



Ladder- en effectanalyse Coppelmans Nuenen

Stec Groep aan gemeente Nuenen c.a.

Hub Ploem
6 december 2016

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Achtergrond plan tot verplaatsing en uitbreiding Tuincentrum Coppelmans.....	3
1.2	Ladder voor duurzame verstedelijking.....	4
1.3	Trede 0: Uitbreiding en verplaatsing van Coppelmans in Nuenen is een nieuwe stedelijke ontwikkeling en daarmee Ladderplichtig	5
1.4	Het verzorgingsgebied voor tuincentrum Coppelmans is Nuenen en directe omgeving.....	5
1.5	Plan tuincentrum Coppelmans in relatie tot relevant beleid.....	6
2	Markt en behoefte	7
2.1	Locatieprofiel Tuincentrum Coppelmans.....	7
2.2	Trends & ontwikkelingen branche voor tuincentra.....	7
2.3	Aanbod tuincentra in de marktregio	11
2.3.1	Aanbod kwantitatief.....	11
2.3.2	Aanbod kwalitatief	15
2.4	Marktruimte voor nieuwe initiatieven, specifiek voor Type IV Tuincentrum	17
2.5	Conclusie ten aanzien van markt en de marktruimte.....	21
3	Effectanalyse	22
3.1	Tuincentra: ruimtelijke effecten tasten winkelstructuur niet aan.....	22
3.2	Nevenassortiment: geen effect op bestedingen in Nuenen centrum.....	23
3.3	Dierafdeling bij Coppelmans: geen effect op bestedingen elders.....	25
4	Conclusies	28

Bijlage 29

1 Inleiding

1.1 Achtergrond plan tot verplaatsing en uitbreiding Tuincentrum Coppelmans

Er zijn plannen om tuincentrum Coppelmans in de gemeente Nuenen op een andere locatie binnen de gemeente te vestigen en tevens uit te breiden (binnen bestemmingsplan Kapperdoes). Van het bestaande tuincentrum (gelegen aan de Vorstendijk 12) zal de bestemming komen te vervallen (bestemmingsplan Uitbreidingsplan Nuenen-West). De uitbreiding ten opzichte van de huidige situatie bedraagt 5.900 m² winkelvloeroppervlakte (wvo¹). Om een afweging te maken ten aanzien van een goede ruimtelijke ordening is het noodzakelijk om te verantwoorden dat sprake is van een actuele regionale behoefte en dat deze behoefte niet op te vangen is in bestaand stedelijk gebied. Ook dient een analyse gemaakt te worden van de (ruimtelijke) effecten als gevolg van de voorgenomen ontwikkeling.

STATUS VAN DEZE RAPPORTAGE

Het plan voor verplaatsing en uitbreiding van Tuincentrum Coppelmans is in juni 2016 vernietigd door de Raad van State. Deze vernietiging is te wijten aan gebreken in de onderbouwing van de actuele regionale behoefte en mogelijke effecten op de bestaande winkelstructuur. De belangrijkste gebreken die geconstateerd zijn:

- In de plantoelichting zijn de uitgangspunten voor het aantonen van de regionale behoefte onvoldoende onderbouwd, danwel niet toegelicht waarom hiervan uitgegaan kan worden;
- In de plantoelichting is bij toetsing niet uitgegaan van de maximale planologische mogelijkheden in bestaande bestemmingsplannen;
- In de plantoelichting dient de motivatie dat geen onaanvaardbare effecten of extra leegstand ontstaat nauwkeuriger/deugdelijker te worden toegelicht.
- In de plantoelichting is onvoldoende gemotiveerd dat de ontwikkeling van het tuincentrum leidt tot behoud en versterking van de lokale detailhandelsstructuur en het bestaande distributieve verzorgingsniveau.

Deze rapportage is een update van de bestaande rapportages die ten grondslag zijn gelegd aan het bestemmingsplan. De gebreken zijn in deze rapportage nader toegelicht en verwerkt.

¹ Het oppervlak van een (winkel)unit dat voor het publiek vrij toegankelijk dan wel zichtbaar is inclusief de ruimten die direct met de verkoop samenhangen. Bij tuincentra betreft het de overdekte ruimten. Alle ruimten die aan weersinvloeden onderhevig zijn (buitenruimte, onder afdak, etc. behoren niet tot de winkelvloeroppervlakte (Locatus 2016).

1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

De Ladder is opgenomen in de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) van het Rijk en per 1 oktober 2012 als motiveringseis in het Bro. De tekst uit het Bro luidt als volgt:

‘De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, voldoet aan de volgende voorwaarden:

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, en;
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.’

De Ladder is van toepassing op een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt. Wij noemen dit trede 0.

Figuur 1: schematisch overzicht Ladder voor duurzame verstedelijking



Bron: Ministerie van I&M, 2012. Bewerking stec groep, 2016.

1.3 Trede 0: Uitbreiding en verplaatsing van Coppelmans in Nuenen is een nieuwe stedelijke ontwikkeling en daarmee Ladderplichtig

Om te bepalen of sprake is van een Ladderplichtige ontwikkeling is van belang of sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Artikel 1.1.1. van het Bro geeft de volgende definitie voor een stedelijke ontwikkeling:

‘Ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocatie of andere stedelijke voorzieningen’.

Het plan maakt planologisch 8.900 m² wvo aan tuincentrum mogelijk (5.900 m² wvo meer dan in de bestaande situatie) en is daarmee Ladderplichtig.

1.4 Het verzorgingsgebied voor tuincentrum Coppelmans is Nuenen en directe omgeving

Grootschalige tuincentra (van circa 6.000 m² wvo en groter) hebben een bovenlokaal verzorgingsgebied. Het exacte verzorgingsgebied van een tuincentrum is vooral afhankelijk van het type tuincentrum, de bereikbaarheid / infrastructuur en de bestaande winkelstructuur (verspreiding van tuincentra) in de omgeving. Nuenen bevindt zich tussen de steden Eindhoven en Helmond. Gezien de verspreiding van tuincentra in de directe omgeving, de bestaande verbindingen en reisafstand tussen de verschillende kernen verwachten we het grootste deel van de consumenten vanuit de gemeenten Nuenen c.a., Eindhoven, Helmond, Son en Breugel en Geldrop-Mierlo komt. We zien dit dan ook als het (primaire) verzorgingsgebied van Tuincentrum Coppelmans. We beoordelen de ontwikkeling op dit schaalniveau. Effecten buiten dit gebied zullen naar verwachting zo verspreid zijn dat er geen sprake zal zijn van een ruimtelijk effect.

We keken voor de afbakening van de marktregio naar de meest recente meting van de koopstromen² in de regio Zuidoost-Noord-Brabant (Metropoolregio Eindhoven). Specifiek onderzochten we de binding en afvloeiing van koopkracht van inwoners van (inwoners uit) dit gebied ten aanzien van Doe-het-zelf- en Tuinartikelen. Het blijkt dat de genoemde vijf gemeenten een binding aan de eigen gemeente hebben van 61-73%. Bovendien ligt de binding aan de andere vier gemeenten tussen 5% (Helmond) en 28% (Geldrop-Mierlo). Dit betekent dat circa 90% van de aangekochte producten in Doe-het-zelf- en Tuinartikelen gekocht werd in de marktregio. Er is bovendien sprake van toevloeiing uit omliggende gemeenten (niet zijnde de marktregio) die tussen 10 en 20% ligt. We kunnen dus stellen dat de gekozen marktregio het beste aansluit bij het consumentengedrag. Ondanks aanbodontwikkelingen in de periode 2009-2016, zowel binnen (Intratuin in Nuenen) als buiten (Hornbach in Best) de marktregio, achten we het afgebakende gebied nog steeds als primair verzorgingsgebied van het tuincentrum Coppelmans.

Figuur 2: Marktregio Tuincentrum Coppelmans Nuenen



² Koopstromenonderzoek SRE 2009, uitgevoerd door BRO.

1.5 Plan tuincentrum Coppelmans in relatie tot relevant beleid

Voor de legitimatie van winkelplannen is detailhandelsbeleid meestal cruciaal. Daarom worden hieronder de voor de ontwikkeling relevante beleidsafspraken belicht.

Relevante beleidstekst	
Provinciaal beleid	• In de provinciale verordening is opgenomen dat ontwikkelingen in de detailhandel zoveel mogelijk geconcentreerd worden in bestaande winkelgebieden, mits dit in schaal en maat mogelijk is (in te passen is). • Ontwikkelingen die het lokale niveau overstijgen maar die niet bovenregionaal zijn, worden besproken in de regionale ruimtelijke overleggen. • Ruimtelijke ontwikkelingen moeten voldoen aan de uitgangspunten van de Ladder voor duurzame verstedelijking
Regio (Stedelijke Gebied Eindhoven)	SGE heeft in december 2014 haar detailhandelsvisie gepubliceerd. De belangrijkste doelstellingen van het beleid zijn: • Samenhang en complementariteit in de detailhandelsstructuur. Optimaliseren / uitbreiding van een winkelgebied mag niet leiden tot een andere verzorgingsfunctie binnen de structuur (lokaal, regionaal, bovenregionaal). • Streven naar een ruimtelijke concentratie van winkelvoorzieningen. • Behoud en versterking van de bestaande winkelstructuur. Primaire locaties zijn de bestaande winkelconcentratiegebieden. • Bewaken evenwicht detailhandel in centrumgebieden en grootschalige concentraties. Het behouden van een gezond perspectief voor de lokaal verzorgende centra. • Structuurversturende effecten op bestaande winkelconcentratiegebieden zijn niet toelaatbaar. • Initiatieven dienen de bestaande identiteit, positionering en profilering van winkelgebieden te versterken en de aantrekkelijkheid te vergroten. Specifiek voor tuincentra (en megabouwmakten) is het uitgangspunt een concentratie van winkelvoorzieningen. Indien een vestiging niet ruimtelijk inpasbaar is wordt een vestiging buiten de aangewezen winkelgebieden en perifere locaties niet op voorhand uitgesloten. Met name locaties in de randzones van de bebouwde kom van kernen kunnen eventueel in aanmerking komen. Concrete initiatieven worden op basis van de locatievoorwaarden en effecten op de detailhandelsstructuur beoordeeld. Bovendien dient het initiatief te worden getoetst door 1loket³.
Gemeente	De gemeente Nuenen heeft in 2009 de 'Structuurvisie Nuenen c.a.' vastgesteld. Hierin staan geen nadere eisen ten aanzien van detailhandel. Wel wordt aangegeven dat het behoud en versterking van het kernwinkelapparaat van belang wordt geacht. Specifiek voor het centrum van Nuenen is aangegeven dat "het verhogen van de kwaliteit en de aantrekkelijkheid van het gehele centrum als winkelgebied een hoge prioriteit krijgt bij alle ontwikkelingen."

³ 1loket is een gezamenlijk loket waar huisvestingsvragen van ondernemers in het Stedelijk Gebied Eindhoven worden besproken en verder geleid.

2 Markt en behoefte

2.1 Locatieprofiel Tuincentrum Coppelmans

Tuincentrum Coppelmans Nuenen is momenteel gevestigd aan de Vorsterdijk 12 en heeft een omvang van circa 3.000 m² wvo. Dit tuincentrum zal verplaatst worden binnen Nuenen naar de hoek van de Europalaan en de Kapperdoesweg. De nieuwe locatie heeft een beoogde omvang van circa 8.900 m², waardoor het een uitbreiding van 5.900 m² wvo betreft. Daarnaast is er nog een gedeelte buitenverkoop (ca. 1.500 m²).⁴ Om een vergelijking met deze cijfers mogelijk te maken zijn de vierkante meters buitenruimte buiten beschouwing gelaten.

In het Tuincentrum Coppelmans kunnen – conform bestemmingsplan – de volgende artikelgroepen worden aangeboden:

- Levend basis assortiment: tuinplanten, kamerplanten, bloemen, bollen en zaden;
- Niet levend basis assortiment: gereedschap, decoratie buitenhuis & binnenhuis (sfeer & interieur), klein en groot tuinonderhoud, tuinmeubelen;
- Kerstartikelen en andere feestdagen gerelateerde artikelen tot een maximum van 15% van het verkoopvloeroppervlak;
- Dierbenodigdheden en -voerders, huis- en hobbydieren met een maximum van 10% van het verkoopvloeroppervlak;
- Ondergeschikte horeca met een maximum van 5% van het verkoopvloeroppervlak;
- Overige (ondergeschikte/ondersteunende) detailhandel met een maximum van 5% van het verkoopvloeroppervlak, waarbij een supermarkt is uitgesloten.

In het vigerende bestemmingsplan voor de uitbreidingswijk Nuenen West is geen plek voor Tuincentrum Coppelmans op de huidige locatie (wegbestemd). Daarom is gezocht naar een nieuwe locatie voor het tuincentrum binnen Nuenen. Uit een locatiestudie is de locatie op de hoek Europalaan-Kapperdoesweg als beste naar voren gekomen.

Om een afweging te maken in het kader van de Ladder is het zoals eerder genoemd noodzakelijk om te verantwoorden dat sprake is van een actuele regionale behoefte aan een tuincentrum en dat deze behoefte niet op te vangen is in bestaand stedelijk gebied. Omdat het gaat om een netto uitbreiding van 5.900 m² wvo (de huidige bestemming komt namelijk te vervallen), toetsen we deze uitbreiding aan de Ladder. Daarbij gaan we ervan uit dat het programma zoals dat is opgenomen in het bestemmingsplan (zie hierboven) tot een regulier assortiment behoort voor een tuincentrum. Vanuit onze expertise, referenties en op basis van brancherapporten is namelijk gebleken dat het beoogde assortiment overeenkomt met gangbare assortimenten in een tuincentrum. In de omzetcijfers (die als basis dienen voor de berekeningen voor marktruimte) zijn de bestedingen over alle productgroepen binnen een tuincentrum verdisconteerd.

2.2 Trends & ontwikkelingen branche voor tuinentra

Herstel in detailhandel non-food, zeker ook bij tuinentra (+8% omzet sinds 2013)

Detailhandel in non-food is een branche die tot voor kort flink onder druk stond en door diverse ontwikkelingen, zoals internetverkoop en branchevervaging, grote veranderingen ondergaat. De omzet daalde vanaf 2010 jaarlijks, maar liet in 2014 voor het eerst een stabilisatie zien⁵. Deze lijn heeft zich in 2015 (en ook in 2016) versterkt doorgezet, met in 2015 een groei van 1,3%.⁶ Deze ontwikkeling zien we ook terug in de omzetcijfers bij tuinentra (op basis van cijfers van het CBS); de omzet steeg tussen 2013 en 2015 met

⁴ De vierkante meters buitenruimte zijn bij de bestedingscijfers en cijfers over omzet per m² verdisconteerd in de aanwezige meters binnenruimte.

⁵ Rabobank Cijfers & Trends, 2015

⁶ www.detailhandel.info

8,2%, naar ruim 1,15 miljard euro. De vooruitzichten voor de komende jaren zijn gunstig, mede gelet op de economische groei en aantrekkende bouwproductie in de woningbouw.

Tuincentra schalen op: steeds groter en diverser

Het aantal tuincentra in Nederland neemt al een aantal jaren af (-7% sinds 2013) en de verwachting is dat dit de komende jaren nog doorzet⁷. De gemiddelde omvang van tuincentra nam tegelijkertijd sterk toe (+2,5% sinds 2013). Deze tegengestelde bewegingen zijn het gevolg van schaalvergroting en concentratie, waardoor er in de tuinbranche minder vestigingen zijn, maar een gelijkblijvend of zelfs hoger aantal vierkante meters. Als gevolg van verbreding van het aanbod spelen tuincentra in op de wensen van de consument (producten voor in en om het huis) en beleving (dagje uit). Hoewel tuincentra het belangrijkste kanaal voor de levende productcategorieën blijven (bijv. kamerplanten, snijbloemen, bollen, zaden), is een toename te zien in verkoop van aanverwante artikelen (zoals potten, vazen, etc.). Bovendien neemt de diversiteit in productgroepen toe. Het assortiment wordt hierdoor dieper. In plaats van vijf verschillende potten, worden tegenwoordig 30 verschillende potten aangeboden (kleuren, maten, materiaal, etc.). Ook de presentatie van producten is ruimer opgezet dan voorheen. Volume- of palletverkoop zorgen voor een aanvullende ruimtebehoefte in tuincentra.⁸

Daarnaast neemt het aantal bestedingen via internet toe. In 2014 was het totaal online aandeel in bestedingen binnen tuinproducten 14,2% (met name in niet-levend categorieën).⁹ Een groot deel van de online verkochte producten komt voor rekening van de bestaande (fysieke) retailers.

Overwegend verspreide bewinkeling en breder dan alleen productgroep 'planten'

Tuincentra zijn voornamelijk gevestigd op locaties buiten de stad. Het aandeel 'verspreide winkels' in het totaal aantal verkooppunten is bijna 94%. Bijna 4% is gevestigd op grootschalige concentraties. Dat een tuincentrum bij voorkeur solitair gelegen is, heeft te maken met de omzet per m² in relatie tot huur/koopprijzen op grootschalige concentraties. Voor een tuincentrum is het niet mogelijk om bij hogere huur- en koopprijzen een rendement te behalen.

De structuurnota Tuincentra 2013-2018 geeft een beeld van de omzet van tuincentra. Hieruit blijkt dat in tuincentra verreweg de meeste omzet halen in productgroepen gericht op tuin, tuinonderhoud en tuinartikelen. Zie onder staande tabel.

Tabel 1: Omzet per productgroep tuincentrum

Productgroep	Aandeel in omzet tuincentrum
Groot onderhoud	16%
Eenjarige planten	12%
Meerjarige planten	19%
Bloemen/planten binnenshuis	13%
Klein onderhoud tuin	4%
Potten/vazen/schalen	5%
Gereedschappen/tuinartikelen/BBQ	16%
Dierenartikelen	5%
Kerstartikelen	7%
Overig	4%

Bron: Structuurnota Tuincentra 2013-2018

Meer beleving en inspelen op totaalbehoefte van de consument

Gemak en beleving spelen een steeds grotere rol bij consumenten om een tuincentrum te bezoeken. Grootschalige tuincentra beschikken steeds vaker over horecagelegenheden en een steeds groter en

⁷ www.detailhandel.info

⁸ Structuurnota Tuincentra 2.0 (2013-2018), Tuinbranche Nederland, 2013

⁹ GfK, Tuinbranche Nederland

diverser assortiment. Een tuincentrum wordt door veel consumenten als een 'dagje uit' gezien. De consument bezoekt tuincentra ook als leisure activiteit en wenst verrast te worden. Grotere tuincentra trekken mensen uit een groter gebied (regionaal).

Vier typen tuincentra, kleinere centra specialiseren of verdwijnen

Tuincentra zijn ontstaan vanuit verschillende bedrijfstakken (zoals hoveniers, boomkwekerijen, bloemisterijen en zaadhandel) waardoor er verschillende type tuincentra zijn. In de tuinbranche worden tegenwoordig vier typen tuincentra onderscheiden¹⁰.

Type tuincentra conform Structuurnota 2013-2017

Type I

Het groencentrum ligt nog het dichtst bij het tuincentrum zoals het circa 50 jaar geleden begonnen is. Vanuit de kwekerij begon men steeds vaker planten te verkopen en langzamerhand kwamen daar potten, aarde en bemestingsstoffen bij. Vaak is nog daadwerkelijk sprake van een kwekerij bij het tuincentrum. Soms is de kwekerijfunctie verdwenen maar ligt de nadruk nog wel sterk op groen. Als nieuwe economische drager kan een groencentrum een waardevolle bijdrage leveren aan een vitaal platteland.

Type II

Het traditionele tuincentrum is veelal gelegen aan de rand van het dorp of de stad en is sterk op die kern gericht. Het assortiment heeft zich in de loop der jaren uitgebreid naar alles wat met de tuin te maken heeft. Waarbij de tuin vaak gezien wordt als verlengstuk van de woonkamer. De nadruk ligt op de tuin en alles wat daarmee te maken heeft.

Type III

Sinds het begin van deze eeuw is dit tuincentrum type sterk in opkomst. Bij dit type tuincentrum wordt de combinatie van binnen- en buitenleven veel verder doorgevoerd dan in het type II tuincentrum. Er wordt sterk ingespeeld op woontrends en het onderscheid tussen de binnentuin en de buitenkamer is steeds minder goed te maken. De nadruk ligt op alles wat met leven in en om het huis te maken heeft.

Type IV

Dit type tuincentrum zal naast de verkoop vooral moeten voorzien in de behoefte van consumenten aan vermaak en beleving. [...] Het gaat hier om zeer grootschalige vestigingen, waarbij het tuincentrum een dagje uit is geworden.

¹⁰ Structuurnota Tuincentra 2013-2018, Tuinbranche Nederland, 2013.

In onderstaande tabel de belangrijkste kenmerken.

Tabel 2: Kenmerken typen tuincentra

	Type I	Type II	Type III	Type IV
Omvang perceel	Max. 5.000 m ²	4.000 - 7.000 m ²	5.000 - 10.000 m ²	> 7.000 m ²
Overdekt wvo	500 - 2.000 m ²	1.000 - 2.500 m ²	2.000 - 6.000 m ²	> 6.000 m ²
Niet overdekt m ²	500 - 2.500 m ²	500 - 2.500 m ²	500 - 2.500 m ²	500 - 2.500 m ²
Aantal parkeerplaatsen	10 - 50	25 - 60	50 - 150	> 150
Ligging	Landelijk gebied, mogelijk agrarische bestemming en perifeer stedelijk gebied	Perifeer stedelijk gebied	Stedelijk gebied Grootschalige detailhandelsvestiging	Stedelijk gebied Grootschalige detailhandelsvestiging
Aankoopgedrag	Doelgerichte aankopen	Doelgerichte aankopen	Doelgerichte aankopen en deels recreatief winkelen	Recreatief winkelen
Horeca	Koffiecorner	Lunchroom	Restaurant	Restaurant

Bron: Structuurnota Tuincentra 2013-2018, Tuinbranche Nederland, 2013.

Type I kan omschreven worden als het traditionele groencentrum (met vaak nog een kwekerijfunctie), type II als het traditionele tuincentrum aan de rand van het dorp of de stad. Tuincentra van type III en IV zijn vaak gelegen op PDV-locaties of solitair. Het verschil tussen beide zit vooral in de schaal en (daarmee samenhangend) de breedte van het assortiment. De grotere tuincentra (type IV) met een breed assortiment en regionale aantrekkingskracht groeien uit tot complete productaanbieders, met een uitgebreid aanbod huis en tuin. Dit sluit aan op de vraag vanuit de consument naar beleving en service.

Als gevolg van de bovengenoemde trends en ontwikkelingen in de sector is de tendens zichtbaar dat kleinere tuincentra lastig overleven en niet mee kunnen gaan in de hogere attractiviteitswaarde van de winkel. Een aantal bedrijven focust daarom op specialistische activiteiten (zoals planten in combinatie met kwekerij) om het hoofd te kunnen bieden aan grootschalige ontwikkelingen. Als gevolg van de trends en ontwikkelingen is er een tendens zichtbaar naar grotere tuincentra, die inspelen op de beleving, service en gemak bij de consument. Dit betekent een groter, completer, dieper en diverser aanbod in tuincentra. De tuincentra die inspelen op deze consumentbehoefte zijn groter in omvang en de kenmerken komen overeen met een Type IV tuincentrum, zoals hierboven genoemd.

2.3 Aanbod tuincentra in de marktregio

Voor de analyse van het aanbod aan tuincentra is het van belang om onderscheid te maken in de vierkante meters winkelvloer die mogelijk wordt gemaakt in diverse bestemmingsplannen (1) in de marktregio, de daadwerkelijke invulling (2) en het gebruik van de winkelmeters (3). We beschouwen het aanbod zowel kwantitatief als kwalitatief.

2.3.1 Aanbod kwantitatief

12 verkooppunten met maximaal planologische mogelijkheden voor 40.600 m² wvo voor tuincentra

In de marktregio zijn 12 verkooppunten te vinden die een gezamenlijk planologische mogelijkheden bieden tot een oppervlakte van 40.600 m² wvo (tabel 3).

Tabel 3: Aanbod tuincentra in marktregio (maximale planologische mogelijkheden)

Naam tuincentrum	Plaats	wvo Locatus	wvo correctie Stec Groep (obv. maximale mogelijkheden in bestemmingsplan) en verhouding 0,8 bvo/wvo	Type tuincentrum (conform tabel 2) en gebaseerd op assortiment en omvang winkel
Soontiëns	Eindhoven	3.000	3.000	I-II
Collse Waterlelie	Eindhoven	80	80	geen
Praxis Megastore en Tuin	Eindhoven	-	6.800	II-III
Groenrijk Geldrop	Geldrop	2.500	2.500	I-II
Peter v Gennep	Helmond	550	550	I
Rens van Dijk	Helmond	1.500	3.120	geen
Van der Velden	Helmond	3.500	5.500	II-III
Coppelmans	Helmond	3.500	5.720	II-III
Coppelmans	Nuenen	3.000	3.000	II-III
Intratuin	Nuenen	3.000	8.330	IV
Kwekerij Janssen ¹¹	Nuenen	n.v.t.	1.000	I
Bloemkwekerij 't Schuurke ¹¹	Nuenen	n.v.t.	1.000	I
Totaal			40.600	

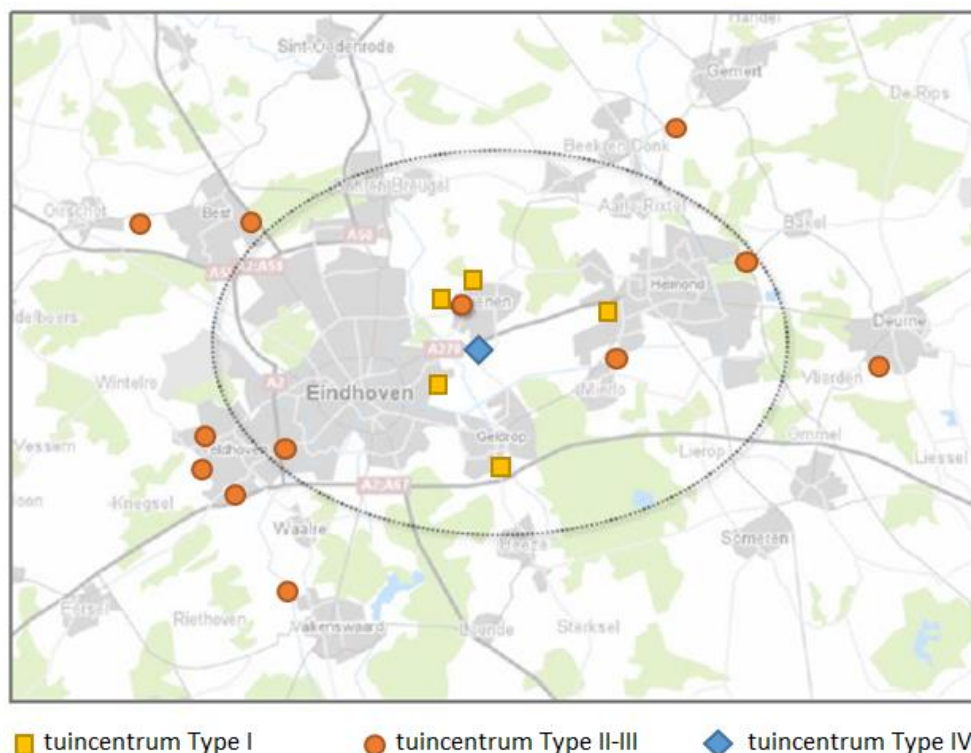
In de tabel is gekeken naar de maximale planologische mogelijkheden in de bestemmingsplannen. Dit betekent dat niet uitsluitend is gekeken naar de registratie van Locatus, maar er is gekeken naar de mogelijkheden vanuit planologisch-juridisch perspectief. Voor detailhandel (en ook voor tuincentra) is het gebruikelijk om het aanbod te meten in m² winkelvloeroppervlakte (wvo). Conform de definitie van Locatus betreft het enkel overdekte en verwarmbare ruimtes in de winkel (die toegankelijk zijn voor publiek). Buitenruimte wordt hier dus niet toe gerekend. De omzet die feitelijk in de buitenruimte wordt gerealiseerd, wordt toegerekend aan de binnenruimte. Dit is conform de gehanteerde landelijke omzetkengetallen, zoals vloerproductiviteitscijfers. Aangezien niet alle bestemmingsplannen een maximaal aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak voorschrijven, hanteren we een omrekenfactor om de bebouwingsmogelijkheden te vertalen naar vierkante meters winkelvloer. We hanteren hiervoor de gebruikelijke factor 0,8. (dus 100 m² bvo = 80 m² wvo).

¹¹ Bloemkwekerij 't Schuurke en Kwekerij Janssen in Nuenen hebben een andere status. Deze locaties worden niet beschouwd als tuincentra (Locatus) en zijn ook bestemmingsplantechnisch niet bestemd als tuincentrum (beide zijn aangeduid als 'kwekerij' in het geldende bestemmingsplan Buitengebied). Als we kijken naar de feitelijke situatie is er bij beide kwekerijen circa 1.000 m² wvo aan verkoopruimte

De volgende wijzigingen zijn doorgevoerd:

- Voor de Praxis Megastore en Tuin geldt dat deze bouwmarkt een aanzienlijk assortiment tuin heeft. Dit gedeelte nemen we mee in de omvang (in vierkante meters) van tuincentra in de marktregio.¹² Het (maximale) winkelvloeroppervlak bedraagt circa 6.800 m² wvo voor het tuincentrumdeel.¹³
- Rens van Dijk in Helmond heeft volgens Locatus een oppervlakte van 1.500 m² wvo. Echter, als we kijken naar de planologische mogelijkheden, dan blijkt dat het bouwvlak voor het bedrijf circa 3.900 m² bedraagt. Gelet hierop is een maximale winkelvloer van 3.120 m² wvo mogelijk op de locatie. Dat dit in de toekomst hoogstwaarschijnlijk niet gerealiseerd gaat worden heeft te maken met een woning die op het bouwvlak is gelegen. Deze woning, met een WOZ-waarde van € 450.000-500.000 (bron: kadasterdata), zal voor de uitbreiding van het tuincentrum geamoveerd moeten worden. Deze extra kosten zijn op voorhand een struikelblok. Ook dan zijn de planologische mogelijkheden beperkt voor vestiging of doorgroei naar een type IV tuincentrum.
- Coppelmans Helmond heeft een winkelvloeroppervlakte van 3.500 m² volgens de data van Locatus. In het bestemmingsplan is echter ruimte voor uitbreiding. Het bouwvlak in het bestemmingsplan laat een ontwikkelruimte zien (incl. vrijstellingsmogelijkheden) tot 5.720 m² wvo (een toevoeging van 2.220 m² wvo is hier dus mogelijk). De eigenaar van de locatie heeft aangegeven geen gebruik te gaan maken van deze uitbreidingsmogelijkheden en de voorkeur te geven aan verplaatsing naar een andere locatie in Helmond. De planstatus van de nieuwbouw is dat de procedure hiertoe nog niet is opgestart.
- In Locatus wordt voor tuincentrum Van der Velden in Helmond met een oppervlakte van 3.500 m² wvo gerekend. Uit onze meting blijkt dat het om ongeveer 5.500 m² wvo gaat. Inmiddels is dit tuincentrum gesloten. De planologische mogelijkheden zijn nog wel in stand. De omvang en planologische mogelijkheden maken de vestiging van een type IV tuincentrum op deze plek niet mogelijk.
- De uitbreiding van Intratuin in Nuenen is (nog) niet doorgevoerd in de data van Locatus. Dit hebben we aangepast conform de maximale mogelijkheden in het bestemmingsplan: 8.330 m² wvo.

Figuur 3: Tuincentra in marktregio (en in schil daarbuiten), naar type



¹² Bestemmingsplan: I Reconstructie Poot van Metz/Noord Brabantlaan. Overigens wordt de omzet en productiviteit van deze meters bij Praxis conform geldende statistieke toegerekend aan de groep 'bouwmarkten'. Dit omdat de Locatus-registratie aangeeft dat de volledige oppervlakte van dit pand te boek staat als een 'bouwmarkt'.

¹³ Een en ander is ook zo geconcludeerd in rapportages van BRO, aangeleverd in vorige procesmomenten van het bestemmingsplan Kapperdoes door Boskamp&Willems. Het daadwerkelijke gebruik van het pand en perceel als tuincentrum wijkt hier overigens (sterk) van af, zie elders in rapportage.

Planologisch aanbod ligt gelijk aan landelijk gemiddelde

Het maximale planologische aanbod aan tuincentra in de marktregio komt daarmee op 40.600 m² wvo. Landelijk zijn er circa 1,7 miljoen vierkante meters winkelruimte aan tuincentra. Dit betekent dat per 1.000 inwoners circa 100 m² wvo beschikbaar is aan winkelvloeroppervlakte. In de marktregio blijkt dat dit circa 103 m² wvo per 1.000 inwoners bedraagt. Dit betekent dat er een gemiddeld aantal meters (planologisch) beschikbaar zijn in de marktregio. Bij realisatie van (de verplaatsing en uitbreiding van) het tuincentrum Coppelmans wordt het (theoretisch aanbod aan) winkelmeters voor tuincentra per 1.000 inwoners circa 118 m² wvo (gemeten naar de huidige inwoners in de marktregio).

In verhouding tot andere regio's is het aanbod in de marktregio (en Zuidoost-Brabant) laag

In onderstaande tabel kijken we naar de markt voor tuincentra per provincie, maar ook specifiek naar Zuidoost-Brabant (MRE) en de bepaalde marktregio voor tuincentrum Coppelmans. Uit de vergelijking blijkt dat in Noord-Brabant het aantal vierkante meters winkelvloer per tuincentrum (vestiging) achter blijft bij het landelijk gemiddelde en dat van de meeste provincies. Er zijn relatief veel tuincentra (verkooppunten) ten opzichte van andere provincies. Uit de cijfers blijkt dat het aantal m² wvo per 1.000 inwoners in de 1^e (grootweg Noord-Brabant, Gelderland en Flevoland) en 2^e schil (grootweg Friesland, Groningen, Drenthe, Overijssel, Limburg en Zeeland) rond de Randstad hoger ligt dan binnen de Randstad. Noord-Brabant, MRE en de marktregio blijven hier enigszins bij achter. Ook het aantal vierkante meters winkelvloer per 1.000 inwoners ligt lager dan gemiddeld en lager dan in de meeste andere provincies in Nederland. Dit wijst er op dat de tuincentra in Noord-Brabant gemiddeld kleiner zijn dan elders in Nederland. Ook in Zuidoost-Brabant (Metropoolregio Eindhoven - MRE) is de gemiddelde omvang van tuincentra lager dan in overige regio's. Zelfs al zou de ontwikkeling van alle planologische meters (inclusief de uitbreiding van Coppelmans) leiden tot een aanbod in de marktregio van 118 m² wvo per 1.000 inwoners, dan nog steeds is het aanbod in de marktregio vergelijkbaar met de provincies Friesland, Flevoland, Limburg en Overijssel.

Tabel 4: Benchmark vierkante meters tuincentrum per 1.000 inwoners

Provincie	Aantal verkooppunten	m ² WVO	WVO per 1.000 inwoners	Gemiddelde omvang tuincentrum in m ² WVO
Noord-Brabant	90	229.373	92	2.548
MRE	28	65.084¹⁴	87	2.324
Marktregio Coppelmans	12	40.600	103	3.383
Drenthe	28	49.517	101	1.768
Flevoland	11	46.152	114	4.195
Friesland	43	74.562	115	1.734
Gelderland	109	219.520	108	2.014
Groningen	17	34.793	60	2.046
Limburg	50	125.718	113	2.514
Noord-Holland	54	288.015	103	5.333
Overijssel	50	151.895	133	3.037
Utrecht	35	121.561	95	3.473
Zeeland	16	33.982	89	2.124
Zuid-Holland	77	249.325	69	3.238
Nederland	580	1.624.413	96	2.800

Bron: Locatus, november 2016, bewerking Stec Groep 2016

¹⁴ Incl. aanbod Praxis Megatore en Hornbach

Werkelijk gebruik van vierkante meters tuincentrum

De analyse van het aanbod conform de maximale planologische mogelijkheden geeft een beeld van de bestemde vierkante meters tuincentrum in de marktregio. Dit gaat echter voorbij aan een analyse van daadwerkelijk in gebruik zijnde meters. Dit is namelijk nodig om het initiatief van Tuincentrum Coppelmans te toetsen aan de (ruimtelijke) effecten en het beleid.

In onderstaande tabel hebben we de daadwerkelijk in gebruik zijnde winkelmeters tuincentra benoemd. Hieruit blijkt dat 24.460 m² wvo op dit moment in gebruik is als tuincentrum.

Tabel 5: Aanbod tuincentra in marktregio (daadwerkelijk in gebruik zijnde meters)

Naam tuincentrum	Plaats	wvo Locatus	wvo correctie Stec Groep (obv. daadwerkelijk gebruik)	Opmerking/toelichting (in de bijlage een nadere toelichting/verbeelding bij de opmerking / toelichting)
Soontiëns	Eindhoven	3.000	2.000	De (verwarmde) kas van Soontiëns is bijna 3.000 m ² waarvan 2.000 m ² WVO toegankelijk voor klanten.
Collse Waterlelie	Eindhoven	80	80	-
Praxis Megastore en Tuin	Eindhoven	n.v.t.	3.000	Praxis heeft een ruimte van maximaal 3.000 m ² WVO beschikbaar voor artikelen die bij een tuincentrum kunnen horen. Het tuincentrumdeel is, vormt een aparte, af te scheiden ruimte / kas.
Groenrijk Geldrop	Geldrop	2.500	2.000	Groenrijk Geldrop heeft een pand van 2.500 m ² waarvan 2.000 m ² WVO. De overige meters zijn magazijn.
Peter v Genneep	Helmond	550	550	-
Rens van Dijk	Helmond	1.500	200	Rens van Dijk heeft een pand van 1.500 m ² waarvan nagenoeg alles in gebruik is als verandaspecialist (verandaspecialist.nl). Een ruimte van maximaal 200 m ² is nog in gebruik als bloemenwinkel.
Van der Velden	Helmond	3.500	0	Van der Velden heeft een pand van 5.500 m ² . Van der Velden is failliet. Het pand is op dit moment voor ongeveer 1.500 m ² in gebruik als showroom voor een webwinkel van met name tuinhuisjes (igarden.nl).
Coppelmans	Helmond	3.500	3.500	-
Coppelmans	Nuenen	3.000	3.000	-
Intratuin	Nuenen	3.000	8.330	-
Kwekerij Janssen	Nuenen	n.v.t.	1.000	Beperkt tuincentrum-assortiment, hoofdzakelijk kwekerij
Bloemkwekerij 't Schuurke	Nuenen	n.v.t.	1.000	Beperkt tuincentrum-assortiment, hoofdzakelijk bloemist en kwekerij met enig cadeau- en decoratieartikelen
Totaal (werkelijk gebruik)			24.660	

Op basis van de daadwerkelijk in gebruik zijnde vierkante meters tuincentrum blijkt dat circa 25.000 m² wvo in gebruik is in de marktregio. Dit betekent grofweg 65 m² wvo per 1.000 inwoners in de marktregio en ver onder het landelijk gemiddelde. Hiermee zou de regio het op één na minste aanbod hebben in Nederland. Gemiddeld in Nederland is circa 100 m² wvo per 1.000 inwoners.

2.3.2 Aanbod kwalitatief

Type IV tuincentra ondervertegenwoordigd in Zuidoost-Brabant en de marktregio

Op basis van de trends en ontwikkelingen zagen we dat sprake is van schaalvergroting binnen de branche van tuincentra. Dit zien we terug in de ontwikkeling van het aantal tuincentra (dalend) en oppervlakte van een gemiddeld tuincentrum (stijgend). Deze ontwikkeling maakt dat tuincentra met een gemiddelde of te kleine omvang in de concurrentiestrijd met grote tuincentra zich in toenemende mate specialiseren om te kunnen overleven. Dit is ook terug te zien in de recente omzetcijfers van de grotere tuincentra (denk aan Intratuin en enkele zelfstandige grote tuincentra). Omzetten liggen boven het landelijk gemiddelde en stijgen. Dit betekent dat omzetten bij middelgrote tuincentra onder druk staan. Juist in deze groep zijn de afgelopen periode enkele faillissementen te betreuren geweest.¹⁵ Deze voorbeelden laten zien dat autonoom de markt verandert en dat tuincentra moeten investeren in de toekomst om de bedrijfsvoering duurzaam te versterken.

Tuincentrum Coppelmans speelt in op deze (kwalitatieve) trend in de tuincentrumbranche. Steeds meer tuincentra zijn genooddaakt om in te spelen op beleving en attractiviteit om de consument te behouden en aan te trekken. De tuincentra – type IV, zoals in 2.2 toegelicht – kennen doorgaans een oppervlakte van meer dan 6.000 m² winkelvloeroppervlakte en op solitaire locaties een perceel van circa 2,5 hectare. Voor de toetsing van het initiatief van Tuincentrum Coppelmans is het daarom noodzakelijk om een kwalitatieve toetsing van het aanbod toe te voegen aan de afweging of sprake is van een actuele regionale behoefte.

We zagen dat kwantitatief (tabel 4) de tuincentra in Noord-Brabant en in Zuidoost-Brabant gemiddeld genomen kleiner zijn dan elders in het land. We keken kwalitatief ook naar Type IV tuincentra in vergelijkbare regio's aan Zuidoost-Brabant en de marktregio. Regio Arnhem-Nijmegen, Stedendriehoek en Twente vergeleken we op het aanbod aan Type IV tuincentra. Hiervoor gebruiken we een overzicht van tuincentra aangesloten bij de Tuinbranche Nederland, gecombineerd met de oppervlaktecijfers van Locatus (data november 2016).

Belangrijkste conclusies:

- Landelijk is circa 20-25% van de aangesloten tuincentra bij Tuinbranche Nederland een type IV tuincentrum. Circa twee derde van de tuincentra in Nederland is aangesloten bij de beroepsvereniging, hoofdzakelijk de grotere tuincentra. 95% van alle type IV tuincentra zijn aangesloten bij Tuinbranche Nederland.
- In de regio Arnhem-Nijmegen (ca. 725.000 inwoners) zijn 6 type IV tuincentra (4x Intratuin, Overvecht en TuinWereld).
- In de regio Stedendriehoek (ca. 400.000 inwoners) zijn 4 type IV tuincentra (3x Intratuin en GroenRijk).
- In Twente (ca. 625.000 inwoners) zijn 5 type IV tuincentra (2x Intratuin en 3x zelfstandig).
- In Zuidoost-Brabant (ca. 750.000 inwoners) is 1 type IV tuincentrum (Intratuin in Nuenen) gelegen.

We zien dat het aanbod van Type IV tuincentra in Zuidoost-Brabant (MRE) sterk ondervertegenwoordigd is ten opzichte van andere regio's. Het blijkt dat landelijk circa 1 type IV tuincentrum aanwezig is op circa 150.000-175.000 inwoners. In sommige regio's waarmee we Zuidoost-Brabant vergeleken ligt dit nog lager. In Zuidoost-Brabant is er slechts 1 type IV tuincentrum op 750.000 inwoners. Ook in de gemiddelde omvang per vestiging zien we dit terug. Dit betekent dus dat er sprake is van een aanbod aan tuincentra in de marktregio en in de schil daaromheen waarbij wel veel aanbieders zijn, maar slechts een beperkt aantal grotere tuincentra. Ook in de marktregio geldt een soortgelijke conclusie. In dit gebied wonen circa 400.000 mensen, terwijl er maar 1 type IV tuincentrum gelegen is.

Voor bestaande aanbieders beperkt mogelijk om op te schalen

Uit voorgaande paragraaf is gebleken dat in de (markt)regio het aantal grootschalige tuincentra (Type IV) ondervertegenwoordigd is. Gelet op de consumentbehoefte naar grotere tuincentra met een compleet en

¹⁵ We denken onder andere aan tuincentrum Van der Velden in Helmond (circa 5.000 m² wvo) en GroenRijk in Veldhoven (circa 4.500 m² wvo)

divers aanbod (en inspeland op beleving, service en gemak) is de voorzieningenstructuur voor tuincentra in de marktregio niet optimaal. Naast de planologische mogelijkheden en het werkelijk gebruik van tuincentrum vierkante meters kijken we of het binnen de bestaande capaciteit mogelijk is om 'op te schalen' naar een type IV tuincentrum (als onderdeel van trede 2 van de Ladder). Het criterium dat we hiervoor hanteren is een minimale oppervlakte van 6.000 m² wvo (7.500 m² bvo) en een kavel van circa 2,5 hectare (voor parkeren en voor buitenruimte).

Tabel 6: Mogelijkheden voor opschalen tuincentra in marktregio

Naam tuincentrum	Plaats	Maximale mogelijkheden in bestemmingsplan (bvo en wvo), in m ²	Oppervlakte kavel	Type IV mogelijk?
Soontiëns	Eindhoven	3.000 / 2.000	1,4 hectare	Nee
Collse Waterlelie	Eindhoven	80 / 80	-	Nee
Praxis Megastore en Tuin	Eindhoven	6.800 / 6.800	3 hectare	Nee, overig deel perceel in gebruik als bouwmarkt, drive-in, parkeren en self storage
Groenrijk Geldrop	Geldrop	2.500 / 2.000	0,5 hectare	Nee
Peter v Gennep	Helmond	550 / 550	1,3 hectare	Nee
Rens van Dijk	Helmond	3.900 / 3.120	0,7 hectare	Nee, bovendien gedeeld gebruik kas en saneren woonhuis
Van der Velden	Helmond	5.500 / 5.500	2 hectare	Nee, bovendien is deel kas in gebruik als webshop
Coppelmans	Helmond	6.500 / 5.720	1,6 hectare	Nee, bovendien is (parkeer)terrein te klein
Coppelmans	Nuenen	3.000 / 3.000	-	Nee, bovendien vervalt bestemming
Intratuin	Nuenen	10.415 / 8.330	3 hectare	Ja, is ook ingevuld als Type IV tuincentrum
Kwekerij Janssen	Nuenen	1.000	-	Nee, bestemmingsplan buitengebied
Bloemkwekerij 't Schuurke	Nuenen	1.000	-	Nee, bestemmingsplan buitengebied

Uit bovenstaand overzicht blijkt dat geen enkele van de bestaande planologisch bestemde tuincentrum vierkante meters ingericht kan worden als Type IV tuincentrum (buiten het al gerealiseerde tuincentrum van Intratuin in Nuenen). Gelet op de bedrijfsvoering bij de diverse tuincentra met planologische mogelijkheden voor uitbreiding is het niet aannemelijk dat deze winkels opschalen. Enerzijds is het bedrijfseconomisch perspectief van een beperkte uitbreiding (met circa 2.000 m² wvo) matig. Anderzijds zijn diverse aanbieders met nog extra planologische ruimte (>2.000 m²) ook ruimtelijk beperkt in de mogelijkheden voor uitbreiding. Zo zagen we al dat substantiële uitbreiding bij Praxis Megastore in Eindhoven een afname van het aandeel bouwmarkt (kernactiviteit) tot gevolg heeft, is Rens van Dijk niet in staat de ruimte te benutten omdat deze deels verhuurd is en er een woonhuis op het perceel staat en heeft Coppelmans Helmond aangegeven geen gebruik te willen maken van de planologische ruimte omdat de plek zich niet leent voor een dermate groot tuincentrum (planologische mogelijkheden te klein). Herinvulling van Van der Velden lijkt niet kansrijk omdat er planologisch geen bestemde uitbreidingsmogelijkheden zijn en dus geen perspectief op een Type IV tuincentrum.

Kortom: de bestaande planologische mogelijkheden bieden geen perspectief om uit te breiden tot een volwaardig Type IV tuincentrum.

2.4 Marktruimte voor nieuwe initiatieven, specifiek voor Type IV Tuincentrum

Uitgangspunten bij berekening

Hieronder kort de uitgangspunten voor het DPO. We beschouwen hierbij hoofdzakelijk de marktsituatie in het verzorgingsgebied cq. marktregio. De verwachting is namelijk dat het leeuwendeel van de koopkracht uit deze regio afkomstig zal zijn.

Bevolkingsomvang:

Daar deze marktonderbouwing naar de toekomst (ten minste 10 jaar vooruit) kijkt, wordt een inschatting gemaakt van het aantal inwoners in het verzorgingsgebied eind 2026. Volgens de bevolkingsprognose van de Provincie Noord-Brabant (uitgaande van de meest recente prognoses oktober 2014) stijgt het inwoneraantal van 393.675 op 1 augustus 2016 naar 406.970 eind 2026.¹⁶

Omzet per inwoner:

Om de omzet per inwoners in de verschillende detailhandel segmenten te bepalen, baseren we ons op cijfers van Panteia (2016)¹⁷ en CBS (2015). Indien sprake is van een bovengemiddeld besteedbaar inkomen mag een correctie op de bestedingscijfers worden toegepast. Voor het verzorgingsgebied is dit niet het geval, het gewogen gemiddelde besteedbaar inkomen ligt gelijk aan het nationale gemiddelde.

Landelijk wordt – zo blijkt uit cijfers van Panteia (2016) – 69 euro per inwoner uitgegeven in tuincentra. We houden de bestedingen per inwoner naar de toekomst constant. Of dit reëel is moet in de toekomst blijken. In het verleden lagen de bestedingen hoger (circa 80 euro per inwoner). Recent waren de bestedingen per inwoner juist lager (circa 60 euro per inwoner). Sinds het einde van de recessie stijgen de bestedingen weer. De berekening betreft dus een momentopname.

Koopstromen

Bij de berekening van de marktruimte wordt vaak gebruik gemaakt van cijfers uit koopstromenonderzoek. De binding en toevloeiing worden op basis van deze cijfers ingeschat. Voor de marktregio dateert het meest recent uitgevoerde koopstromenonderzoek uit 2009.

WAARDE VAN KOOPSTROMENONDERZOEK SRE 2009

Bij de marktruimteberekening (en de kritische noot die door appelanten naar voren is gebracht) wordt veel waarde gehecht aan koopstromenonderzoek. Voor de betreffende marktregio is dit onderzoek uit 2009. Sinds 2009 hebben zich diverse ontwikkelingen voorgedaan. Een van de ontwikkelingen is de schaalvergroting van Intratuin in Nuenen (verplaatsing en uitbreiding vanuit centrum van Nuenen naar Collse Hoefdijk in Nuenen). Deze vestiging is geopend in maart 2010. In het koopstromenonderzoek (gedateerd september 2009) is deze vestiging en daarmee gepaard gaande koopkrachtbinding en – toevloeiing niet meegenomen. Deze verplaatsing en uitbreiding is wel relevant gelet op het feit dat deze vestiging in Zuidoost-Brabant verreweg de grootste is. De cijfers uit 2009 – die wel door appelanten (advies van BRO) gebruikt worden om de gehanteerde koopstromen in onderzoeken voor Tuincentrum Coppelmans te bekritisieren – zijn daarom niet de enige waarheid. Als we bijvoorbeeld kijken naar recent onderzoek over tuincentra door BRO (o.a. bestemmingsplan Ekkersrijt – 2016 en Ruimtelijk-economische analyse Intratuin Duiven – 2016) wordt uitgegaan van circa 90% koopkrachtbinding (waarbij in het geval van Ekkersrijt een soortgelijke marktregio gehanteerd is).

Wij zijn van mening dat de – in eerder onderzoek – gehanteerde 80% past bij het marktgebied en ook aansluit bij de binding van een regio met enig Type IV tuincentrumaanbod. In de analyse gaan we echter ook uit van de – door appalanten - genoemde 70% (en stijging naar 75% als gevolg van versterkt aanbod).

¹⁶ De provinciale bevolkingsprognose van Noord-Brabant meet de bevolkingsomvang per 1-1 van dat jaar. Omdat de planperiode loopt van 2017 tot en met 2026 hanteren we 1-1-2027 als uitgangspunt. Voor de uitkomst van de berekening betekent dit een verschil van 100 m² vwo (kortom een verwaarloosbaar verschil).

¹⁷ Beschikbaar via www.detailhandel.info en Omzetkengetallen 2016

Koopkrachtbinding:

De koopkrachtbinding betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd worden. Gelet op de spreiding van de inwoners merken we het volgende op. Een deel van de inwoners uit het (noord)westelijke deel van Eindhoven zal voor haar tuincentrum-bestedingen ook aangewezen zijn op de omliggende gemeenten Veldhoven, Waalre, Valkenswaard en Best. Het aanbod in dit (Eindhovense) gebied is beperkt (wel aanwezig aanbod van Praxis Megastore en Tuin) en ook verbindingen van en naar de omliggende gemeenten zijn goed. Ten opzichte van andere stadsdelen zijn Strijp en Gestel overigens gemiddeld bevolkt ten opzichte van de andere stadsdelen. Overigens blijkt uit Koopstromenonderzoek (2009) niet dat er veel afvloeiing vanuit Eindhoven naar omliggende gemeenten gaat (circa 6 a 7% van de totale bestedingen in Doe-het-zelf en Tuinartikelen van inwoners van Eindhoven vloeit af naar deze gemeenten). Ook als we kijken naar de bestedingen en koopstromen vanuit Helmond constateren we dat er enige afvloeiing is naar gemeenten ten oosten van deze stad (Laarbeek en Asten-Somerem). Detailgegevens over de koopstromen van tuincentra zijn niet voorhanden. We baseren ons daarom op diverse praktijkvoorbeelden en gaan bovendien uit van een 'veilige' onderkant van de bestedingen en bindingspercentages.

We hanteren voor dit onderzoek een koopkrachtbinding van 80%. Hierbij baseren we ons op het Koopstromenonderzoek SRE uit 2009 en de wetenschap dat het aanbod in de marktregio sindsdien versterkt is (uitbreiding Intratuin in Nuenen tot Type IV tuincentrum). Gelet op de versterking van het aanbod als gevolg van de uitbreiding van Coppelmans in Nuenen, verwachten we dat een koopkrachtbinding van 80% in de toekomst nog relatief laag is. We houden hierbij overigens ook rekening met (gerealiseerde) uitbreidingsplannen buiten de marktregio (bv. Hornbach in Best).

KRITIEK OP GEHANTEERDE UITGANGSPUNTEN VAN KOOPKRACHTBINDING EN –TOEVLOEIING IN VORIGE RAPPORTAGES VAN STEC GROEP DOOR BRO

In vorige rapportages die gebruikt zijn als onderlegger voor het bepalen van de actuele regionale behoefte en een inschatting van de effecten als gevolg van de ontwikkeling van Tuincentrum Coppelmans heeft de aanname van een koopkrachtbinding van 80% en een koopkrachttoevloeiing van 10% tot kritiek van BRO geleid. Er werd hierbij door BRO betoogd dat sprake zou zijn van een afvloeiingseffect vanuit de marktregio (met name westzijde en zuidzijde van Eindhoven) naar Best, Veldhoven en Valkenswaard. Vooropgesteld: BRO baseert haar uitspraken op koopstromenonderzoek uit 2009 en voordat Intratuin in Nuenen werd vergroot.

Opvallend is daarnaast dat BRO in een rapportage als onderlegger voor het bestemmingsplan 'EKKERSRIJT; HOME & LIVING CENTRE' (vastgesteld mei 2016) uitgaat van een koopkrachtbinding aan de regio van 88-92%. De door BRO gehanteerde regioafbakening voor een tuincentrum alhier is de gemeenten Best, Eindhoven, Son en Breugel en Veldhoven. Gelet op de kritiek die geuit is op het bestemmingsplan Kapperdoes (Coppelmans) is deze stellingname opmerkelijk. Hoewel de marktregio verschilt, is niet te motiveren waarom de koopkrachtbinding significant hoger zou liggen dan die bij tuincentrum Coppelmans. Ook bij andere tuincentra hanteert BRO een koopkrachtbinding van ten minste 80-90%¹⁸. De elders door BRO gehanteerde percentages zijn vergelijkbaar met de door ons voor tuincentrum Coppelmans becijferde koopkrachtbinding. Waarom BRO deze verschillende uitgangspunten hanteert is onduidelijk. Een stelling waarbij de realisatie van de Hornbach in Best wordt genoemd als reden voor de hoge koopkrachtbinding aan de genoemde regio geldt in gelijk mate voor de door ons gehanteerde marktregio. Immers, met Intratuin Nuenen beschikt deze regio over het enige Type IV tuincentrum van heel Zuidoost-Brabant. Een stelling dat de opening van Hornbach in Best zou leiden tot een lagere binding in onze marktregio is daarmee onjuist en gaat in tegen de eigen bewering van BRO dat sprake is van een binding tussen 88 en 92% in geval van Ekkersrijt.

¹⁸ Duiven, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse uitbreiding Intratuin (BRO, 2016) en Son en Breugel, ruimtelijk-functionele onderbouwing bestemmingsplan Ekkersrijt; Home & Living Centre (BRO 2016).

Gelet op de voorgaande discussie over (koopstromen)cijfers is in deze rapportage gekozen om een scenario te schetsen waarbij ook wordt uitgegaan van 70% koopkrachtbinding nu en 75% in de toekomst. Wij zien dit als een 'worst case' scenario. We hanteren daarnaast een bindingspercentage van 80% als ons basisscenario. Gelet op de overwegingen hiervoor en ervaring/onderzoek op andere plekken achten wij dit een reëel uitgangspunt.

Koopkrachttoevloeiing

Opnieuw baseren we ons voor de koopkrachttoevloeiing – omzet die wordt gegenereerd door mensen die niet woonachtig zijn in het verzorgingsgebied – op de meest recente koopstroomonderzoeken, aangevuld met referenties van Stec Groep. We gaan voor het benoemde verzorgingsgebied uit van 10% aan toevloeiing van buiten het verzorgingsgebied voor de categorie tuincentra. Het sterke aanbod aan grote type IV tuincentra is hierbij een belangrijke trekker van omzet van buiten het verzorgingsgebied.

Gemiddelde omzet per m²

Voor de omzet per m² baseren we ons op de meest recente cijfers van Panteia (2016). Deze bedraagt € 675 per m² wvo. Een kanttekening hierbij: recent onderzoek (uit 2014 uitgevoerd door het Hoofdbedrijfschap Detailhandel – voorloper van de door Panteia opgestelde Ruimtelijke Omzetkengetallen) gaf een aanzienlijk lagere omzet per vierkante meter aan. Stel dat oudere kengetallen worden gehanteerd (bv. € 550 per m² wvo – tot voor kort gebruikelijk) dan is er veel meer marktruimte dan hierna gepresenteerd. Dit geeft aan dat de berekening een momentopname betreft. Juist op basis van de daadwerkelijk gerealiseerde omzetten bij tuincentra in de marktregio komen we tot de conclusie dat deze bovengemiddeld functioneren.

Marktruimteberekening en conclusies

In deze paragraaf wordt aangegeven hoe tuincentra economisch presteren. Hierbij zijn de uitgangspunten zoals in de vorige paragraaf beschreven gehanteerd.

We hanteren hierbij de volgende parameters voor de beschikbare voorraad:

- maximale planologische mogelijkheden: 40.600 m² wvo, zie tabel 3
- m² wvo daadwerkelijk in gebruik als tuincentrum: 24.660 m² wvo, zie tabel 5

Tabel 7: Huidig economisch functioneren tuincentra

	O.b.v. inschatting parameters (80% binding)	O.b.v. 'worst case' scenario (70% binding)
Aantal inwoners verzorgingsgebied	393.675	393.675
Bestedingen per hoofd (in €)	69	69
Bestedingspotentieel (in mln. €)	27,2	27,2
Koopkrachtbinding vanuit verzorgingsgebied	80%	70%
Totaal gebonden bestedingen vanuit verzorgingsgebied (in mln. €)	21,7	19
Koopkrachttoevloeiing van buiten verzorgingsgebied (in % totale omzet)	10%	10%
Totale omzet bestaand aanbod verzorgingsgebied (in mln. €)	24,1	21,1
Omvang bestaande planologische mogelijkheden in verzorgingsgebied (in m ² wvo)	40.600	40.600
Daadwerkelijk in gebruik zijnde meters (in m ² wvo)	24.660	24.660
Gemiddelde omzet per m ² wvo in Nederland (in €)	675	675
Economisch functioneren (in € per m ² wvo) – indien alle planologische meters gevuld zijn	595	520
Economisch functioneren (in € per m ² wvo) – op basis van in gebruik zijnde meters	980	855

Bron: Stec Groep, 2016

Huidig economisch functioneren tuincentra in verzorgingsgebied

Op basis van de bevindingen kunnen we conclusies trekken over het functioneren van tuincentra in het verzorgingsgebied. We gaan hierbij uit van de daadwerkelijk in gebruik zijnde meters. Het huidige functioneren van deze winkels (op basis van de bovenstaande berekening en waarneming) is hoger dan

landelijk gemiddelde (landelijk gemiddelde € 675 per m² en in de marktregio € 980¹⁹ per m²). De gepresenteerde cijfers geven een indicatie op basis van landelijke kengetallen en kunnen per bedrijf sterk afwijken. Bekend is dat met name Type IV tuincentra een iets hogere productiviteit per m² wvo realiseren dan kleinere tuincentra. Het beeld komt overeen met de gerealiseerde omzet per vierkante meter bij diverse tuincentra in de marktregio. We hebben inzicht in de omzetcijfers van enkele grotere tuincentra in de marktregio en concluderen dat deze een omzet draaien dat ver boven landelijk gemiddelde ligt. De gemiddelden heffen elkaar op.

Als we (theoretisch) kijken naar de maximale invulling van de planologische meters die in bestemmingsplannen mogelijk zijn, kunnen we concluderen dat het huidige economisch functioneren (in deze theoretische situatie) benedengemiddeld is (landelijk gemiddelde € 675 per m² en in de marktregio € 595²⁰ per m²).

Toekomstig economisch functioneren tuincentra in verzorgingsgebied

Op basis van de aangegeven uitgangspunten is de distributieve ruimte en het toekomstig economisch functioneren voor tuincentra berekend voor de marktregio. Uitgaande van de bevolkingsgroei zal een overaanbod (in theoretisch beschikbare tuincentrum meters) ontstaan. Deze uitbreidingsruimte is sterk afhankelijk van de daadwerkelijk gerealiseerde bevolkingsgroei. Op basis van het 'plafond van 2026' (circa 407.000 inwoners) ontstaat een overaanbod van circa 3.625 m² wvo (zie hieronder). Na toevoeging van Coppelmans (de uitbreiding van 5.900 m² wvo tuincentrum) ontstaat een overaanbod van circa 9.500 m² wvo.²¹ Let wel: het gaat hier over een theoretisch overaanbod. Zoals hiervoor benoemd is het niet aannemelijk dat alle (nog) beschikbare vierkante meters (in bestemmingsplannen) gerealiseerd gaan worden. Hiervoor zijn de plekken markttechnisch en/of qua locatie ongeschikt.

Tabel 8: Toekomstig economisch functioneren tuincentra

	2026 O.b.v. inschatting parameters (80% binding)	2026 O.b.v. 'worst case' scenario (75% binding)
Aantal inwoners verzorgingsgebied	406.970	406.970
Bestedingen per hoofd (in €)	69	69
Bestedingspotentieel (in mln. €)	28,1	28,1
Koopkrachtbinding vanuit verzorgingsgebied	80%	75%
Totaal gebonden bestedingen vanuit verzorgingsgebied (in mln. €)	22,5	21,1
Koopkrachttoevloeiing van buiten verzorgingsgebied (in % totale omzet)	10%	10%
Totale omzet bestaand aanbod verzorgingsgebied (in mln. €)	25,0	23,4
Omvang bestaande planologische mogelijkheden in verzorgingsgebied (in m ² wvo)	40.600	40.600
Daadwerkelijk in gebruik zijnde meters (in m ² wvo)	24.660	24.660
Gemiddelde omzet per m ² wvo in Nederland (in €)	675	675
Economisch functioneren (in € per m ² wvo) – indien <u>alle planologische meters</u> gevuld zijn INCLUSIEF COPPELMANS	535	505
Economisch functioneren (in € per m ² wvo) – op basis van <u>in gebruik zijnde meters</u> INCLUSIEF COPPELMANS	820	765
Uitbreidingsruimte in verzorgingsgebied (in m ² wvo) – nadat <u>alle planologische meters</u> gevuld zijn EXCLUSIEF COPPELMANS	-3.625	-6.000
Uitbreidingsruimte in verzorgingsgebied (in m ² wvo) – op basis van <u>daadwerkelijk in gebruik zijnde meters</u> EXCLUSIEF COPPELMANS	12.300	10.008

Bron: Stec Groep, 2016

Op basis van de uitgangspunten zien we dat het economisch functioneren als gevolg van de toename in het aanbod (uitbreiding Coppelmans) daalt met 10% ten opzichte van het huidige economisch functioneren

¹⁹ Of in het 'worst case' scenario € 855 per m² wvo.

²⁰ En € 560 per m² wvo in het 'worst case' scenario.

²¹ Gaan we uit van het 'worst case' scenario, dan is het overaanbod circa 6.000 m² wvo (en na realisatie van Coppelmans in Nuenen 12.000 m² wvo).

(uitgaande van de maximale planologische capaciteit) en 15% (uitgaande van de daadwerkelijk in gebruik zijnde meters).²² De daling ten opzichte van het daadwerkelijk in gebruik zijnde aantal vierkante meters betekent dat de tuincentra in de marktregio nog steeds bovengemiddeld presteren (en dat dus nog steeds ruimte is voor uitbreiding bij andere tuincentra).

Leegstand in de marktregio

In de marktregio (en daarbuiten) is de leegstand ongeschikt om de ruimtevraag van Coppelmans te bedienen. In totaal worden twee panden groter dan 4.500 m² wvo te huur/koop aangeboden. Het betreft een woonwinkel (met verdiepingvloer en beperkt buitenruimte) in Helmond en een verhuurd tuincentrum (ca. 4.500 m² wvo) in Veldhoven (De Run). Op dit moment is de laatste verhuurd als Huis en Tuin Outlet waar diverse producten aangeboden worden. Gelet op de omvang is dit pand ongeschikt voor de oppervlakte die nodig is voor realisatie van een Type IV tuincentrum.

In de marktregio is het pand van Van der Velden niet meer in gebruik als tuincentrum. Het pand wordt vooralsnog niet aangeboden. Bovendien is een deel (ca. 1.500 m² van de totale 5.500 m²) in gebruik als webshop voor tuinhuisjes. Het pand in geheel is te klein voor realisatie van een Type IV tuincentrum.

2.5 Conclusie ten aanzien van markt en de marktruimte

In dit hoofdstuk hebben we stil gestaan bij de ontwikkelingen in de markt voor tuincentra. Ook keken we specifiek naar het aanbod, economisch functioneren en marktruimte voor nieuw in de marktregio. De belangrijkste conclusies vatten we hierna samen:

- De markt voor tuincentra is sterk in beweging. Inzet op een breed assortiment, service, gemak en vermaak dwingen tuincentra om op te schalen. Een groot deel (25%) van de tuincentra is grootschalig. De toekomst van tuincentra ligt bij de Type IV tuincentra of bij kleinere specialistische tuinzaken.
- Uit een analyse van het aanbod in de marktregio (en breder de Metropoolregio Eindhoven) blijkt dat Type IV tuincentra ondervertegenwoordigd zijn in de marktregio.
- Het planologische aanbod (maximale planologische mogelijkheden) in de marktregio is groter (40.600 m² wvo) dan de daadwerkelijk in gebruik zijnde vierkante meters (circa 25.000 m² wvo).
- Op basis van de daadwerkelijk in gebruik zijnde vierkante meters is er sprake van voldoende uitbreidingsruimte voor Coppelmans in Nuenen en is sprake van bovengemiddeld economisch functioneren. Er zal dan ook geen enkel effect ontstaan als gevolg van de verplaatsing en uitbreiding van Coppelmans Nuenen.
- Er bestaat een kwalitatieve behoefte in de markt voor tuincentra om op te schalen naar Type IV. Coppelmans Nuenen speelt hier op in en wil opschalen naar Type IV tuincentrum. Uit een analyse van de beschikbare planologisch capaciteit is gebleken dat de huidige bestemde mogelijkheden niet kunnen voorzien in een Type IV tuincentrum.
- De verwachting is dat de bestaande planologische mogelijkheden (op privaat kavel, in het buitengebied of in een woonwijk) niet benut gaan worden. Het bedrijfseconomisch perspectief van deze plekken is onvoldoende kansrijk. Er kan immers geen Type IV tuincentrum gerealiseerd worden en een beperkte uitbreiding is onrendabel gelet op de marktontwikkelingen (middensegment onvoldoende specialistisch want te groot en onvoldoende groot om assortiment te verbreden en in te spelen op vermaak en beleving). In een scenario waarin een aantal bedrijven in de marktregio toch vergroot (we schatten in dat dit maximaal 60-70% van de meters betreft²³), blijft het aanbod onder het in 2026 verwachte haalbaar aanbod (van circa 38.000 m² wvo).

²² Gaan we uit van het 'worst case' scenario, dan is de daling respectievelijk 4 en 10%.

²³ We denken dan aan heringebruikname van Van der Velden, realisatie van de uitbreidingsruimte door Coppelmans Helmond, heringebruikname volledige hal door Rens van Dijk en vergroting tuincentrumdeel door Praxis.

3 Effectanalyse

In dit hoofdstuk gaan we in op de effecten die het planologisch mogelijk maken van de verplaatsing en uitbreiding van Coppelmans met zich mee brengt. We gaan in op de effecten voor tuincentra, effecten als gevolg van het gevoerde nevenassortiment en dierbenodigdheden en – voeding.

3.1 Tuincentra: ruimtelijke effecten tasten winkelstructuur niet aan

De uitbreiding van Coppelmans speelt in op trends en ontwikkelingen zoals schaalvergroting en beleving en biedt daarmee een optimale winkelervaring voor de consument. De uitbreiding van Coppelmans zorgt voor een toenemende aantrekkingskracht wat er toe leidt dat de lokale binding iets toeneemt en meer mensen van verder weg getrokken worden. De ruimtelijke effecten van de verplaatsing en uitbreiding van Tuincentrum Coppelmans zullen zich verspreiden over de tuincentra in de marktregio. We baseren ons hierbij op de doorontwikkeling van Coppelmans tot een Type IV tuincentrum.

Effecten voor tuincentra in Nuenen

Voor de winkelstructuur van tuincentra in de gemeente Nuenen verwachten we geen substantiële wijzigingen.

Het is niet uit te sluiten dat tuincentra in Nuenen enige extra concurrentie gaan ondervinden en als gevolg daarvan omzet verliezen. De tuincentra in Nuenen richten zich echter (deels) op andere marktsegmenten. Voor de kleinere groencentra en kwekerijen is bekend dat zij een eenzijdiger aanbod kennen dan de grotere tuincentra. Consumenten komen heel doelgericht naar dergelijke centra en kwekerijen. Veelal hebben deze winkels een trouwe klantenkring waaruit geput kan worden. We verwachten dat Coppelmans daar weinig effect op heeft. Voor Intratuin in Nuenen geldt dat deze zich niet alleen op inwoners en consumenten uit Nuenen richt, maar een veel groter verzorgingsgebied bedient. Ook hier zal de consument voorkeuren hebben. Een deel van de Nuenense bevolking zal naar Intratuin gaan, een ander deel naar Coppelmans of andere tuincentra. Omdat straks twee Type IV tuincentra gevestigd zijn in Nuenen zal de bovenlokale aantrekkingskracht vergroot worden en hierdoor kunnen andere (tuin)winkels profiteren via combinatiebezoek. Kortom, het is niet te verwachten dat een tuincentrum als gevolg van de uitbreiding van Coppelmans zal verdwijnen op basis van bovenstaande argumenten.

Effecten voor tuincentra in de marktregio

Gelet op de omvang van een tuincentrum zoals dat van Coppelmans verwachten we een groot verzorgingsgebied. Door de aard en uniciteit van een Type IV tuincentrum komen relatief veel klanten uit verder weg gelegen gebieden. De effecten zullen zich daardoor ook over een groot gebied (marktregio) en dus veel aanbieders spreiden. De kans dat er daar direct als gevolg van de uitbreiding bestaand aanbod verdwijnt, is klein. Bovendien functioneren deze tuincentra in de huidige situatie ook al samen met Coppelmans in Nuenen.

Hoewel de kans klein is dat er als gevolg van de uitbreiding van Coppelmans zaken verdwijnen, zal het eventueel verdwijnen niet resulteren in een aantasting van de voorzieningenstructuur: er blijven altijd nog veel keuzemogelijkheden voor de consument over. Bovendien zijn tuincentra niet essentieel voor de eerste levensbehoeften en is duurzame ontvricting niet aan de orde. Tuincentra worden overigens overwegend per auto bezocht, de afstand tot de directe woonomgeving doet er daarom minder toe dan bij bijvoorbeeld supermarkten.

Is de (extra) leegstand ruimtelijk aanvaardbaar?

Bij de afweging van goede ruimtelijke ordening (en de Ladder) moeten de ruimtelijke consequenties van een genomen besluit in ogenschouw genomen worden. Met andere woorden: zijn de effecten als gevolg van de ontwikkeling aanvaardbaar of niet?

Zoals hiervoor beargumenteerd, zal zich geen substantieel omzet- of merkbaar effect zich voordoen. Immers de effecten worden verspreid over meerdere aanbieders. Bovendien speelt Coppelmans in op een trend in de markt (Type IV tuincentrum). Eventuele effecten bij (kleinere) tuincentra zijn ook een logisch en autonoom markteffect. Gelet op de trends en ontwikkelingen (zie paragraaf 2.2) lijkt een dergelijke conclusie ook een logische ontwikkeling van de algehele ontwikkeling van de markt voor tuincentra, ongeacht of Coppelmans Nuenen kan uitbreiden of niet. Daar waar de uitbreiding van Coppelmans leidt tot een beperkt omzeteffect zullen aanbieders de tegenvallende exploitatiecijfers proberen te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten) en/of verhoging van de omzet (acties, scherper of collectief inkopen, etc.).²⁴

Van belang is dat wij inschatten dat er helemaal geen sprake is van overaanbod en dat leegstand zich helemaal niet voor zal gaan doen. Immers, het daadwerkelijke gebruik van tuincentrum vierkante meters is beduidend lager dan de maximale planologische mogelijkheden. We hebben al eerder beargumenteerd dat de invulling van alle planologische mogelijkheden in de marktregio niet reëel geacht wordt (zowel op ruimtelijk, bedrijfseconomisch en financieel vlak achten we het niet realistisch dat deze mogelijkheden ingevuld worden).

Overigens is het kenmerk van alle tuincentra in de marktregio dat deze 'verspreid' gelegen zijn. Dit betekent dat deze tuincentra niet in een winkelconcentratiegebied gelegen zijn. Ze liggen overwegend aan de rand of buiten de bebouwde kom. De enige vestiging van een tuincentrum gelegen in een winkelconcentratiegebied is de Praxis Megastore en Tuin op De Hurk in Eindhoven. Van deze winkel kunnen we beargumenteren dat enig omzeteffect op tuinartikelen niet zal leiden tot een ruimtelijk (leegstands)effect. De vestiging is immers gelegen op ruime afstand van de projectlocatie van Coppelmans in Nuenen. Effecten zullen zich hier beperkt voor doen. Bovendien heeft het tuincentrum van Praxis een andere doelgroep dan Coppelmans (en andere tuincentra). De tuinaankopen worden hier veelal gecombineerd met doe-het-zelfaankopen. Praxis is landelijk vooral bekend als bouwmarkt, waardoor het tuincentrumaanbod vooral een aanvullende functie heeft.

Zelfs al zou een tuincentrum in de marktregio verdwijnen, dan leidt dat niet tot onaanvaardbare leegstand en doet dat ook geen afbreuk aan de consumentenverzorging: de consument blijft de beschikking houden over een voldoende diversiteit aan tuincentrum-aanbieders. Juist omdat tuincentra overwegend solitair gevestigd zijn is de kans op een (grootschalig) ruimtelijk effect (bijvoorbeeld het leeg komen staan of de waardedaling van een totaal winkelgebied) als gevolg van de uitbreiding van Tuincentrum Coppelmans niet aanwezig. Bovendien kan een eventueel leegkomende plek herontwikkeld worden (bv. kleinschalig wonen, kwekerij, agrarisch). In de praktijk is het ook veelvuldig voorgekomen dat leeg komende tuincentra weer opnieuw worden ingevuld met een andere functie.

3.2 Nevenassortiment: geen effect op bestedingen in Nuenen centrum

Maximaal 5% van vloeroppervlak inrichten voor nevenassortiment

Maximaal 5% van de vloeroppervlakte van het tuincentrum Coppelmans in Nuenen mag ingericht worden voor nevenassortiment. Dit om te voorkomen dat er andere producten worden verkocht en concurrentie met andere winkelgebieden ontstaat. 5% nevenassortiment betekent dat maximaal 445 m² vwo ingericht mag worden voor deze producten.

²⁴ Overigens hebben een groot deel van de tuincentra in Nederland de crisis overleefd. Tijdens de crisis zijn omzetten gedaald en dit heeft niet evenredig geleid tot de sluiting van tuincentra.

In tuincentra worden diverse branchevreemde producten verkocht. Ook in de bestaande vestiging van Coppelmans in Nuenen worden dergelijke producten verkocht. Om een voorbeeld hiervan te geven hebben we de branchevreemde producten hieronder opgesomd en daarachter (indicatief) aangegeven hoeveel m² deze producten innemen in de bestaande winkel.

Tabel 9: Omvang nevenassortiment bij Tuincentrum Coppelmans

	Omvang in huidige tuincentrum Coppelmans	Aandeel nevenassortiment in omzet Coppelmans
Producten voor keuken- bad- en slaapkamers (zeep, geurkaarsen, handdoek, etc.)	+/- 40-50 m ² wvo	
Kleding en schoeisel (voor tuin)	+/- 10 m ² wvo	
Cadeauartikelen (zoals wenskaarten, fotolijsten, etc.)	+/- 30-40 m ² wvo	
Speelgoed en boeken (voor in de tuin)	+/- 20-30 m ² wvo	
Hobbyartikelen	+/- 30-40 m ² wvo	
Snoepgoed	+/- 10 m ² wvo	
	+/-140-180 m ² wvo	4-6%

Stec Groep 2016, op basis van analyse ter plaatse en omzetgegevens Coppelmans

Als we naar het bovenstaande overzicht kijken dan gaat het om een zeer beperkte hoeveelheid aan producten die verkocht worden in het nevenassortiment. Vaak betreft het een enkele stelling of rek waar de producten verkocht worden. De omzet van het nevenassortiment (4-6%) ligt in de bandbreedte van de landelijk gerealiseerde omzet op overige artikelen in een tuincentrum (circa 4%).

Effecten verwaarloosbaar, geen doelgericht bezoek aan tuincentrum voor nevenassortiment

Ten opzichte van de huidige situatie gaat het om toevoeging van maximaal 300 m² wvo. Een tuincentrum (en ook Coppelmans) voert geen volledig aanbod aan nevenassortiment, maar juist een heel specialistisch aanbod dat bovendien gericht is op impulsaankopen of enigszins past bij het gevoerde hoofdassortiment. Dit betekent dat consumenten niet speciaal naar het tuincentrum gaan om zeep, een wenskaart of snoep te kopen. Dit zijn eerder extra bestedingen als gevolg van een bezoek aan het tuincentrum (impulsaankopen). Dergelijke bestedingen gaan niet ten koste van de bestedingen van consumenten in winkels in centra of daarbuiten in het marktgebied. Overigens merken we hierbij op dat een groot deel van de bezoekers aan het tuincentrum Coppelmans van buiten de gemeente Nuenen komt. Dit betekent dat eventuele omzeteffecten (het nevenassortiment genereert een omzet van circa € 300.000 op jaarbasis = 5%) verspreid worden over het marktgebied en dus absoluut niet merkbaar zijn voor de diverse winkels die regulier dagelijks- en niet-dagelijks aanbod verkopen.²⁵ Tuincentrum Coppelmans trekt meer mensen van buiten de gemeente (immers Type IV). Er bestaat een kans dat een deel van deze mensen ook op andere plekken in Nuenen inkopen doet omdat men er toch is. Dit kan bijvoorbeeld zijn bij woonwinkels op het nabij gelegen Duivendijk of in het centrum van Nuenen (bv. bij de lokale supermarkt of cadeauwinkel). Hierdoor kan het tuincentrum mogelijk ook bijdrage aan het versterken van de winkel- en voorzieningenstructuur in Nuenen. In elk geval is het behoud van het kernwinkelgebied van Nuenen niet in gevaar door de uitbreiding van het tuincentrum. Er is immers geen effect te verwachten als gevolg van de ontwikkeling.

Gemeente zet in op versterken van het centrum en kernwinkelgebied

De gemeente Nuenen is zich bewust van de – ten opzichte van enkele jaren geleden – verslechterde positie van het kernwinkelgebied. Deze ontwikkeling heeft zich autonoom voorgedaan als gevolg van verslechterd perspectief van winkelcentra in Nederland. Het kernwinkelgebied is in de Structuurvisie benoemd als belangrijkste winkel- en voorzieningengebied van Nuenen. In de regionale detailhandelsvisie (SGE, 2014) is

²⁵ Ter illustratie: de totale detailhandelsomzet in de gemeente Nuenen ligt op circa € 100 miljoen op jaarbasis. Het gaat dus om een aandeel in deze omzet van 0,3%.

het winkelgebied ook als kwetsbaar bestempeld. Vanuit de gemeente wordt het beleid nagestreefd om het kernwinkelgebied te versterken. Dit betekent dat ontwikkelingen die de positie van het centrum schaden niet wenselijk zijn. De gemeente heeft sinds de structuurvisie is vastgesteld een aantal acties ondernomen om het centrum te versterken.

Dit betrof onder andere:

- Opstellen van de Dorpskernvisie en de Centrumvisie, samen met bewoners. Vastgesteld in 2010.
- Actualiseren bestemmingsplan Centrum.
- Planologische medewerking verlenen aan diverse horecazaken (rondom de Lindeboom, het Italiaans restaurant in de Van Goghstraat, terras bij de Linde).
- Herinrichting Berg, Park, Kerkstraat en Sportlaan.
- Herontwikkeling van sportpark De Luistruik, herontwikkeling van De Vank.
- Opening Vincentre (2010).
- Uitvoering haalbaarheidsonderzoek gebiedsvisie Van Goghkerkje (vastgesteld door college in 2010), waarin wordt ingezet op het versterken van de connectie tussen 'het landschap van Van Gogh' en het centrum.
- Aanleg van 52 parkeerplaatsen waarvan (circa) 40 mogen worden toegekend aan het centrum ('Parkeerterrein Remise')
- Op dit moment is de gemeente actief met het oprichten van centrummanagement. Start oprichting is juni 2016 geweest, alle voorbereidende acties zijn destijds genomen. Als het door de raad wordt goedgekeurd (medio december 2016) is de start op 1 januari 2017.

De gemeente werkt dus actief aan het behoud en versterken van de voorzieningenstructuur in Nuenen centrum. Ondanks dit is de leegstand in het kernwinkelgebied toegenomen, mede als gevolg van algemene ontwikkelingen in de detailhandel (en niet te wijten aan tuincentra in de omgeving). In 2009 stond circa 800 m² wvo leeg, op dit moment staat bijna 1.300 m² wvo leeg. Indien ook het pand aan de Berg 7-9 wordt meegeteld staat bijna 3.000 m² wvo leeg. Kenmerk van de panden in het centrum is echter dat er een gemengde bestemming op diverse (leegstaande) panden ligt. Dit betekent dat ook een alternatieve invulling mogelijk is. Via lokale bedrijfsmakelaars wordt bijvoorbeeld het pand aan de Berg 7-9 bijvoorbeeld ook als kantoorruimte aangeboden. De winkelleegstand is daarmee niet zo zwart-wit als cijfers hiervoor doen vermoeden. Ook als we kijken naar leegstand een krap jaar geleden (peildatum oktober 2015), dan blijkt dat van de 10 aangeboden panden de helft destijds ook aangeboden werd. Er zit dus wel degelijk dynamiek in het centrum van Nuenen. Gelet op de (beoogde) oprichting van centrummanagement verwachten we dat de positie van het centrum de komende jaren versterkt wordt.

Mede als gevolg van het geringe nevenassortiment bij Tuincentrum Coppelmans achten we het legitiem te stellen dat de vestiging en uitbreiding van dit tuincentrum geen effect heeft op de positie van het kernwinkelgebied van Nuenen. Consumenten gaan niet doelgericht voor het nevenassortiment naar een tuincentrum, maar zullen eerder impulsaankopen verrichten. Mogelijk kan het (extra) regionale bezoek bij het tuincentrum aanvullende bestedingen uitlokken en daarmee bijdragen aan het (verder) versterken van het kernwinkelgebied.

3.3 Dierafdeling bij Coppelmans: geen effect op bestedingen elders

Circa 590 m² wvo toevoegen ten opzichte van de huidige situatie

In het bestemmingsplan voor Coppelmans is sprake van een omvang van 8.900 m² wvo. Dit betekent dat het aantal winkelmeters in het tuincentrum met 5.900 m² wvo toeneemt. In de bestemmingsplanregels wordt de mogelijkheid geboden om 10% 'dier' in het assortiment te voeren. Dit betekent dat in potentie 890 m² wvo (10%*8.900) aan dierbenodigdheden en -voeders, huis- en hobbydieren verkocht kan worden in het tuincentrum. Aangezien er sprake is van een verplaatsing zijn niet al deze meters 'nieuw'. Immers, in het bestaande tuincentrum aan de Vorstendijk is ook sprake van circa 10% wvo voor producten in dit assortiment. Feitelijk betreft de toename van dit assortiment dus geen 890 m² wvo, maar 590 m² wvo (namelijk 890 minus 10%*3.000).

Vooropgesteld: dierbenodigdheden zijn producten die door veel verschillende aanbieders verkocht worden. Via www.detailhandel.info kunnen we voor de productgroep '(producten voor) huisdieren' achterhalen waar deze bestedingen gedaan worden.²⁶ Een groot deel van de producten wordt verkocht door dierspeciaalzaken (35%), gevolgd door supermarkten (25%) en tuincentra (11%). 30% van de bestedingen wordt gedaan via overige aankoopkanalen (zoals overige winkels, groothandel en internet). Sowieso is dus sprake van een verspreid bestedingspatroon. Voor het bepalen van eventuele omzeteffecten kijken we breder dan alleen naar dierspeciaalzaken. Immers, overige aanbieders van Dibevo-producten (zoals Boerenbond, een supermarkt, etc.) zijn voor de omzet niet volledig afhankelijk van de inkomsten uit deze productgroep(en). In de afbakening van de branches (en daarmee de omzetkengetallen) is hiermee rekening gehouden.

Marktregio voor dierproducten

We hanteren voor de bepaling van eventuele effecten een verzorgingsgebied gelijk aan de marktregio voor tuincentra. Ten opzichte van eerder onderzoek is de gemeente Laarbeek niet opgenomen. We kiezen hiervoor om de marktregio zoveel mogelijk te laten aansluiten bij die van het tuincentrum. Bovendien verwachten we dat dierproducten hoofdzakelijk dichtbij gekocht worden.

Circa 28,5 miljoen aan omzet per jaar bij aanbieders van dierproducten

Voor de bepaling van de omzet bij aanbieders van dierproducten hanteren we kengetallen van detailhandel.info. Hierbij gaan we uit van de grootste groepen, namelijk de dierspeciaalzaken en overige winkels in tuinartikelen (bv de Boerenbond, waar veel dierproducten verkocht worden). Supermarkten en tuincentra laten we hier buiten beschouwing omdat 'dier' een klein onderdeel uit maakt van de totaalomzet van deze winkels.²⁷

De volgende kengetallen zijn gehanteerd:

- Er is uitgegaan van circa 390.000 inwoners nu.
- De besteding in dierspeciaalzaken bedraagt € 28 per hoofd van de bevolking per jaar (exclusief BTW, op basis van www.detailhandel.info). Bij overige winkels (o.a. Boerenbond) is de besteding € 49 per hoofd. Met name in de marktregio is een groot deel van het aanbod (ook aan dierproducten) in deze categorie. We passen geen inkomenscorrectie toe.
- Een koopkrachtbinding van 90% en koopkrachttoevloeiing van 5% voor deze winkels achten we reëel.

Op basis van deze uitgangspunten kunnen we concluderen dat aanbieders van dierproducten in de marktregio een omzet genereren van circa € 28,5 miljoen.²⁸

Geen bestedingseffect merkbaar bij ontwikkeling van beperkte dierafdeling bij Tuincentrum Coppelmans

Theoretisch kunnen we een omzeteffect benaderen op basis van de omzet in deze branches in perspectief van de omzet die Coppelmans extra zal genereren in dit segment. De 600 m² wvo extra die Coppelmans maximaal voor dier in zal richten genereert – bij benadering – een omzet van € 850.000 per jaar (600 * € 1.400 per m² wvo). In totaal is de omzet in de marktregio bij aanbieders van dierproducten circa € 28,5 miljoen op jaarbasis. Dit betekent een potentieel omzeteffect van 3%. Gelet op de winkel- en voorzieningenstructuur in de marktregio is dit een zeer beperkt effect. Van verdringing of extra leegstand zal dus geen sprake zijn. Ook indien aanbieders dichtbij de locatie van Coppelmans mogelijk een groter omzeteffect kunnen ondervinden achten we deze aanbieders nog steeds voldoende sterk om dit effect (zeg 5%) te kunnen overleven. Redenen hiervoor: deze aanbieders verkopen meer dan alleen dierproducten, ze hebben een eigen trouwe klantbinding en bovendien zal een groot deel van de consumenten bij Coppelmans van verder weg komen waardoor deze bestedingen als 'extra' in de marktregio gezien worden.

²⁶ Van overige productgroepen die verkocht worden onder Dibevo-assortiment zijn geen kengetallen beschikbaar.

²⁷ Ten opzichte van eerdere rapportages hanteren we de kengetallen op het meest betrouwbare niveau (namelijk de publicatie van omzetkengetallen, Panteia 2016). We maken geen specifieke doorvertaling van de cijfers, specifiek voor dierproducten.

²⁸ Berekening: aantal inwoners * bestedingen bij dierspeciaalzaken en overige aanbieders * binding + toevloeiing.

Stel dat – als gevolg van het versterkte aanbod bij Coppelmans in Nuenen – de in de marktregio gelegen dierspeciaalzaken te maken krijgen met een omzetverlies van circa 5%, dan nog geeft het economisch presteren geen aanleiding om te veronderstellen dat sprake zal zijn van een omzeteffect met als gevolg sluiting van een dierspeciaalzaak. Een (specifiek) effect op de winkelstructuur van Nuenen is niet aan de orde, mede ook omdat de enige dierspeciaalzaak in Nuenen in de woonwijk gelegen is en niet in een beoogd winkelcluster. Op overige winkels verwachten we niet een dermate groot omzeteffect dat deze moet sluiten. Deze winkels zijn immers niet volledig afhankelijk van de verkoop van dierproducten in de totale omzet van de winkel.

4 Conclusies

Tuincentrum Coppelmans is voornemens om te verplaatsen en uit te breiden in Nuenen. De gemeente heeft Stec Groep gevraagd de uitbreidingsplannen te beoordelen op de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hierbij is gekeken naar de marktruimte (kwantitatief en kwalitatief) en de effecten als gevolg van de ontwikkeling.

De belangrijkste conclusies hebben we hierna opgesomd:

- Er bestaat een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte in de mark regio voor de uitbreidingsplannen van Tuincentrum Coppelmans Nuenen. Ten opzichte van de daadwerkelijk in gebruik zijnde winkelmeters (tuincentrum) is sprake van enige marktruimte. Bovendien wil Coppelmans opschalen naar een Type IV tuincentrum. Gelet op de ondervertegenwoordiging van dergelijke tuincentra in de mark regio en Zuidoost-Brabant is naast een kwantitatieve behoefte ook sprake van een kwalitatieve nieuwbouwbehoefte.
- Uit een analyse van de beschikbare planologisch capaciteit is gebleken dat de huidige bestemde mogelijkheden niet kunnen voorzien in een Type IV tuincentrum.
- De verwachting is dat de bestaande planologische mogelijkheden (op privaat kavel, in het buitengebied of in een woonwijk) niet benut gaan worden. Het bedrijfseconomisch perspectief van deze plekken is onvoldoende kansrijk. Er kan immers geen Type IV tuincentrum gerealiseerd worden en een beperkte uitbreiding is onrendabel gelet op de marktontwikkelingen.
- De (ruimtelijke) effecten van de uitbreiding van Tuincentrum Coppelmans in Nuenen taxeren wij als aanvaardbaar. De uitbreiding speelt immers in op een kwantitatieve en kwalitatieve behoefte. Een – onverwacht – effect op een van de bestaande aanbieders leidt niet tot een ruimtelijk onaanvaardbare situatie. Tuincentra in de mark regio zijn immers gelegen op solitaire plekken en tasten de winkelstructuur daarmee niet aan.
- Ook voor het centrum van Nuenen is er geen (ruimtelijk) effect aanwezig. Sterker nog, mogelijk profiteert het centrum van de extra regionale aantrekkingskracht die de Type IV tuincentra in Nuenen veroorzaken (extra bestedingen in lokale winkels). Het nevenassortiment van Coppelmans is gering en consumenten bezoeken Coppelmans niet doelgericht voor dit assortiment. Aankopen in dit assortiment zijn eerder impuls- of extra aankopen die niet ten koste gaan van de omzet in het kernwinkelgebied of elders in Nuenen.
- Het (omzet- en daarmee ruimtelijk) effect van (de verkoop van) dierproducten bij Coppelmans in Nuenen heeft geen invloed op de winkelstructuur. Een omzeteffect van maximaal 3% is te verwachten als gevolg van de uitbreiding van Coppelmans.

Bijlage

Aanvullende grafische toelichting op werkelijke invulling van de tuincentra in de marktregio.

Van der Velden

IGARDEN ONLINE TUINARTIKELEN

Home Klantenservice Contact Bekijk winkelwagen Inloggen

Zoeken...

BLOKHUTTEN TUINBERGINGEN TERRAS OVERKAPPINGEN TUIN EN TERRAS TUINKASTEN LEMAX KUNSTKERSTBOMEN

Home Openingsdagen iGarden

Opengingstijden iGarden

Onze webwinkel is uiteraard 24 uur per dag en 7 dagen per week geopend.

De openingstijden van ons kantoor* zijn:

Maandag	10:00 - 17:00 uur
Dinsdag	09:00 - 17:00 uur
Woensdag	09:00 - 17:00 uur
Donderdag	09:00 - 17:00 uur
Vrijdag	09:00 - 17:00 uur
Zaterdag	09:00 - 17:00 uur

U kunt ons 24 uur per dag mailen op info@igarden.nl

Bedrijfsgegevens:

Kantoor en showroom iGarden:

Weg naar Bakel 4
5709 JA Helmond (Noord-Brabant)
Tel. 0492-345540 (vanuit Nederland)
Tel. 0031-492345540 (vanuit het buitenland)
Email: info@igarden.nl
KvK nummer: 53366794
BTW nummer: NL850854301B01

Nieuwe Showroom voor blokhutten / tuinhuizen en overkappingen
Dagelijks toegankelijk van 10:00 tot 17:00

Onze showroom in Helmond beschikt over tientallen modellen blokhutten, overkappingen en tuinbergingen. Ook hebben wij een groot assortiment natuurlijke tuinscheidingen welke veelal uit voorraad leverbaar zijn. U kunt vrijblijvend een bezoek brengen op Weg naar Bakel 4 te Helmond.

Heeft u vragen, of wilt u meer informatie? Bel naar 0492 34 55 40, of stuur een e-mail naar info@igarden.nl.

Adres:
Weg naar Bakel 4
5709 JA Helmond
Tel. 0492-345540 (vanuit Nederland)
Tel. 0031-492345540 (vanuit het buitenland)

U kunt ons 24 uur per dag mailen op info@igarden.nl
U kunt ons ook telefonisch bereiken op telefoonnummer: 0492-345540 (vanuit Nederland)
Vanuit het buitenland kunt u ons bereiken op telefoonnummer 0031-492345540

Praxis
Megastore en
Tuin

PDOK Publieke Dienstverlening op de Kaart

Over PDOK viewer PDOK viewer

Objectinformatie

Parkeer (nms)

Naam	Value
Identificatie	772100000280395
Bouwjaar	1995
Status	Permanente gebruik
Gebruiksdoel	woonruimte
Oppervlakte_m2	6714
Oppervlakte_m2	6714
Aantal_voetgangersdoorgangen	1

Tuin: +/- 3.000 m² vwo

Rens van Dijk

Home **Over Ons** Product Assortiment Tuinmeubelen Offerte Contact Projecten

Over Verandaspecialist



De Verandaspecialist heeft de afgelopen jaren veel ervaring opgedaan in projecten. Elk project is maatwerk en wordt specifiek samen met de klant wordt bedacht. In de meeste gevallen wordt de budget verhoogd, maar juist verlaagd. Door vooraf goed te kijken naar de bestaande situatie, kan de budget voor zijn. Om die reden heeft De Verandaspecialist geen producten meer op voorraad, maar maakt geproduceerd in onze fabriek in Duitsland. Op die manier bent u altijd verzekerd van een door u zelf en de vakkundige medewerkers van De Verandaspecialist. De levertermijnen worden hiermee zelf binnen een week geleverd worden indien dit noodzakelijk is.

Laat u inspireren door de ruime overdekte showroom, met meer dan 25 showopstellingen. Kijk hoe u uw woonwonder kunt maken met een afspraak bij u thuis te maken, zodat wij uw persoonlijkheden kunnen inmeten.

Verandaspecialist staat voor,

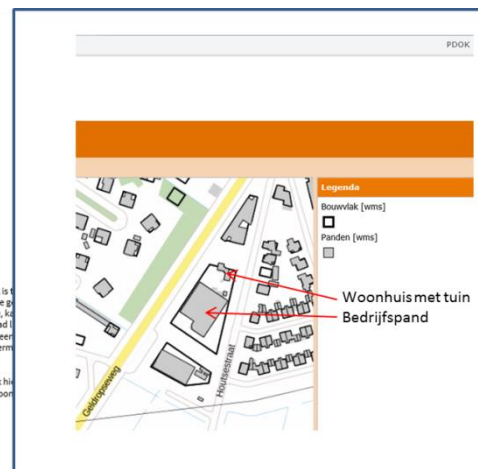
- Beste prijs/kwaliteitsverhouding.
- Een duidelijke, gespecificeerde offerte,
- Kostenloze inmeting van uw project,
- Statische berekening van uw bouwplan,
- 10 Jaar garantie,
- Vakkelijk personeel.

VRAAG GEHEEL VRIJBLIJVEND EEN OFFERTE AAN! **AANVRAGEN**

Verandaspecialist
Geldropweg 22
8708 LT Naimond
T: +31 (0) 492 52 59 55
F: +31 (0) 492 47 42 50

Bedrijf
Over Verandaspecialist
Adres en Route
Openingsuren / Koopzondagen
Vestigingen
Contact

Algemeen
Disclaimer/Tuinkamers
Voorwaarden en Garantie
Leveringsvoorwaarden
KlantenService
Vergoeding
Verhaal Disclaimer

Soontjens

PDOK Publieke Dienstverlening op de Kaart

Over PDOK viewer **PDOK viewer**

Objectinformatie

Panden [wms]

Resultaat 1 van 1

Name	Value
Identificatie	772100000292390
Bouwjaar	1930
Status	Pand in gebruik
Gebruiksdoel	winkelfunctie
Oppervlakte_min	2925
Oppervlakte_max	2925
Aantal_verblijfsobjecten	1

Bestuurlijke grenzen
CBS Bestand Bodemgebruik
CBS Bevolkingskernen
CBS Gebiedsindelingen
CBS Provincies
CBS Vierkantstatistiek 100m
CBS Vierkantstatistiek 500m
CBS Wijken en Buurten
Cultuurhistorisch GIS (CultGIS)
Digitaal Topografisch Bestand (DTB)
Drone no-fly zones
Ecotopen
Fietsknooppunten
Fysisch Geografische Regio's
Gebouwen (INSPIRE geharmoniseerd)
Geluidskaarten
Habitatrichtlijn verspreiding van habitats
Habitatrichtlijn verspreiding van soorten
Historische rivierkaarten
Kadastrale Percelen (INSPIRE geharmoniseerd)
Kadastrale Kaart
Kweldervegetatie
Landelijke Fietsroutes
Lange-afstandswandelroutes (LAW)
Luchtfotolabels

Capabilities EPSG:28992 X: 164297.094 Y: 383270.783

Groenrijk Geldrop

PDOK Publieke Dienstverlening op de Kaart

Over PDOK viewer PDOK viewer

Zoek een adres

Objectinformatie

Panden [wms]

Resultaat 1 van 1

Name	Value
Identificatie	177110000020835
Bouwjaar	1983
Status	Pand in gebruik
Gebruiksdoel	winkelfunctie
Oppervlakte_min	2491
Oppervlakte_max	2491
Aantal_verblijfsobjecten	

Capabilities

EPSG:28992 X: 166537.164 Y: 380233.133

Kwekerij Jansen

kwekerij Jansen

Kwaliteit, kleur en smaak staan voorop bij Kwekerij Jansen

De Kwekerij Assortiment Contact Links

Nieuws
Asperges
lees verder

Assortiment

Maak een keuze uit ons assortiment

- Vaste planten
- Perkplanten
- Violen
- Asperges
- Aardbeien
- Groenteplanten en kruiden

Inschrijven nieuwsbrief

Naam

E-mail

Inschrijven

Openingstijden:
ma t/m vrij: 9.00 tot 18.00
za: 9.00 tot 17.00 uur

Bestellingen afhalen:
maandag t/m zaterdag

Kwekerij Jansen
Boord 14
5674 ND Nuenen
T 040 283 74 18
F 040 280 15 98
E info@kwekerij-jansen.nl

Kwekerij 't
Schuurke

Bloemist & Kwekerij 't Schuurke Nuenen

Snijbloemen- bloemboeketten- en bloemdecoratie specialist!

[Nieuws](#) [Welkom](#) [Assortiment](#) [Locatie](#) [Contact](#) [Groene Links](#)



Klantenkaart

Kadobon

Assortiment

Ons assortiment bestaat o.a. uit:

- » verse snijbloemen
- » samengestelde boeketten
- » bloemarrangementen, zoals rouwstukken, bruidswerk
- » kamer en tuinplanten
- » kado en decoratieartikelen
- » zakelijke abonnementen (Wekelijks verse bloemen bezorgd bij uw bedrijf)
- » bloemen bezorging door heel nederland (Aangesloten bij [Fleurop](#))

Wij bezorgen dagelijks in Nuenen en omgeving !



Assortiment



4°C Wind: 7mph S
Mist Humidity: 93%



Is het droog kom
naar de winkel of
bestel een bloemetje
bij regen?

Tue	Wed	Thu
8°C	12°C	9°C

Weather Widget by
[interconnect.nl](#)