er voor het recreatieve winkelen, de wijkwinkelcentra in hoofdzaak voor het doen van de dagelijkse aankopen (boodschappen) en in de periferie vinden we de aanvullende winkels die doelgericht en minder vaak worden bezocht. De ambitie is om deze detailhandelsstructuur vitaal te houden en te versterken, waarbij de verschillende winkelgebieden grotendeels complementair zijn. De ge-

meente zoekt naar een balans tussen de drie typen winkelgebieden, zodat de consumenten een optimaal voorzieningsniveau hebben en er weinig koopkrachtafvloeiing plaatsvindt.

De gemeente Amersfoort wil de perifere detailhandel zoveel mogelijk clusteren om ze de bedrijven te laten profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. Clustering kan, aldus de nota, resulteren in meer bezoekers en zal het aantal verkeersbewegingen beperken. Ten aanzien van bedrijventerrein Vathorst stelt de gemeente het volgende: *“Nieuwe winkels in branches die passen bij het consumentengedrag laagfrequent een doelgericht zijn toegestaan op de bedrijventerreinen Vathorst (inclusief ten westen van de Bergpas) en Isselt. Hier zijn al clusters aanwezig die we de mogelijkheid willen geven om zich te versterken.”*. Een vestiging van Bauhaus op de beoogde locatie nabij Ikea past daarmee binnen het gemeentelijke detailhandelsbeleid.

In hoofdstuk 7 van de gemeentelijke detailhandelsnota is een toetsingskader opgenomen. Voor de bedrijventerreinen Vathorst en Isselt geldt het volgende: *“Nieuwe winkels die doelgericht en laagfrequent worden bezocht, zijn toegestaan op de bedrijventerreinen Vathorst (inclusief ten westen van Bergpas), en Isselt. Deze gebieden hebben een functie in de detailhandelsstructuur door branches te faciliteren die zich richten op doelgerichte en laagfrequente aankopen. Dat houdt in dat winkels in alle branches zich hier mogen vestigen afgezien van winkels in de branches dagelijks, ontspanning en mode/luxe.”* Het planinitiatief van Bauhaus past daarmee ook binnen het gestelde toetsingskader van de gemeente.

In het toetsingskader van de Nota Detailhandel van de gemeente Amersfoort wordt ook iets genoemd over de mogelijkheid van een ondergeschikt nevenassortiment: Voor winkels in de periferie is het toegestaan om ondergeschikt nevenassortiment uit de branches ‘dagelijks’, ‘mode/luxe’ en ‘ontspanning’ te voeren. Bij nieuwe gevallen mag het onderschikt nevenassortiment maximaal 10% van de bruto-vloeroppervlakte innemen. Daarnaast hanteren we als richtlijn een maximaal bruto-vloeroppervlak van 250 m². Dit is relevant voor grotere winkels (groter dan 2.500 m²). Reeds bestaande gevallen worden getoetst aan het bestemmingsplan of vergunning.

Plannen en initiatieven

Na een inventarisatie (media, telefonisch) zijn de volgende belangrijke plannen in initiatieven in de branches tuincentra en bouwmarkten bij ons bekend:

- In Zwolle heeft Hornbach zich gevestigd aan de Katwolderweg. Het betreft een grootschalige bouw- en tuinmarkt met drive-in. De totale omvang is maximaal 13.200 m² vwo.
- Hornbach is voornemens zich te vestigen op De Voorwaarts te Apeldoorn op de locatie van de Americahal. De vestiging zal ongeveer 16.000 m² vwo bedragen en zal beschikken over een tuincentrum. Het bestemmingsplan is inmiddels onherroepelijk.
- Ter hoogte van De Wel te Hoevelaken zal binnenkort een nieuwe Hubo-vestiging vestigen van circa 1.000 m².
- Intratuin is momenteel in heel Nederland actief bezig de tuincentra te vergroten en te vernieuwen. Zo heeft Intratuin het voornemen om de winkel in Barneveld uit te breiden.

- In Utrecht opent in april het tuincentrum Stek aan de Gageldijk. De ambitie is om op langere termijn de locatie te herontwikkelen. Het tuincentrum beschikt onder andere over een outlet voor tuinmeubilair, plantencentrum, mini-tuincentrum en gereedschap.
- De Eurofleur in Leusden heeft al jaren plannen om het tuincentrum verder te moderniseren.

Bijlage 4: Harde plancapaciteit

Plancapaciteit conform Retailvisie Provincie Utrecht

Op basis van de Retailvisie provincie Utrecht wordt de totale plancapaciteit op bedrijventerreinen (nog niet benutte, maar wel planologisch mogelijke detailhandel) geschat op ruim 8 mln. m², waarvan 850.000 m² op onbebouwde gronden. Uit dit beleid blijkt niet waar deze gronden zich precies bevinden en welk aandeel hiervan zich bevindt binnen het verzorgingsgebied van Bauhaus Amersfoort. Hoewel het beleid terughoudend is ten aanzien van nieuwe perifere detailhandelsontwikkelingen, worden uitzonderingen benoemd, met name voor bouwmarkten en tuincentra. Bovendien wordt beleidsmatig ingezet op het terugdringen van deze harde plancapaciteit op bedrijventerreinen. Zo is uitgesproken op pagina 31: “*pilots te starten om samen met gemeenten bestemmingsplancapaciteit in beeld te brengen en terug te brengen*”. Zowel beleidsmatig als praktisch is het onrealistisch dat deze volledige 8 mln. m² of 850.000 m² wordt ingevuld met doe-het-zelf- of tuincentrumaanbod. Het is echter niet uit te sluiten dat enkele kavels/leegstand wordt ingevuld met doe-het-zelfaanbieders of tuincentra.

Plancapaciteit conform PDV-beleid Foodvalley (Barneveld en Nijkerk)

Barneveld De Briellaerd

- Op basis van het vigerende bestemmingsplan De Burgt – Veller e.o. (2013) bestaat harde plancapaciteit op bedrijventerrein De Briellard voor volumineuze detailhandel. In dit bestemmingsplan is de volgende definitie voor Detailhandel volumineus opgenomen: “*detailhandel die vanwege de omvang van de gevoerde artikelen een grote oppervlakte nodig heeft voor de uitstalling, zoals de verkoop van auto's, boten, caravans, meubels, tuininrichtingsartikelen, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair*”. Conform deze begripsdefinitie is het maar de vraag of bouwmarkten überhaupt zijn toegestaan, aangezien meer wordt verkocht dan grove bouwmaterialen en sanitair. Desalniettemin gaan we gemakshalve uit van de mogelijkheid voor een bouwmarkt of tuincentrum. Kleinschalige doe-het-zelfaanbod is hier waarschijnlijk niet toegestaan, omdat de aard van de artikelen vaak niet volumineus is. Het is wel feitelijk aanwezig.
- De locaties op het bedrijventerrein zijn momenteel volledig benut met diverse functies, waaronder diverse winkels. Het is niet te verwachten dat bestaande winkels of bedrijven verdwijnen en worden ingevuld met een bouwmarkt of tuincentrum. In Barneveld is het aanbod bouwmarkten en tuincentra immers sterk bovengemiddeld, waardoor de marktkansen klein zijn. Ook vanuit de ruimtelijke situatie is de kans klein dat een moderne bouwmarkt of tuincentrum wordt ingepast.
- Er is binnen het concentratiegebied sprake van beperkte leegstaand in de vorm van twee units van ieder 360 m² vwo. Vanwege de kleinschalige aard en omvang van deze panden is het niet te verwachten dat hierin een bouwmarkt of tuincentrum komt.

Barneveld De Valk

- Op basis van het vigerende bestemmingsplan Barneveld Zuid-Oost (2018) en Barneveld Centrum 2018 (2019) bestaat harde plancapaciteit op bedrijventerrein De Valk voor specifieke vormen van volumineuze detailhandel. Op dit bedrijventerrein zijn momenteel ook diverse doe-het-zelfaanbieders en tuincentra gevestigd.
- Ook op dit bedrijventerrein grotendeels sprake van reeds in gebruik zijnde gronden. Het is niet de verwachting dat op dit bedrijventerrein een nieuwe bouwmarkt of tuincentrum vestigt. Wel dient te

worden opgemerkt dat aan Voltastraat 21 een pand leeg staat van 1.237 m² wvo. Hoewel dit pand relatief kleinschalig is, dit gezien vanuit de bereikbaarheid en context van de concurrentie geen realistische optie is voor een bouwmarkt of tuincentrum, kan dit niet volledig worden uitgesloten.

Nijkerk Watergoorweg

- Op basis van het vigerende bestemmingsplan is er sprake van enige harde plancapaciteit voor doe-het-zelf- en tuin. Binnen het plan is het grootste deel momenteel echter al benut en in gebruik. De kans dat er doe-het-zelf of tuin bij komt, wordt klein geacht.
- Er is momenteel geen (winkel)leegstand op Watergoorweg. Bovendien is het bedrijventerrein in gebruik. Ook op basis hiervan wordt de kans klein geacht dat er aanbod wordt toegevoegd.

Plan capaciteit gemeente Amersfoort

- De bestaande bouwmarkten in de gemeente Amersfoort hebben over het algemeen nog enige planologische ruimte. Deze ruimte wordt momenteel echter gebruikt om het parkeren op maaiveld mogelijk te maken. Het is onwaarschijnlijk dat de harde plancapaciteit volledig wordt benut met winkelruimte, omdat ook voldaan moet worden aan de parkeerbehoefte.
- Op basis hiervan wordt de bestaande harde plancapaciteit momenteel ruimtelijk al optimaal benut. De kans dat er enige winkelruimte wordt toegevoegd bij bestaande aanbieders is klein, maar niet volledig uit te sluiten. Het enige alternatief is dat bouwmarkten beperkt uitbreiden en dan het parkeren op het dak faciliteren. Dit is echter relatief ongebruikelijk en vaak kostentechnisch duur.
- Het is niet uit te sluiten dat er binnen Amersfoort wellicht bestaande leegstand wordt heringevoerd met doe-het-zelfaanbod. De kans hierop wordt echter klein geacht, omdat met de komst van Bauhaus, het aanbod verzadigd is. De kans dat concurrenten betreden is klein maar niet volledig uit te sluiten. De oude KlusWijs-locatie is wellicht een alternatief.

Plan capaciteit overige gemeenten verzorgingsgebied

- Bekend is dat Hubo zich gaat vestigen aan De Wel te Hoevelaken. Het betreft een bouwmarkt van circa 1.000 m² wvo. Deze bouwmarkt is nog niet in het aanbod opgenomen, omdat de winkel nog niet in de Locatus-data is meegenomen (en op moment van schrijven) nog niet open is.
- Het is niet bekend of er nog andere bouwmarkten of doe-het-zelfaanbieders gaan moderniseren of uitbreiden. De juridische onbenutte mogelijkheden zijn echter beperkt, waardoor de kans klein wordt geacht dat het doe-het-zelfaanbod fors zal toenemen.

Bijlage 5: Aanvullende distributieve berekeningen

Gemeente Amersfoort

Tabel B5.1: Marktbenadering doe-het-zelfbranche gemeente Amersfoort

	Huidig functioneren	2030
Aantal inwoners	157.276	172.360
Bestedingen per hoofd (€)	224	224
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	35,2	38,6
Koopkrachtbinding	98%	98%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	34,5	37,8
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	3%	17,5%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	1,1	8,0
Totale besteding (€ mln.)	35,6	45,9
Huidig aanbod (m² wvo)	22.083	22.083
Haalbaar aanbod (m² wvo)	21.960	28.315
Landelijk vijfjaarsgemiddelde (omzet per m² wvo)	1.621	1.621
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	0	6.200

