

Ruimtelijk-functionele effectenanalyse bouwmarkt en tuincentrum Zeeburgereiland

Gemeente Amsterdam



Ruimtelijk-functionele effectenanalyse bouwmarkt en tuincentrum Zeeburgereiland Gemeente Amsterdam

Rapportnummer:	203X01190.083092_6
Datum:	April 2015
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevrouw I. Lubrun
Projectteam BRO:	Nienke van Gerwen, Stefan van Aarle
Trefwoorden:	Amsterdam, Zeeburgereiland, bouwmarkt, tuincentrum, analyse, effecten, Ladder voor Duurzame Verstedelijking
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 6
Beknopte inhoud:	Op het Zeeburgereiland te Amsterdam is een bedrijvenstrook voorzien, waarvoor in de plannen rekening gehouden is met de vestiging van een bouwmarkt van 5.000 tot 6.000 m ² bvo. De markt toont eveneens interesse voor een tuincentrum. Voorliggende rapportage beschrijft de haalbaarheid van een bouwmarkt en/of tuincentrum. Er wordt stilgestaan bij de ruimtelijke en functionele effecten.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3
1.1 Achtergrond en vraagstelling	3
1.2 Locatie	3
1.3 Juridisch-planologisch kader	4
2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN	7
2.1 Conclusies	7
2.2 Overwegingen	8
2.3 Ten slotte	10
3. ONTWIKKELINGSKADERS	11
3.1 Aanbod doe-het-zelf	11
3.2 Aanbod tuincentra	14
3.3 Leegstand	14
3.4 Trends en ontwikkelingen	15
3.5 Beleidskaders	17
3.6 Plannen en initiatieven	21
3.7 Bevolkingsomvang en -ontwikkeling	21
4. DISTRIBUTIEVE UITBREIDINGSRUIMTE EN EFFECTEN	23
4.1 Uitgangspunten	23
4.2 Functioneren en uitbreidingsruimte	25
5. EFFECTEN	29
5.1 Effecten doe-het-zelf	29
5.2 Effecten tuincentrum	30
6. AANBEVELINGEN	31
BIJLAGE	
Bijlage 1: Overzicht kenmerken formules bouwmarkten en tuincentra	1

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en vraagstelling

Op het Zeeburgereiland te Amsterdam is een bedrijvenstrook voorzien, waarvoor in de plannen rekening gehouden is met de vestiging van een bouwmarkt van 5.000 tot 6.000 m² bvo. Regelmatig komt nu vanuit marktpartijen de vraag of en wanneer de gemeente overgaat tot ontwikkeling van deze bedrijvenstrook. Ook is interesse getoond voor de vestiging van een tuincentrum op deze locatie.

De gemeente Amsterdam ziet vanwege het reeds grote en nog fors groeiende draagvlak in Zeeburg potentie voor de vestiging van een bouwmarkt en/of tuincentrum op de bedrijvenstrook op het Zeeburgereiland. Middels een onderzoek wenst zij meer inzicht in de mogelijkheden voor en effecten van de vestiging van een bouwmarkt en/of tuincentrum op de betreffende locatie op het Zeeburgereiland. Ook vanuit de Regionale Commissie Winkelplanning (RCW) is gevraagd om een nadere onderbouwing.

BRO is gevraagd een ruimtelijk-functionele effectenanalyse van een bouwmarkt en/of tuincentrum op het Zeeburgereiland uit te voeren alsmede de onderbouwing hiervan in de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking'. Het voormalige stadsdeel Zeeburg¹ zal hiervoor als primair verzorgingsgebied gehanteerd worden. Wij hebben de volgende centrale vraagstelling geformuleerd:

- In hoeverre is er distributieve ruimte voor uitbreiding van het doe-het-zelf en tuincentrum aanbod in Zeeburg en omgeving?
- Wat zijn de effecten van het initiatief op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand in Zeeburg en omgeving?

1.2 Locatie

Het Zeeburgereiland wordt een nieuw stedelijk gebied met circa 5.000 tot 6.000 woningen, bedrijven en voorzieningen. Ruimtelijk vormt het eiland een belangrijke schakel tussen de binnenstad en IJburg. Het eiland is goed bereikbaar met het openbaar vervoer en ligt op een knooppunt van lokale en nationale autowegen (S114 en A10). Naar verwachting is de eerste fase met ca. 2.000 woningen over 4 tot 5 jaar gereed.

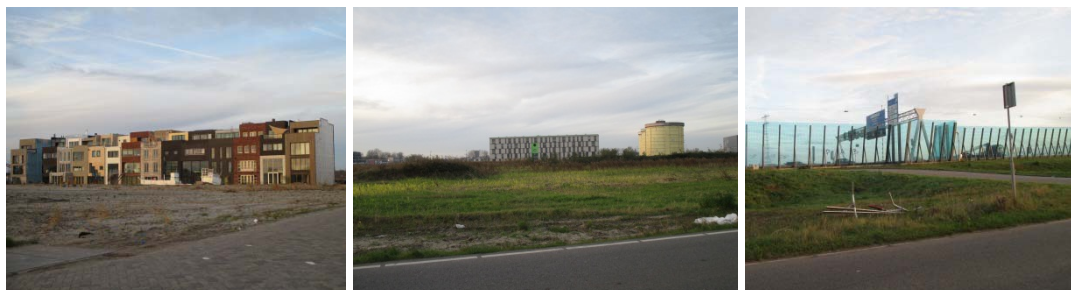
De volgende pagina toont een figuur waarop de ligging van Zeeburgereiland en de bedrijvenstrook is aangegeven, alsmede een impressie van de bedrijvenstrook.

¹ Zeeburg bestaat uit de volgende wijken: Indische buurt, Oostelijk havengebied, IJburg en Zeeburgereiland.

Figuur 1.1 Ligging 'planlocatie' Zeeburgereiland Amsterdam



Figuur 1.2 Impressie bedrijfstrook en omgeving



1.3 Juridisch-planologisch kader

Binnen de ruimtelijke ordening komt steeds meer de nadruk te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)). De Ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijkingbesluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. Wat er onder een nieuwe stedelijke ontwikkeling valt, is in art. 1.1.1 Bro bepaald: *"De ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen."*

Bij de toepassing van de Ladder dienen de volgende treden doorlopen te worden:

1. *Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.*
2. *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.*
3. *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.*

Actuele regionale behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt verder naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

Aandacht voor leegstand

Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand; kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder².

² ABRS 26 maart 2014 (ECLI:RVS:2014:1101), 18 september 2013 (201208105/1/R2), ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1)

Vernieuwing en marktruimte

In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit al in een uitspraak naar voren³.

³ VzABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6)

2. CONCLUSIES EN OVERWEGINGEN

2.1 Conclusies

Aanbod doe-het-zelf en tuincentra Amsterdam-Oost en Diemen

In Amsterdam-Oost zijn 8 doe-het-zelfwinkels aanwezig met een totale omvang van ca. 5.520 m² wvo. Er zijn 2 bouwmarkten aanwezig met een gezamenlijke winkelruimte van ca. 4.150 m² wvo. Deze kennen een relatief beperkte maatvoering. In Diemen zijn 2 doe-het-zelfwinkels gevestigd van in totaal ca. 3.920 m² wvo en één bouwmarkt van 3.775 m² wvo. De bouwmarkten kennen een goede spreiding. In Amsterdam-Oost en Diemen (ca. 150.000 inwoners) geldt dat het aanbod doe-het-zelf per hoofd van de bevolking behoorlijk lager uitkomt dan het landelijk gemiddelde. Landelijk gezien bedraagt het doe-het-zelfaanbod per 1.000 inwoners 155 m² wvo, in Amsterdam-Oost en Diemen gezamenlijk ligt dit op 65 m² wvo. Amsterdam-Oost beschikt verder over één tuincentrum van ca. 5.825 m² wvo, in Diemen is er geen tuincentrum aanwezig. Hiermee is ook het aanbod aan tuincentra per hoofd van de bevolking relatief laag (38 m² per 1.000 inwoners in Amsterdam-Oost en Diemen gezamenlijk ten opzichte van 100 m² wvo per 1.000 inwoners landelijk).

Functioneren en marktruimte

Uit de uitgevoerde berekeningen blijkt dat de doe-het-zelfzaken in Amsterdam-Oost en Diemen theoretisch bovengemiddeld functioneren. Uitgaande van de komst van een bouwmarkt en/of tuincentrum en de effecten daarvan op de koopstromen, is er in de 'regio' (Amsterdam-Oost en Diemen) een aanzienlijke uitbreidingsruimte voor doe-het-zelf aan te geven (ca. 9.100 m² wvo). Een deel van deze ruimte (circa twee derde) wordt reeds ingezet voor de transformatie van een groothandel naar een bouwmarkt op de locatie Spaklerweg. Voor tuincentra is een uitbreidingsruimte van ca. 8.500-9.350 m² wvo benaderd. Er is daarmee voldoende distributieve ruimte voor een modern tuincentrum op Zeeburgereiland. Kijken we naar de doe-het-zelf sector dan is er minder ruimte voorhanden. Daarom is het van belang om kritisch te kijken naar de omvang van het initiatief.

Effecten op de verzorgings- en detailhandelsstructuur

Gezien de marktruimte in de doe-het-zelfbranche zullen de effecten van de vestiging van een gemiddelde bouwmarkt op de beoogde locatie op het Zeeburgereiland voor de detailhandelsstructuur relatief beperkt zijn. Vooral de in de directe omgeving gevestigde bouwmarkten (Praxis en Gamma) zullen enige concurrentie ondervinden. Het is echter gezien de spreiding van de bouwmarkten en de berekende distributieve ruimte niet de verwachting dat de veranderde concurrentieverhoudingen tot het verdwijnen van zaken zal leiden.

Zou onverhoopt toch één van de bouwmarkten in Amsterdam-Oost of Diemen verdwijnen (bijvoorbeeld omdat het functioneren reeds matig is of omdat de winkel niet aansluit bij moderne omvangscriteria), doet dat geen afbreuk aan de consumentenverzorging, omdat er ook een nieuwe aanbieder bijkomt: de consument blijft de beschikking houden over even veel bouwmarktaanbieders. Als de consument bovendien middels zijn/haar bestedingen een voorkeur uitspreekt voor een nieuwe bouwmarkt boven bestaande aanbieders, dan is de nieuwe zaak klaarblijkelijk een aanwinst voor de structuur. In het licht van de algemene trends en ontwikkelingen is overigens, los van de vestiging van een bouwmarkt op Zeeburgereiland, een verdere krimp van het meer kleinschalige doe-het-zelf aanbod te verwachten.

Voor de tuinbranche geldt dat ook gezien de theoretische marktruimte er geen negatieve effecten op het aanwezige tuincentrum in Amsterdam-Oost of in de omgeving (de tuincentra in Amsterdam Nieuw-West, Zaandam) wordt verwacht: zij worden gezien hun relatief sterke uitgangspositie vanwege het beperkte tuincentrumaanbod in Amsterdam niet in hun bestaan bedreigd.

Verruiming keuzemogelijkheden en kwalitatieve versterking bouwmarktaanbod

Vestiging van een bouwmarkt en/of tuincentrum op het Zeeburgereiland draagt bij aan de verruiming van de keuzemogelijkheden voor de consument in Zeeburg en omgeving en aan een kwalitatieve en kwantitatieve versterking (moderne maat) van het bouwmarkt- en/of tuincentrumaanbod in Amsterdam-Oost.

2.2 Overwegingen

Ladder voor duurzame verstedelijking

Bij de vestiging van de bouwmarkt en of tuincentrum gaat het om een stedelijke ontwikkeling omdat het om een detailhandelsontwikkeling gaat (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen).

Eerste trede

Voor wat betreft de eerste trede moet op basis van onderhavige rapportage geconstateerd worden dat er op het punt van de doe-het-zelf en tuincentrumbranche theoretisch distributieve ruimte is aan te geven voor een uitbreiding van het winkelaanbod van een gemiddelde bouwmarkt en een modern tuincentrum. Het mogelijk maken van een nieuwe bouwmarkt en of tuincentrum voorziet daarmee in kwantitatieve zin in belangrijke mate in een actuele regionale behoefte. In kwalitatieve zin speelt het initiatief in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van doelgericht en thematisch aankopen doen (o.a. schaalvergroting, gemak, keuzemogelijkheden voor de consument). Ook omdat het autobezit in stedelijke gebieden beduidend lager is dan gemiddeld, wat betekent dat de consument sterker afhankelijk is van het aanbod in de omgeving, heeft vestiging van een bouwmarkt of tuincentrum op Zeeburgereiland positieve effecten op consumentenverzorging van inwoners van Zeeburgereiland en omgeving.

Tweede trede

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Gesteld kan worden dat een bouwmarkt en/of tuincentrum door haar omvang en benodigde parkeervoorzieningen een dusdanig ruimtebeslag kent dat een inpassing in bestaande reguliere winkelcentra niet mogelijk is of slechts tegen dusdanig hoge kosten dat er geen sprake kan zijn van een rendabele exploitatie. Dit is overigens een van de redenen dat bouwmarkten en tuincentra zich in Nederland al lang op perifere locaties mogen vestigen, meestal op bedrijventerreinen. Overigens is dit ook zo in het provinciale beleid opgenomen.

Desalniettemin is er een inventarisatie van de leegstand in Amsterdam-Oost en Diemen uitgevoerd. Volgens de meest recente Locatus-gegevens staat er in Amsterdam-Oost en Diemen één winkelpand groter dan 1.000 m² wvo leeg (de Sniep, Diemen). Op hetzelfde cluster is echter al een bouwmarkt gevestigd wat maakt dat het toevoegen van een bouwmarkt op deze locatie niet de gewenste positieve effecten op de consumentenverzorging heeft (spreiding, ofwel afstand tot bouwmarkt) en bovendien heeft het pand slechts een omvang van 2.880 m² wvo. De maatvoering van moderne, toekomstbestendige bouwmarkten gaat tegenwoordig richting de 5.000 m² wvo. Evenzo geldt voor moderne tuincentra dat deze om beduidend meer meters vragen dan 2.880 m² wvo. Bovendien stellen tuincentra specifieke eisen aan het gebouw (licht, klimaat, etc.).

Ondanks het feit dat er distributieve ruimte aan te geven is, is het niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand doe-het-zelf of tuincentrum-aanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders enige leegstand zal ontstaan. Omdat het hierbij vrijwel altijd om (bedrijfs)panden op bedrijventerreinen zal gaan, waar bestemmingsplanmatig ook andere bedrijvigheid dan detailhandel is toegestaan, is de kans op structurele, onaanvaardbare leegstand klein. Mede vanwege de locatie zal van duurzame negatieve effecten op het woon- en leefklimaat dan waarschijnlijk ook geen sprake zijn.

Derde trede

Trede 3 van de Ladder is in principe niet aan de orde omdat de locatie in stedelijk gebied ligt⁴. Volledigheidshalve wordt hier toch uiteengezet in hoeverre de planlocatie multimaal ontsloten is of gaat zijn.

In de huidige situatie is Zeeburgereiland reeds goed ontsloten per auto, openbaar vervoer en per fiets. Vanaf de ringweg A10 (afslag S114 – Zeeburg) is Zeeburgereiland per auto bereikbaar. De IJtram verbindt het Zeeburgereiland met het Centraal Station.

⁴ In het streekplan Noord-Holland Zuid van de provincie Noord-Holland is het Zeeburgereiland aangeduid als bestaand stedelijk gebied binnen de rode contour.

Momenteel is er één halte op de IJburglaan in de buurt van de kruising met de Zuiderzeeweg. Er komt een tweede halte op het Zeeburgereiland in de buurt van tankstation Kriterion, tussen de Sportheldenbuurt en de bedrijvenstrook in. Dit zal volgens planning in de tweede helft van 2015 gerealiseerd zijn. De bus rijdt van Amsterdam-Noord naar Amsterdam-Oost via het Zeeburgereiland. Tot slot is het Zeeburgereiland ook goed bereikbaar per fiets, zowel vanuit het centrum van de stad (via de Amsterdamse Brug) als vanuit Noord (via de Schellingwouderbrug) en IJburg (via de Enneüs Heermabrug).

2.3 Ten slotte

Op de locatie Zeeburgereiland is, vanuit de marktruimte beredeneerd, zowel een zelfstandige bouwmarkt van gemiddelde omvang (zoals Karwei 3.000 – 4.000 m² wvo) als een zelfstandig tuincentrum (zoals Groenrijk circa 5.000 – 7.500 m² wvo) haalbaar. Vanuit complementariteit in formules bezien zou een geïntegreerd concept van een bouw- en tuinmarkt zoals Hornbach of Bauhaus (circa 8.000 – 15.000 m² wvo) ook denkbaar zijn. Het accent ligt bij deze concepten echter op het bouwmarktdeel (minimaal 6.000 m² wvo). Hiervoor is onvoldoende distributieve ruimte beschikbaar waardoor de effecten bij vestiging substantieel groter zijn dan bij een zelfstandige bouwmarkt van gemiddelde omvang.

Een mogelijkheid die serieus in beeld is voor de doe-het-zelf sector is de vestiging van een stadswinkel. Praxis en Gamma pionieren momenteel met dit soort zaken. De retailer wil Gamma Compact in verschillende steden van Nederland testen om te kijken waar die formule het beste aanslaat. Gamma opende in november 2014 in Amsterdam de eerste winkel volgens het nieuwe concept, Praxis volgde in maart 2015. De stadsconcepten beschikken over een assortiment voor de meest voorkomende kleine doe-het-zelf klussen. Ook een sleutelservice is inbegrepen. Vanwege de nieuwbouwproductie op Zeeburgereiland en de hoog stedelijke omgeving, is Zeeburgereiland een interessante vestigingsplek voor een stadswinkel. Het ruimtebeslag van een stadswinkel is circa 1.000 m² wvo. Beduidend minder dan een reguliere bouwmarkt. Gezien de spreiding van reguliere bouwmarkten is een stadsconcept een mogelijk alternatief.

3. ONTWIKKELINGSKADERS

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies over de distributieve mogelijkheden en effecten zoals behandeld in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een aanbodanalyse gemaakt van het gevestigde aanbod in doe-het-zelf en tuincentra in de 'regio' (zie onderstaand kader). Vervolgens wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends gericht op doe-het-zelf en tuincentra, beleidskaders, plannen en initiatieven in de omgeving en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden vervolgens gebruikt voor het benaderen van het economisch functioneren en het berekenen van de uitbreidingsruimte voor de branches doe-het-zelf en tuincentra.

Definitie regio

Omdat koopstromenonderzoek uitwijst dat tuin- en bouwmarktartikelen over het algemeen relatief dichtbij huis aangekocht worden, is de regio in dit onderzoek gedefinieerd als het Amsterdamse stadsdeel Oost aangevuld met de gemeente Diemen.

3.1 Aanbod doe-het-zelf

Definitie doe-het-zelf branche

Bouwmarkten behoren tot de branche 'doe-het-zelf'. De volgende winkels vallen onder de in de distributie-planologie algemeen gehanteerde definitie voor deze branche:

- bouwmarkten (allround doe-het-zelfzaken groter of gelijk aan 1.500 m² wvo);
- breedpakketzaken (kleinere allround doe-het-zelfzaken, kleiner dan 1.500 m² wvo);
- speciaalzaken in ijzerwaren en gereedschappen;
- speciaalzaken in verf en behang;
- winkels in hout- en bouwmaterialen (incl. winkels in deuren en kozijnen)⁵.

De volgende branches en verkoopkanalen vallen expliciet niet onder de doe-het-zelfbranche: sanitair- en keukenzaken, showrooms, de verkoop van doe-het-zelfartikelen in warenhuizen, in boerenbondwinkels, in bouwventers en op warenmarkten.

⁵ Deze groep werd voorheen in dpo's niet gerekend tot de doe-het-zelfbranche, maar vanwege de afstemming met de door het HBD aangeleverde omzetbestedingscijfers tegenwoordig wel. De bestedingscijfers van het HBD zijn, anders dan gebruikelijk, gebaseerd op de CBS-indeling van de branche en niet op de indeling van Locatus. Locatus is de meest gebruikte bron voor winkelgegevens in Nederland.

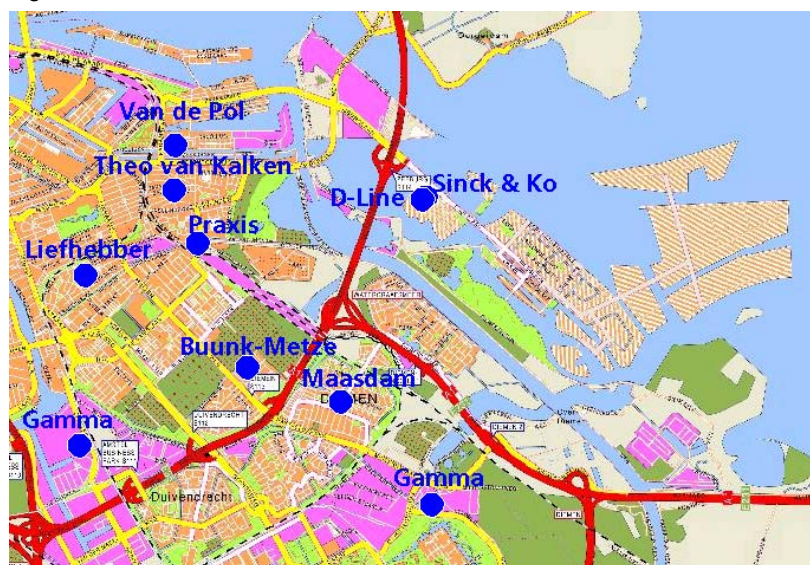
Omvang en samenstelling doe-het-zelf aanbod Amsterdam-Oost en Diemen

Het aanbod in de doe-het-zelfbranche in Amsterdam-Oost beslaat een winkelvloeroppervlak (wvo) van ca. 5.520 m², verdeeld over 8 winkels. Met een gezamenlijke omvang van ca. 4.510 m² wvo vertegenwoordigen de 2 bouwmarkten veruit het grootste aandeel in de totale omvang. De overige zes zaken zijn drie winkels in bouwmaterialen, een breedpakketzaak en twee zaken in ijzerwaren en gereedschappen. Diemen beschikt over twee zaken in de doe-het-zelfbranche van in totaal ca. 3.920 m² wvo. Het doe-het-zelfaanbod in Diemen bestaat uit een bouwmarkt en zaak in ijzerwaren en gereedschappen. Ook hier wordt het grootste deel van de winkelmeters ingenomen door de bouwmarkt (3.775 m² wvo). Onderstaande tabel toont een overzicht van het aanbod in Amsterdam-Oost en Diemen.

Tabel 3.1: Overzicht doe-het-zelf aanbod Amsterdam-Oost en Diemen

Naam	Omvang (m ² wvo)	Branche	Straat	Winkelgebied
Gamma	2.445	Bouwmarkt	Spaklerweg	De Omval
Praxis	2.065	Bouwmarkt	Molukkenstraat	Bedrijventerrein
Van de Pol	270	Bouw materiaal	Zeeburgerpad	Bebouwde kom
Sinck & Ko Gietvloeren	220	Bouw materiaal	P. de Medinalaan	Bebouwde kom
Buunk-Metze Hoveniers	200	Bouw materiaal	Middenweg	Bebouwde kom
Liefhebber	170	Breedpakket	Pretoriusstraat	Krugerplein
Theo van Kalken	50	IJzerw & gereed	Sumatrastraat	Javastraat
D-Line	100	IJzerw & gereed	P. de Medinalaan	Bebouwde kom
<i>Totaal Amsterdam-Oost</i>	<i>5.520</i>			
Gamma	3.775	Bouwmarkt	Sniep	De Sniep
Maasdam	145	IJzer & gereed	Ouddielerlaan	Centrum Diemen
<i>Totaal Diemen</i>	<i>3.920</i>			
Totaal	9.440			

Figuur 3.1 Doe-het-zelfaanbod Amsterdam-Oost en Diemen



Aanbod bouwmarkten Amsterdam-Oost en Diemen

- Het aanbod aan bouwmarkten is gevestigd op grootschalige locaties de Omval en de Sniep (Diemen) en op een bedrijventerrein.
- De bouwmarkten kennen een goede spreiding over Amsterdam-Oost en Diemen.
- De bouwmarkten behoren, zoals gebruikelijk bij deze bedrijven, alle drie tot een landelijk opererende keten.
- Gekeken naar de omvang is de Gamma in Diemen een redelijk moderne winkel. Landelijk beslaan vestigingen van Gamma gemiddeld ca. 3.400 m² wvo, de maat varieert echter sterk (van 1.400 m² wvo tot 9.180 m² wvo). De Gamma op de Omval en de Praxis op het bedrijventerrein hebben een redelijk beperkte maat.

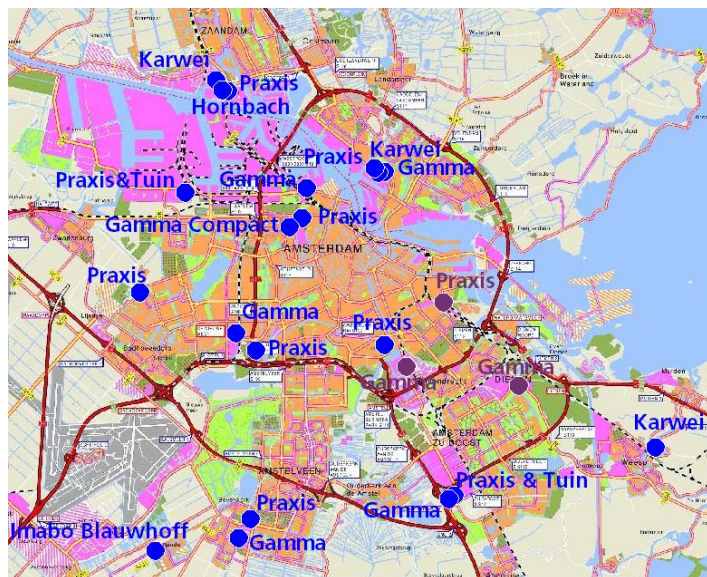
Aanbod in perspectief

Het huidige aanbod in de branche doe-het-zelf kent, wanneer we dit afzetten tegen het aantal inwoners in Amsterdam-Oost en Diemen gezamenlijk, een zeer beperkt winkelvloeroppervlak. Landelijk gezien bedraagt het doe-het-zelfaanbod per 1.000 inwoners 155 m² wvo. In Amsterdam-Oost en Diemen gezamenlijk ligt dit met 65 m² wvo behoorlijk lager. Bekijken we de twee gebieden los, blijkt in Amsterdam-Oost 44 m² wvo per 1.000 inwoners aanwezig te zijn en in Diemen 150 m² wvo per 1.000 inwoners. Hieruit blijkt dat Diemen over een gemiddeld aanbod beschikt, maar dat Amsterdam-Oost sterk achterblijft op het landelijk gemiddelde.

Bouwmarkten in de omgeving

De volgende afbeelding geeft een overzicht van de bouwmarkten in de omgeving van Amsterdam-Oost en Diemen.

Figuur 3.2 Bouwmarkten in de omgeving van Amsterdam-Oost en Diemen



In de directe omgeving (< ca. 15 km) van de bedrijvenstrook op Zeeburg zijn enkele bouwmarkten gevestigd, te weten Gamma (9.180 m² wvo) en Praxis & Tuin (13.800 m² wvo) in Amsterdam Zuid-Oost (Sijsjesbergweg), de Praxis (2.588 m² wvo), Karwei (4.455 m² wvo) en Gamma (1.675 m² wvo) in Amsterdam-Noord (Klaprozenweg) en de Praxis aan de Gaaspstraat (2.470 m² wvo).

3.2 Aanbod tuincentra

Omvang en samenstelling aanbod tuincentra Amsterdam-Oost en Diemen

In Amsterdam-Oost is één tuincentrum gevestigd, te weten Intratuin aan de Nobelweg. Deze Intratuin-vestiging heeft een omvang van ca. 5.825 m² wvo. In Diemen is geen tuincentrum gevestigd.

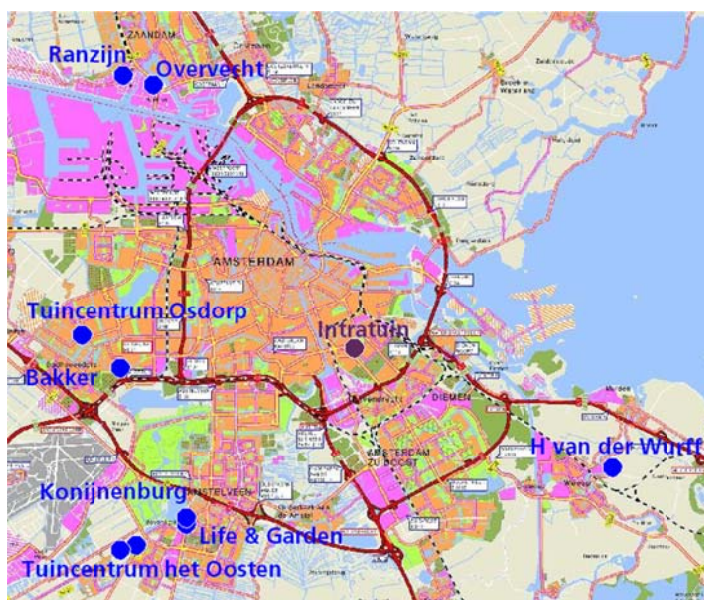
Aanbod in perspectief

Landelijk gezien beschikt men gemiddeld over een aanbod van 100 m² wvo per 1.000 inwoners aan tuincentra, ten opzichte van 38 m² per 1.000 inwoners in Amsterdam-Oost en Diemen gezamenlijk. Het aanbod is hiermee verhoudingsgewijs beperkt.

Tuincentra in de omgeving

Volgende afbeelding geeft een overzicht van de tuincentra in de omgeving van Amsterdam-Oost en Diemen.

Figuur 3.3 Tuincentra in de omgeving van Amsterdam-Oost en Diemen



In de directe omgeving van de bedrijvenstrook op Zeeburg (< ca. 15 km) is het aantal tuincentra redelijk beperkt. Er bevinden er zich een in Weesp (H. van der Wurff, 1.040 m² wvo) en twee op Zuiderhout in Zaandam (Overvecht: 3.980 m² wvo, Ranzijn: 6.565 m² wvo). Verder zijn in Amsterdam Nieuw-West het grootschalige Tuincentrum Osdorp (15.750 m² wvo) en tuincentrum Bakker (720 m² wvo) gevestigd.

3.3 Leegstand

In totaal staan in Amsterdam-Oost en Diemen ca. 107 verkooppunten en ca. 18.297 m² wvo leeg. De meeste leegstand bevindt zich in Amsterdam-Oost, met 83 verkooppunten en ca. 13.000 m² wvo. In Diemen staan 24 panden leeg met een omvang van ca. 5.285 m² wvo. De volgende tabel geeft de verdeling van de leegstaande vierkante meters naar leegstandsduur.

Tabel 3.2 Leegstand naar duur Amsterdam-Oost en Diemen

	Aanvangs/frictie		Langdurig		Structureel		Totaal	
	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo
Amsterdam-Oost	58	9.595	8	931	17	2.486	83	13.012
Totaal Diemen	12	4.104	12	1.181			24	5.285
Totaal	70	13.699	20	2.112	17	2.486	107	18.297

Het grootste aandeel (ca. 65%) van de leegstaande panden staat korter dan een jaar leeg (aanvangs/frictie), ca. 19% staat 1 tot 3 jaar leeg (langdurig) en 16% staat langer dan 3 jaar leeg (structureel). De drie grootste leegstaande panden van in Amsterdam-Oost en Diemen bevinden zich op concentraties de Sniep in Diemen (2.880 m² wvo), de Omval (985 m² wvo) en Javastraat in Amsterdam-Oost (680 m² wvo).

3.4 Trends en ontwikkelingen

De volgende trends en ontwikkelingen zijn relevant voor het onderzoek.

Bouwmarkten

- 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 woondecoratie te zien.
- De omzetten in de doe-het-zelfbranche zijn de laatste jaren gedaald als gevolg van de woningmarkt- en economische crisis. Het jaar 2014 (zeker het tweede half jaar) biedt hoop voor de toekomst. De verwachting is dat nu de conjunctuur weer aantrekt, ook de bestedingen in deze branches weer toenemen. Diverse betrokken partijen (Rabobank, makelaars, etc.) geven aan dat er momenteel weer voorzichtige tekenen van herstel van de woningmarkt zijn en dat is positief voor de bestedingen aan doe-het-zelf. Een gunstige bijkomstigheid is hierbij dat de negatieve omzeteffecten van e-commerce zich tot op heden minder in de doe-het-zelfbranche doen gelden dan in diverse andere branches.
- De schaalvergroting zet door, 3.000 tot 5.000 m² wvo is voor een bouwmarkt tegenwoordig gebruikelijk. Daarnaast is er ook een toenemende druk vanuit de markt voor het vestigen van zeer grootschalige vestigingen. De Hornbachformule die al gauw 10.000-13.000 m² wvo of zelfs meer vraagt voor een bouwmarkt, tuincentrum en bedrijvenservicepunt onder één dak is hier een voorbeeld van.
- De uitbreiding van het winkelvloeroppervlak gaat gepaard met verbreding en verdieping van het assortiment. Ook neemt de integratie van andere branches toe, men verkoopt ook keukens, badkamers, tuinartikelen, verlichting, auto- en fietsaccessoires, huishoudelijke artikelen en woninginrichtingsartikelen.

- 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.
- Bouwmarkten maken een kwaliteitsslag door het introduceren van verschillende nieuwe producten en concepten. Voorbeelden zijn de opname van 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 marktaandeel van de bouwmarkten is de laatste jaren verder gegroeid, terwijl het aantal speciaalzaken en breedpakketzaken in aantal teruglopen. De speciaalzaken staan onder druk en moeten op zoek naar niches in de markt.
- Het onderscheid tussen professioneel toeleverende zaken en het reguliere aanbod gericht op de consument 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 groter geworden en blijft groot. Tuincentra spelen in op deze toenemende belangstelling door zich steeds breder en vernieuwend te presenteren. Tuincentra hebben bijvoorbeeld steeds vaker een uitgebreid assortiment aan kerst- en paasartikelen. De verkoop hiervan wordt ook gebruikt om de seizoensafhankelijkheid te verminderen.
- De onderlinge concurrentie tussen de tuincentra neemt toe. In Nederland zijn de laatste jaren verschillende tuincentraformules opgekomen, waarvan Intratuin en Groen-Rijk de grootste zijn (meer dan 40 winkels). Hiernaast is ook een aantal tuincentraformules te noemen met minder dan 40 vestigingen, zoals Life & Garden, Overvecht, Coppelmans, Tuinwereld en Groengilde⁶.
- Tuinartikelen worden steeds vaker verkocht door grootschalige winkels in andere branches. Zo hebben de bouwmarkten Hornbach en Praxis XL een tuinafdeling van 3.000 – 4.000 m² wvo, maar ook reguliere bouwmarkten steken in het seizoen sterk in op tuinhout en perkgoed. Ook bij IKEA is het aanbod in de branche plant & dier in het nieuwe winkelconcept nog prominenter neergezet. Maar ook kwekerijen en tuin-derijen (in het buitengebied) gaan steeds vaker hun producten direct aan de consument verkopen.
- Naast de concurrentie met bouwmarkten wordt ook de concurrentie met boerenbondachtigen steeds scherper. De winkelformules Boerenbond en Welkoop leveren een totaalassortiment op het gebied van het buitenleven: tuin, dier, functionele werken buitenkleding, kampeerartikelen, doe-het-zelf artikelen voor de buitenklus en seizoensartikelen.

⁶ Bron: Locatus Retailverkenner 2011

- 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 meer op vrouwen en bouwmarkten meer op mannen. Daar waar beide winkels bij elkaar liggen, kan het koopmoment van beide partijen gecombineerd worden.

3.5 Beleidskaders

Volgende vigerende beleidskaders zijn van toepassing op de onderzoeksregio en als dusdanig ook meegewogen bij de totstandkoming van het advies.

Provinciale Ruimtelijke Verordening Noord-Holland

In de Provinciale Ruimtelijke Verordening (vastgesteld op 3 februari 2014) is aandacht besteed aan het onderwerp detailhandel. Een bestemmingsplan voorziet niet in nieuwe detailhandel > 5.000 m² binnen bestaande winkelgebieden en > 1.500 m² buiten bestaande winkelgebieden. Hiervan kan worden afgeweken als aangetoond is dat dit niet leidt tot verstoring van de bestaande detailhandelsstructuur, als voor ontwikkelingen buiten de bestaande winkelgebieden aantoonbaar geen ruimte gevonden kan worden in de bestaande winkelgebieden of als aantoonbaar sprake is van thematische binding aan een bestaand winkelgebied. Voor afwijking dient regionale afstemming plaats te vinden binnen de regionale adviescommissie. Bestemmingsplannen voorzien niet in de mogelijkheid tot vestiging van weidewinkels.

NB: de onderzoekslocatie op Zeeburgereiland ligt in het stedelijk gebied (zie voetnoot pagina 9) waardoor de term 'weidewinkel' niet van toepassing is op voorzien ontwikkeling. Een weidewinkel is namelijk per definitie in het landelijk gebied gelegen.

Een bestemmingsplan voorziet niet in nieuwe detailhandel op bedrijventerreinen en kantoorlocaties met uitzondering van: een afhaalpunt voor internethandel, detailhandel die in zowel bedrijfseconomisch als ruimtelijk opzicht ondergeschikt is aan de toegelaten bedrijfsuitoefening, brand- of explosiegevaarlijke detailhandel, volumineuze detailhandel indien deze in winkelgebieden uit een oogpunt van hinder, veiligheid of verkeersaantrekkende werking niet inpasbaar is. Daarnaast zet de provincie actief in op onderzoek als instrument: onderzoek naar ontwikkelingen en trends voor de detailhandel in Noord-Holland, waaronder marktruimte en koopstromen.

Gemeenten stemmen grootschalige detailhandelsinitiatieven af binnen de Regionale Adviescommissie Detailhandel (RAC Noord-Holland Noord en RAC Noord-Holland Zuid).

Een gemeente die een bestemmingsplan voorbereidt, verzoekt de RAC om advies. In de adviescommissies zijn gemeenten, bedrijfsleven en werknemersorganisaties vertegenwoordigd. De provincie treedt op als toehoorder. Doel van de RAC's is om ontwikkelingen goed op elkaar af te stemmen, zodat leegstand en verpaupering worden voorkomen.

Detailhandelsbeleid Noord-Holland

De nota 'Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020 is een actualisatie van de nota uit 2009. In de nota geeft de provincie Noord-Holland aan ruimte te willen blijven bieden aan de verdere ontwikkeling van detailhandel, om ook op langere termijn een vitale, dynamische en concurrerende structuur te huisvesten. De missie van de provincie is 'het versterken van de detailhandelsstructuur in Noord-Holland', waarbij de volgende beleidsdoelen geformuleerd zijn:

- prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden;
- voorkomen van extra leegstand;
- een vitale, dynamische en concurrerende detailhandelsstructuur, ruimte geven aan kwaliteit;
- primaire detailhandel bereikbaar op een aanvaardbare afstand;
- detailhandel die bijdraagt aan aantrekkelijke binnensteden.

De realisatie van deze beleidsdoelen vindt plaats door het inzetten van de volgende instrumenten: Regionale Advies Commissies (RAC), regionale visies, structuurvisie en ruimtelijke verordening, kennis- en informatievoorziening. Overigens geeft de nota met betrekking tot regionale afstemming aan dat besloten is tot een verscherping van de norm. De norm was 1.500 m² voor nieuwe ontwikkelingen en 5.000 m² voor uitbreidingen in alle winkelgebieden. Nu geldt voor de grotere specifiek benoemde centra een norm van 3.000 m².

Detailhandel in volumineuze goederen

In de ontwerp-nota is specifiek aandacht besteed aan 'detailhandel in volumineuze goederen'⁷. Aangegeven wordt dat deze detailhandel een zeer beperkte bijdrage aan de kwaliteit van een winkelcentrum levert (geen synergie met andere winkels, zeer specifieke aankopen, weinig frequent bezoek) en dat deze vanwege de grootte van de goederen vraagt om een specifieke locatie, omdat de goederen alleen per auto kunnen worden vervoerd en de manier van uitstallen vraagt om een groot winkeloppervlak. Op basis van deze ruimtelijke overwegingen wordt voor dit type detailhandel een uitzondering gemaakt op het uitgangspunt 'verbod op detailhandel bedrijventerreinen'.

Regionale kaders

Het regionale beleid van de Stadsregio Amsterdam is vastgesteld op 13 december 2011 en wordt momenteel herijkt. Bij het opstellen van het beleid is geconcludeerd dat er meer plannen boven de markt hangen dan dat er marktruimte is. Dit heeft in combinatie met de

⁷ Onder detailhandel in volumineuze goederen worden door de Provincie de bedrijven die auto's, boten en caravans verkopen (ABC) geschaard, alsmede bouwmarkten, tuincentra en meubelwinkels.

trends en ontwikkelingen (o.a. van groei- naar verdringingsmarkt en afname behoefte aan winkels) geleid tot een offensief detailhandelsbeleid. Afgesproken is dat detailhandelsvestigingen louter zijn gevestigd in verstedelijkt of te verstedelijken gebied: hoofdwinkel-, stadsdeel- of wijkcentra, alsook op specifiek benoemde locaties op bedrijventerreinen. Daarnaast is bepaald dat de bestaande winkelstructuren door middel van offensief beleid versterkt worden. Locaties die kansrijk en structuurversterkend zijn, mogen worden (her)ontwikkeld en uitgebreid. Buiten de gewenste structuur worden ontwikkelingen tegengegaan.

Het regionale detailhandelsbeleid kent zes uitgangspunten:

1. Inwoners van de Stadsregio Amsterdam moeten op aanvaardbare afstand hun (dagelijkse) boodschappen kunnen doen (fijnmazige detailhandelsstructuur).
2. Het beleid is er op gericht om vraag en aanbod in evenwicht te brengen in de retail-sector. Bouwen voor leegstand is onwenselijk. Leegstand leidt tot verloedering en een verslechtering van de leefbaarheid.
3. Nieuwe ontwikkelingen moeten de huidige structuur versterken en nieuwe ontwikkelingen die uitbreiding van het ruimtegebruik vergen zijn alleen mogelijk als de ontwikkeling niet op een bestaande locatie mogelijk is.
4. Clustering van detailhandel en voorzieningen is een leidend principe.
5. Beoordeling van plannen voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen vindt plaats zowel volgens kwantitatieve als kwalitatieve (ruimtelijk-economische) criteria.
6. Het regionale detailhandelsbeleid valt binnen het kader dat is vastgesteld in het provinciale detailhandelsbeleid in 2009.

Nieuwe winkelinitiatieven dienen beoordeeld te worden door de Regionale Commissie Winkelplanning (RCW) op basis van ruimtelijke relevante criteria en nut een noodzaak dient te worden aangetoond. De RCW adviseert het dagelijks bestuur van de Stadsregio Amsterdam.

Onderzoek marktruimte

Op grond van een meervoudige berekening van de marktruimte is berekend (voor het laatst in 2012) dat in de Metropoolregio Amsterdam tot 2020 voor ca. 80.000 m² wvo uitbreidingsruimte is. Tot 2030 komt daar nog eens 100.000 m² wvo aan marktruimte bij. Circa 85.000 m² wvo is bestemd voor volumineuze goederen, waarvan dan weer het overgrote deel voor rekening komt van de gemeente Amsterdam. De verschillen per regio en gemeente zijn groot. In sommige gemeenten is sprake van een fors negatieve marktruimte. Deze cijfers zijn gebaseerd op onderzoek van Bureau Stedelijk Planning⁸.

Gemeentelijke kaders

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Amsterdam is vastgelegd in de nota 'Amsterdam Winkelstad: Een kwaliteit aan winkelgebieden' en is vastgesteld door de gemeente-

⁸ Marktruimte detailhandel Metropoolregio Amsterdam 2010-2040 (februari 2011) en actualisatie rapport december 2012 (Bureau Stedelijk Planning).

raad op 23 mei 2012. De hoofddoelstellingen van het ruimtelijke detailhandelsbeleid voor de periode 2011-2015 zijn samengevat:

- Het versterken en borgen van het gevarieerde winkelmilieu van Amsterdam.
- Het versterken en borgen van de fijnmazige structuur van winkelgebieden met aanbod in dagelijkse artikelen.

In de optiek van Amsterdam leveren onderstaande beleidshoofddlijnen een bijdrage aan de verwezenlijking van deze doelstellingen. De inzet varieert overigens van winkelgebied tot winkelgebied. Het is met andere woorden maatwerk.

1. Winkels zijn geclusterd in winkelgebieden en winkelinitiatieven worden bij voorkeur gefaciliteerd in of aansluitend op de bestaande winkelgebieden.
2. Meer grotere winkelunits in sommige winkelgebieden.
3. Uitbreiding winkeloppervlak in sommige gebieden (met name Centrum, Zuid en Zuidoost).
4. Hanteren van 'Nieuw voor oud' principe in sommige gebieden (met name West, Oost, Noord, Nieuw-West en Westpoort).
5. Accommodatieteam als gemeentelijk aanspreekpunt voor retailers.
6. Vergroting organisatiegraad van ondernemers.
7. Verruiming bestemmingsplannen in sommige gebieden in potentiële stadsstraten.
8. Vasthouden aan terughoudendheid van brancheverruiming in perifere winkelgebieden.
9. Afhaalpunten ten behoeve van internetverkoop op bedrijventerreinen zijn logistieke bedrijven en geen (verkapte) winkels. Afhaalpunten van internetwinkels kunnen overigens naast hun logistieke functie wel een winkelfunctie vervullen, indien ze gevestigd zijn in bestaande winkelgebieden.

Met betrekking tot perifere detailhandel is het volgende opgenomen:

Er kunnen (in de loop de tijd) ruimtelijke argumenten zijn waarom in sommige stadsdelen het aanbod van PDV en/of GDV winkels versterkt moet worden. En er kunnen goede redenen zijn om nieuwe winkelgebieden toe te voegen of bepaalde winkelgebieden op te geven. Dit vergt een (gedetailleerde) analyse en zal te zijner tijd per individueel geval bekeken moeten worden. De beoordeling hiervan wordt door de (Regionale) Commissies Winkelpanning op ruimtelijke gronden gedaan.

3.6 Plannen en initiatieven

Navolgend worden de plannen met betrekking tot perifere detailhandel in de gemeente Amsterdam opgesomd. In Diemen zijn volgens gemeentelijke informatie geen plannen ter uitbreiding van het perifere detailhandelsaanbod.

Tetterodecomplex, Amsterdam-West

Bouwmarkt Gamma opent stadswinkels van ca. 1.000 m², de eerste is onlangs geopend in het oude Tetterodecomplex in Amsterdam-West. Intergamma wil uitproberen of er behoefte is aan zulke doe-het-zelfzaken in woonwijken. Als het een succes wordt, zullen er nog meer vestigingen volgen. Het Tetterodecomplex zal ruimte gaan bieden aan 7.500 m² bvo grootschalige detailhandel.

Hornbach Westpoort, Amsterdam-Sloterdijk

Bouwmarkt annex tuincentrum Hornbach gaat een vestiging openen op het cluster Westpoort in Amsterdam-Sloterdijk. Het filiaal wordt circa 17.700 m² en bestaat naast een tuincentrum en bouwmarkt uit een drive-in. Andere berichten geven aan dat de eigenaar van de woonboulevard plannen heeft om het cluster te transformeren tot een vrijetijdsboulevard, met ruimte voor try & buy. Deze plannen zijn in afwachting van het oordeel van de winkelplanningscommissie van de provincie. De stedelijke winkelcommissie is positief over deze plannen.

Bouwmarkt Spaklerweg

Aan de Spaklerweg in Amsterdam Zuid-Oost zal een voormalige groothandel voor bouwmaterialen (Bouwmaat) worden getransformeerd tot een vestiging voor perifere detailhandel (bouwmarkt). Het betreft een pand met een omvang van circa 6.150 m² vvo. De Regionale Commissie Winkelplanning van de Stadsregio concludeert dat er nog voldoende uitbreidingsmogelijkheden zijn en dat de ontwikkeling past binnen het beleid. De Stadsregio heeft dit positieve advies van de RCW onderschreven. Zij waarschuwt daarbij wel dat de grens van de marktruimte in dit deel van de stad in zicht is. Volgende plannen worden kritisch beoordeeld.

3.7 Bevolkingsomvang en -ontwikkeling

Op 1 januari 2014 heeft het voormalige stadsdeel Zeeburg 62.850 inwoners, het totale stadsdeel Amsterdam-Oost 126.157 inwoners⁹ en de gemeente Diemen 25.930 inwoners¹⁰. In de periode tussen 2014 en 2020 stijgt het inwonertal van Amsterdam-Oost naar verwachting tot 136.193 inwoners en daarna tot 138.162 inwoners in 2025¹¹.

⁹ Bron: Onderzoek en Statistiek, gemeente Amsterdam, 2014

¹⁰ CBS Statline

¹¹ Bron: Onderzoek en Statistiek, gemeente Amsterdam, 2013

Naar verwachting gaat het inwonertal van de gemeente Diemen stijgen naar 27.200 inwoners in 2020 en 27.700 inwoners in 2025.

Meer specifiek voor Zeeburg zijn geen prognoses voorhanden, echter alleen al gezien de geplande ontwikkeling van circa 5.000 tot 6.000 woningen op Zeeburgereiland wordt ook hier een (forse) stijging van het inwonertal verwacht.

4. DISTRIBUTIEVE UITBREIDINGSRUIMTE EN EFFEC- TEN

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op het huidige en mogelijk toekomstig functioneren van de branches doe-het-zelf en tuincentra in Amsterdam-Oost en Diemen. Begonnen wordt echter met het aangeven van de uitgangspunten voor de berekeningen.

4.1 Uitgangspunten

Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Amsterdam bedraagt € 15.700,- per hoofd van de bevolking per jaar en wijkt daarmee ca. 4% af van het landelijk gemiddelde inkomen van € 15.100,-¹². Ook het inkomensniveau van de gemeente Diemen ligt rond het landelijk gemiddelde (+1,3%). Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Bij een afwijking groter dan 5% passen wij een correctie toe op het bestedingscijfer. Daar het inkomensniveau minder dan 5% afwijkt, kan in principe uitgegaan worden van de landelijke bestedingscijfers. Volgens de meest recente cijfers¹³ met betrekking tot de bestedingen in de doe-het-zelf sector besteedt de Nederlander jaarlijks gemiddeld € 214,- (excl. BTW). In tuincentra is dit € 71,- op jaarbasis (excl. BTW).

Correctie stedelijk gebied

Tussen gebieden kunnen de doe-het-zelf en tuinbestedingen ook sterk verschillen. Variabelen zoals percentage koopwoningen, aanwezigheid tuin, gezinssamenstelling en leeftijdssamenstelling zijn van invloed op de hoogte van de bestedingen. In het primaire verzorgingsgebied moeten de bestedingen door het hoge aandeel huurwoningen en woningen zonder tuin gecorrigeerd worden. Specifieke cijfers zijn echter niet voorhanden. BRO schat in dat de bestedingen in de doe-het-zelf en tuinbranche circa 20% lager liggen. In voorliggende nota wordt derhalve gerekend met een bestedingscijfer van € 171,- in doe-het-zelf en € 57,- per inwoner per jaar.

Naar de toekomst toe mag verwacht worden dat de bestedingen via internet (via pure internetbedrijven) nog iets zullen toenemen. Daar staat tegenover dat als de economische omstandigheden weer beter worden en met name de woningmarkt weer aantrekt, dit zal leiden tot meer verhuizingen en daarmee een toename van de bestedingen. De bestedingen worden daarom voor de toekomstige situatie voorzichtigheidshalve op het huidige niveau gehouden.

¹² CBS, Kerncijfers wijken en buurten, gemeentelijk gemiddeld besteedbaar inkomen, peiljaar 2012

¹³ Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, Detailhandel.info, 2014.

Koopstromen in de branches doe-het-zelf en tuincentra

Koopkrachtbinding & koopkrachttoevloeiing

De koopkrachtbinding is de mate waarin de inwoners van Amsterdam-Oost en Diemen bestedingen doen bij winkels die hier zijn gevestigd. De koopkrachttoevloeiing duidt op de mate waarin de inwoners van buiten Amsterdam-Oost en Diemen besteden bij winkels die hier zijn gevestigd. De toevloeiing wordt uitgedrukt als aandeel (%) van de omzet.

Het spreekt voor zich dat het aankoopgedrag van de consument sterk verschilt naar gelang de branche. Voor (duurdere) woonartikelen is men bijvoorbeeld bereid om meerdere plaatsen te bezoeken en ver te reizen, maar koopstromenonderzoek wijst uit dat tuin- en bouwmarktartikelen over het algemeen relatief dicht bij huis aangekocht worden. Hierbij speelt mee dat Nederland ook over een dicht netwerk aan bouwmarkten en in mindere mate ook tuincentra beschikt. De koopkrachtbinding in deze branches ligt daarom meestal op een relatief hoog niveau en de koopkrachttoevloeiing juist op een laag niveau.

In 2011 is in de Randstad een koopstromenonderzoek¹⁴ uitgevoerd, waarbij ook voor de gemeenten Amsterdam en Diemen de koopkrachtbinding en –toevloeiing in de voor dit onderzoek relevante branches 'bloem, plant & tuin' en 'doe-het-zelf' gemeten zijn. Navolgende tabel geeft een overzicht.

Tabel 4.1 Gemeentelijke koopstromen Amsterdam en Diemen

	Bloem, plant & tuin		Doe-het-zelf	
	Binding	Toevloeiing	Binding	Toevloeiing
Amsterdam	84%	9%	87%	11%
Diemen	27%	26%	60%	29%

Om voor Amsterdam-Oost en Diemen gezamenlijk de koopstromen in te schatten, baseren we ons op de huidige aanbodsituatie Amsterdam-Oost, Diemen en omgeving, de gemeentelijke koopstroomgegevens uit het Randstad koopstromenonderzoek en elders in Nederland opgedane kennis en ervaringen.

Koopstromen huidige situatie

Gezien het feit dat in Amsterdam-Oost en Diemen drie bouwmarkten gevestigd zijn en dat aankopen bij bouwmarkten doorgaans relatief dicht bij huis aanschaf worden, ligt de koopkrachtbinding naar inschatting op een redelijk niveau. Tegelijkertijd hebben de bouwmarkten een relatief beperkte omvang en zijn binnen afzienbare afstand moderne(re) bouwmarkten gevestigd (o.a. Sijsjesbergweg, Klaprozenweg). Dit zorgt voor de nodige afvloeiing. Daarom gaan we uit van een binding van ca. 75%. Ook gezien de ligging en het ontbreken van bouwmarktenaanbod in binnenstedelijk Amsterdam, wordt verwacht dat er enige toevloeiing uit overig Amsterdam zal zijn. We gaan uit van 10%.

¹⁴ I&O, Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Voor wat betreft tuincentra beschikken Amsterdam-Oost en Diemen in de huidige situatie over één tuincentrum (Intratuin). Dit is relatief beperkt, maar de concurrerende tuincentra zijn wel wat verder gelegen (Amsterdam Nieuw-West, Zaandam). Hiertoe schatten we de koopkrachtbinding in op 75% en de toevloeiing op 5-10%.

Koopstromen: na vestiging bouwmarkt en/of tuincentrum op Zeeburgereiland

Na vestiging van een moderne bouwmarkt en/of modern tuincentrum op de bedrijvenstrook op Zeeburgereiland, is het aannemelijk dat de binding in deze branches nog wat toeneemt¹⁵. Gezien het koopgedrag van bouw- en tuinmaterialen (dicht bij huis) houden we het toevloeiingspercentage gelijk aan het huidige niveau. Voor de doe-het-zelfbranche ramen we de binding op 80%, evenzo voor de tuinbranche.

Omzet per m² wvo

De gemiddelde landelijke vloerproductiviteit in de doe-het-zelfbranche bedroeg over 2013 € 1.340,- en in de tuinbranche € 545,- (beiden exclusief BTW).

4.2 Functioneren en uitbreidingsruimte

Functioneren

Op basis van onze inzichten in het draagvlak, het bestedingsniveau, het koopgedrag én het winkelvolumen per branche, is het functioneren voor de doe-het-zelfsector en tuincentra benaderd. Uit de benadering volgt de vloerproductiviteit. Dit is de gemiddelde omzet per m² wvo en een gangbare indicator voor het functioneren van het winkelaanbod. Wij willen benadrukken dat de benaderingen gebaseerd zijn op meerdere aannames en dat de uitkomsten dus indicatief zijn.

Tabel 4.1: Huidig economisch functioneren branches doe-het-zelf en tuincentra Amsterdam-Oost/Diemen

	Doe-het-zelf	Tuincentra
Aantal inwoners	152.087	152.087
Bestedingen per hoofd (€)	171	57
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	26	8,7
Koopkrachtbinding	75%	75%
Gebonden bestedingen (€mln.)	19,5	6,5
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	10%	5-10%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	2,2	0,3-0,7
Totale omzet (€ mln.)	21,7	6,8-7,2
wvo totaal (m ² wvo)	9.440	5.825
Omzet per m² wvo (€)	2.300	1.175-1.250
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo (€)	1.340	545

¹⁵ Hierbij is tevens rekening gehouden met transformatie van groothandel naar bouwmarkt locatie Spaklerweg

Zowel het huidige aanbod in de doe-het-zelfsector als de tuincentra in Amsterdam-Oost en Diemen functioneren theoretisch ruim boven het landelijk gemiddelde.

Uitbreidingsruimte

De vestiging van een nieuwe bouwmarkt en/of tuincentrum heeft invloed op de koopstromen. Hier is in de berekening van uitgegaan. Dit geeft het volgende beeld van de uitbreidingsruimte:

Tabel 4.2: Benadering toekomstig economisch functioneren branche doe-het-zelf en tuincentra

	Doe-het-zelf	Tuincentra
Aantal inwoners (2020)	163.393	163.393
Bestedingen per hoofd (€)	171	57
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	27,9	9,3
Koopkrachtbinding	80%	80%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	22,4	7,5
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	10%	5-10%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	2,5	0,4-0,8
Totale omzet (€ mln.)	24,8	7,8-8,3
Benodigde vloerproductiviteit (€ per m² wvo)	1.340	545
Haalbaar m² wvo	18.535	14.390-15.190
Aanwezig m² wvo	9.440	5.825
Uitbreidingsruimte (afgerond)	9.100	8.500-9.350

Uit bovenstaande berekeningen kan afgeleid worden dat er theoretisch in Amsterdam-Oost en Diemen een uitbreidingsruimte voor de doe-het-zelfsector te benaderen is van ca. 9.100 m² wvo. Een deel van deze ruimte (circa twee derde) wordt reeds ingezet voor de transformatie van een groothandel naar een bouwmarkt op de locatie Spaklerweg. Voor tuincentra is een uitbreidingsruimte van ca. 8.500-9.350 m² wvo benaderd. Er is daarmee voldoende distributieve ruimte voor een modern tuincentrum op Zeeburgereiland. Kijken we naar de doe-het-zelf sector dan is er ruimte voor een gemiddelde bouwmarkt van ca. 3.000-4.000 m² wvo. Het is met andere woorden van belang om kritisch te kijken naar de omvang van de bouwmarkt.

Alternatieve berekeningswijze marktruimte

Momenteel wonen in het primaire verzorgingsgebied Zeeburg (Zeeburgereiland, Indische Buurt, Oostelijk Havengebied en IJburg) 62.850 personen. Alleen al op het Zeeburgereiland wordt de bouw van ca. 5.000 tot 6.000 woningen voorzien. Rekenend met een gemiddelde woningbezetting van 2¹⁶, betekent dit een groei van ca. 10.000-12.000 inwoners. In totaal heeft Zeeburg in de toekomst, nog geen rekening houdend met eventuele andere woningbouwplannen, een inwonertal van ca. 72.500 tot 75.000 personen. Dit geeft in de doe-het-zelfbranche rekenend met een besteding per hoofd van € 171,-, een bestedingspotentieel van € 12,4-12,8 mln. Stel, van deze inwoners doet 85% hun doe-het-zelfinkopen bij de bouwmarkt op Zeeburg, is er uitgaande van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ 1.340,- per m² wvo) een marktruimte van ca. 7.850 tot 8.150 m² wvo. Hierbij is nog geen rekening gehouden met eventuele toevloeiing. Voor een tuincentrum is er uitgaande van hetzelfde inwonertal en een besteding per hoofd van € 57,- een bestedingspotentieel van € 3,5-3,6 mln. Eveneens uitgaande van een binding van 85% en de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ 545,- per m² wvo), geeft dit een marktruimte van ca. 6.500 m² wvo. Ook hier is nog geen rekening gehouden met eventuele toevloeiing.

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. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

¹⁶ In 2014 bedroeg de gemiddelde woningbezetting in Amsterdam 2,04.

5. EFFECTEN

5.1 Effecten doe-het-zelf

Effecten op het doe-het-zelf aanbod in Amsterdam-Oost en Diemen

De vestiging van een nieuwe bouwmarkt op het Zeeburgereiland betekent dat de consument op het Zeeburgereiland en de omliggende wijken meer keuzemogelijkheden gaat krijgen. Er is weliswaar uitbreidingsruimte beschikbaar voor een bouwmarkt van gemiddelde omvang (3.000 – 4.000 m² wvo), maar niet voor echte grootschaligheid (5.000 m² +). Reden is het sterke en grootschalige aanbod in de schil van het primaire onderzoeksgebied (zoals Praxis en Gamma in Amsterdam-Zuidoost). Dit drukt de uitbreidingsruimte.

Ook bij een bouwmarkt van gemiddelde omvang zijn door de veranderende concurrentieverhoudingen effecten op een deel van de bestaande aanbieders niet uit te sluiten. Naar verwachting zullen met name de bouwmarkten in Amsterdam-Oost concurrentie ondergaan (Gamma en Praxis). Zeker ook gezien de relatief beperkte maatvoering van deze zaken. De overige doe-het-zelfzaken richten zich vooral op een niche (vloeren, design) en de bouwmarkt in Diemen heeft een goede uitgangspositie door haar moderne maat en een sterke lokale functie. Wel zal ook deze bouwmarkt enig extra concurrentie ervaren vanwege het wegvallen van een deel van de toevloeiing. Het is gezien de spreiding van de bouwmarkten en de berekende distributieve ruimte niet de verwachting dat de veranderde concurrentieverhoudingen tot het verdwijnen van zaken zal leiden.

Opgemerkt dient nog te worden dat het autobezit in stedelijke gebieden beduidend lager is dan gemiddeld. Dit betekent een beperktere dynamiek van de consument, die daardoor sterk afhankelijk is van het aanbod in de omgeving. Mochten er toch een of enkele zaken verdwijnen, dan zal dat mede aan andere zaken liggen, zoals de schaal van de winkels, een te beperkt assortiment, de leeftijd van de ondernemer of omdat het om verouderd aanbod gaat. Het is dan een versnelling van een autonoom proces. Bij het verdwijnen van aanbod ontstaan er overigens ook weer nieuwe marktkansen voor het overblijvende aanbod.

Effecten op het doe-het-zelf aanbod in de omgeving

De effecten op de bouwmarkten buiten Amsterdam-Oost en Diemen zullen beperkt zijn. Een bouwmarkt heeft immers een sterk lokale verzorgingsfunctie. Hooguit ervaren deze enige extra concurrentie ervaren ten gevolge van enige afvloeiing naar de nieuwe bouwmarkt. De uitgangspositie van die reeds aanwezige bouwmarkten (Klaprozenweg, Sijsjesbergweg, Gaaspstraat) blijft echter sterk vanwege het beperkte aanbod in de gemeente Amsterdam.

Geen extra trekkracht overige detailhandel

Omdat de planlocatie niet in een bewinkeld gebied is gelegen, zal er geen sprake zijn van positieve effecten op winkels in de directe omgeving. Bouwmarkten kenmerken zich door doelgericht bezoek, waardoor combinatiebezoeken met winkels in de omgeving sowieso al beperkt optreden.

5.2 Effecten tuincentrum

Voor de tuinbranche geldt dat ook gezien de theoretische marktruimte er slechts beperkte negatieve effecten op het aanwezige aanbod worden verwacht. Gezien het feit dat er in Amsterdam-Oost en Diemen slechts één tuincentrum gevestigd is (Intratuin), zal deze wel enige effecten ten gevolge van de (eventuele) komst van een nieuw tuincentrum onderkennen. Voor de tuincentra in Amsterdam Nieuw-West en Zaandam worden niet tot nauwelijks effecten verwacht. Voor het tuincentrum in Amsterdam-Oost en de tuincentra in de omgeving geldt dat zij, ook gezien hun relatief sterke uitgangspositie vanwege het beperkte tuincentrumaanbod in Amsterdam, in ieder geval niet in hun bestaan bedreigd worden.

6. AANBEVELINGEN

Op basis van voorgaande analyses concludeert BRO dat zowel de vestiging van een bouwmarkt als een tuincentrum kansrijk is.

Een bouwmarkt van gemiddelde omvang (circa 3.000 – 4.000 m² wvo) en een middelgroot tuincentrum (circa 5.000 – 7.500 m² wvo) zijn realistisch. In de bouwmarktsfeer komen met deze omvang enkel de formules Gamma, Karwei en Praxis in aanmerking. Vanuit het perspectief van formuledifferentiatie in het gebied (diverse Praxis- en Gamma-vestigingen zijn aanwezig) zou een vestiging van Karwei voor de consumentenverzorging het meest wenselijk zijn. Karwei heeft een sterke interieurafdeling, wat goed aansluit bij de doelgroep in het gebied. In de tuinbranche vormt Groenrijk een kansrijke formule. Intratuin, en in beperkte mate tevens Overvecht, zijn in de omgeving reeds vertegenwoordigd.

Kijken we naar een grootschalige bouw- en tuinmarkt, zoals Hornbach of Bauhaus dan bestaan deze formules gewoonlijk uit een centraal bouwmarktgedeelte aangevuld met een tuincentrum en vooral op de kleine aannemer gerichte drive-in (afhaalcentrum). Qua omvang (8.000 – 15.000 m² wvo) kunnen er al vraagtekens worden gesteld bij de haalbaarheid van een dergelijk initiatief in het marktgebied. Bovendien is het aanbod aan tuin en aanverwante artikelen met één formule beduidend minder omvangrijk dan het meer gespecialiseerde aanbod in 'stand alone' tuincentra. Laatstehet heeft vanuit consumentenverzorging de voorkeur. Bovendien is de uitgeefbare kavel qua verhoudingen meer geschikt voor twee aparte aanbieders.

In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van de kenmerken van de diverse formules in de bouwmarkten- en tuincentra branche.

Bijlage

BIJLAGE 1: OVERZICHT KENMERKEN FORMULES BOUWMARKTEN EN TUINCENTRA

Overzicht formules bouwmarkten:

- Fixet
 - o 23 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 1.600 m² wvo
 - o Vestigingen van 540 tot 4.450 m² wvo
- Formido
 - o 82 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 1.970 m² wvo
 - o Vestigingen van 750 tot 4.000 m² wvo
- Gamma
 - o 166 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 3.400 m² wvo
 - o Vestigingen van 800 tot 9.180 m² wvo
- Karwei
 - o 136 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 3.100 m² wvo
 - o Vestigingen van 1.160 tot 6.150 m² wvo
- Kluswijs
 - o 26 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 940 m² wvo
 - o Vestigingen van 350 tot 2.660 m² wvo
- Multimate
 - o 72 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 1.500 m² wvo
 - o Vestigingen van 510 tot 1.600 m² wvo
- Praxis
 - o 130 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 3.450 m² wvo
 - o Vestigingen van 1.600 tot 9.380 m² wvo

Overzicht formules tuincentra:

- Aveve Plus
 - o 7 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 1.400 m² wvo
 - o Vestigingen van 530 tot 2.785 m² wvo
- Coppelmans
 - o 8 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 2.575 m² wvo

- o Vestigingen van 435 tot 4.000 m² wvo
- Gardenmaster
 - o 5 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 640 m² wvo
 - o Vestigingen van 300 tot 850 m² wvo
- Groenrijk
 - o 49 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 3.360 m² wvo
 - o Vestigingen van 335 tot 6.825 m² wvo
- Intratuin
 - o 54 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 7.750 m² wvo
 - o Vestigingen van 3.000 tot 17.000 m² wvo
- Life & Garden
 - o 15 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 3.000 m² wvo
 - o Vestigingen van 1.585 tot 4.670 m² wvo
- Overvecht
 - o 17 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 6.250 m² wvo
 - o Vestigingen van 2.600 tot 12.960 m² wvo
- Ranzijn
 - o 9 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 6.750 m² wvo
 - o Vestigingen van 3.870 tot 12.650 m² wvo
- Tuinwereld
 - o 6 verkooppunten in Nederland
 - o Gemiddelde schaal: 3.750 m² wvo
 - o Vestigingen van 2.550 tot 5.000 m² wvo

