

Praxis DHZ Center BV

Distributieve analyse doe-het-zelfbranche Oosterhout

Conceptrapport

Omdat we ons verplaatsen

adviseurs
mobiliteit

**Goudappel
Coffeng**

Praxis DHZ center BV

Distributieve analyse doe-het-zelfbranche Oosterhout

Datum
Kenmerk
Eerste versie

9 oktober 2014
PXS088/Hft/0209.01

Documentatiepagina

Opdrachtgever(s)	Praxis DHZ center BV
Titel rapport	Distributieve analyse doe-het-zelfbranche Oosterhout
Kenmerk	PXS088/Hft/0209.01
Datum publicatie	9 oktober 2014
Projectteam opdrachtgever(s)	de heer M. van Bruggen
Projectteam Goudappel Coffeng	de heren T. van Huffelen en G. Scheerder
Projectomschrijving	Een distributieve analyse waarin de uitbreidingsmogelijkheden voor de doe-het-zelfbranche in de gemeente Oosterhout worden bepaald.
Trefwoorden	Praxis, doe-het-zelfbranche, gemeente Oosterhout, Ladder voor duurzame verstedelijking

	Inhoud	Pagina
1	Inleiding	1
1.1	Aanleiding en achtergrond	1
1.2	Leeswijzer	1
2	Aanbodstructuur	2
2.1	Doe-het-zelfbranche Oosterhout	2
2.2	Doe-het-zelfbranche in de regio	3
2.3	Trends en ontwikkelingen doe-het-zelf-branch	4
3	Consumentenvraag	7
3.1	Inwoneraantallen	7
3.2	Bestedingen	8
3.3	Ruimtelijk aankoopgedrag	8
4	Distributieve analyse	10
4.1	Nuanceringen vooraf	10
4.2	Bepaling marktruimte	11
5	Beleidsinpassing en conclusies	13
5.1	Regionaal beleid	13
5.2	Ladder voor duurzame verstedelijking	13
5.3	Conclusies	15

1

Inleiding

1.1 Aanleiding en achtergrond

Praxis DHZ Center BV wil nabij de woonboulevard Meerstoel in Oosterhout een nieuwe bouwmarkt realiseren van circa 3.600 m² winkelvloeroppervlak (wvo), oftewel 4.200 m² bruto vloeroppervlak (bvo). Dit betreft een nieuwe bouwmarkt, waarbij een bestaand pand gedeeltelijk wordt hergebruikt. De locatie is direct naast de reeds bestaande Karwei, waardoor een aantrekkelijk bouwmarktcluster ontstaat. Om deze toevoeging van doe-het-zelfaanbod markttechnisch te staven, heeft Praxis DHZ-center BV aan Goudappel Coffeng BV gevraagd een gedegen analyse te maken van de distributieve mogelijkheden in de doe-het-zelfbranche in de gemeente Oosterhout.

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de aanbodstructuur in Oosterhout en de regio, hoofdstuk 3 gaat in op de consumentenvraag. In hoofdstuk 4 wordt de distributieve analyse toegelicht. Hoofdstuk 5 sluit af met de inpassing in het regionale beleid, het doorlopen van de treden van de Ladder voor duurzame verstedelijking en de belangrijkste conclusies.

Aanbodstructuur

In dit hoofdstuk schetsen wij de actuele winkelstructuur in de doe-het-zelfbranche in Oosterhout en omgeving.

Het marktonderzoek richt zich specifiek op de doe-het-zelfbranche. Tot de doe-het-zelfbranche worden de volgende aanbieders gerekend:

1. Bouwmarkten. Winkels met vaak een oppervlak $> 1.500 \text{ m}^2$ wvo. Bouwmarkten voeren een breed en diep assortiment met als hoofdcomponent doe-het-zelfartikelen, vaak aangevuld met zagerij en verhuur van machines en gereedschappen.
2. Breedpakketzaken. Winkels met een oppervlak $< 1.500 \text{ m}^2$ wvo. Deze winkels voeren een breed assortiment aan doe-het-zelfartikelen, zijn meer servicegericht.
3. Winkels met ijzerwaren en gereedschappen, meer gespecialiseerde winkels, vaak van relatief kleine omvang.
4. Winkels met verf en behang, meer gespecialiseerde winkels, vaak van relatief kleine omvang.

2.1 Doe-het-zelfbranche Oosterhout

Tabel 2.1 maakt het doe-het-zelfaanbod in de gemeente Oosterhout zichtbaar. In Oosterhout zijn negen verkooppunten voor doe-het-zelfartikelen, die tezamen een winkeloppervlak beslaan van circa 7.320 m^2 wvo¹. Van deze 7.320 m^2 wvo bestaat ruim 6.600 m^2 wvo uit het bouwmarktaanbod: Praxis, Gamma en Karwei. De overige 650 m^2 wvo betreffen drie kleine zelfstandige ondernemers en één kleine vestiging van Verf en Wand. De laatste jaren zijn enkele speciaalzaken gesloten.

De drie bouwmarkten bevinden zich alle aan de rand van de woonkern Oosterhout op een bedrijventerrein. Gamma bevindt zich aan de noordwestzijde, Praxis en Karwei meer aan de zuidoostzijde nabij de A27. Karwei ligt in tegenstelling tot de andere bouwmarkten in de directe nabijheid van diverse grootschalige detailhandelsvestigingen, namelijk bij de woonboulevard Oosterhout.

¹ Wvo = winkelvloeroppervlak: alle voor publiek toegankelijke ruimte, dus exclusief magazijn, kantoren, kantine enzovoorts.

subbranche	aantal winkels	omvang in m ² wvo
bouwmarkt	3	6.670
breedpakketzaken		
ijzerwaren en gereedschap	2	250
verf en behang	2	400
totaal doe-het-zelfbranche	7	7.320

Bron: Locatus, september 2014

Tabel 2.1: Aanbod doe-het-zelfbranche gemeente Oosterhout

bouwmarkt	locatie	omvang
Praxis	Esdoornlaan - bedrijventerrein	2.670 m ² wvo
Gamma	Oostpolderweg - bedrijventerrein	2.250 m ² wvo
Karwei	Meerstoeel - meubelboulevard	1.750 m ² wvo
totaal		6.670 m ² wvo

Bron: Locatus, september 2014

Tabel 2.2: Overzicht bouwmarkten in Oosterhout

Uitbreidingsplannen

Praxis wil een nieuwe bouwmarkt in Oosterhout toevoegen van circa 3.600 m² wvo (4.200 m² bvo) bij de woonboulevard Oosterhout. De huidige bouwmarktmeters waar de Praxis is gehuisvest, behouden een bouwmarktfunctie. Verder zijn er, vooralsnog bij ons bekend, geen directe plannen voor uitbreiding van het aanbod.

2.2 Doe-het-zelfbranche in de regio

In tabel 2.3 is een overzicht opgenomen van het doe-het-zelfaanbod in de omgeving van Oosterhout, de regio West-Brabant. Daarnaast is het aanbod in de naastgelegen gemeenten Dongen en Gilze en Rijen toegevoegd. De totale regio West-Brabant bestaat uit 100 doe-het-zelfaanbieders met een gezamenlijk oppervlak van circa 110.000 m² wvo. In het kader van de vraagstelling van dit onderzoek is het interessant het aanbod aan bouwmarkten nader te bekijken, vooral in de direct omliggende gemeenten Breda, Drimmelen, Geertruidenberg, Dongen en Gilze-Rijen.

Vanuit de verzorgende functie van Breda ligt het voor de hand dat hier een sterk doe-het-zelfaanbod aanwezig is. Met de vestiging van vijf bouwmarkten wordt dit beeld bevestigd. Vooral de Hornbach (ruim 17.000 m² wvo) en Praxis (ruim 9.000 m² wvo) in Breda zijn van zeer grote omvang. Verder beschikt Dongen over een Karwei, Geertruidenberg over een Praxis (Raamsdonkveer) en Gilze en Rijen over een Formido. Het bouwmarktaanbod in deze gemeenten is aanzienlijk kleiner van omvang.

gemeente	bouwmarkt		breedpakket- zaken		ijzerwaren en gereedschap		verf en behang		totaal	
	vkp*	wvo**	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	Vkp	wvo
Aalburg	1	900					1	200	2	1.100
Alphen-Chaam			1	1.000					1	1.000
Baarle-Nassau	1	1.100	1	200			1	200	3	1.500
Bergen Op Zoom	4	11.200					1	100	5	11.300
Breda	5	35.700	3	700	4	600	6	1.100	18	38.200
Drimmelen	2	2.200					2	200	4	2.400
Etten-Leur	2	7.000					1	500	3	7.500
Geertruidenberg	1	3.400	1	100					2	3.400
Halderberge	2	2.700	2	700	1	500	1	300	6	4.100
Moerdijk	3	4.500			1	100	1	100	5	4.700
Oosterhout	3	6.700			2	200	2	400	7	7.300
Roosendaal	3	12.200	1	600			4	500	8	13.300
Rucphen			2	500			1	200	3	700
Steenbergen	2	4.600	1	1.000			1	100	4	5.600
Werkendam	2	3.700	1	1.200					3	4.900
Woensdrecht	1	3.100	1	300			1	0	3	3.500
Woudrichem	1	700	1	400			2	1.400	4	2.600
Zundert	1	1.900					2	600	3	2.500
totaal West-Brabant	34	101.200	15	6.500	8	1.500	27	6.200	84	115.400
<i>overig regio</i>										
Dongen	2	3.300	1	400			1	100	4	3.900
Gilze en Rijen	1	1.800					1	400	2	2.200

* Vkp = aantal verkooppunten.

** Wvo = winkelvloeroppervlak in m².

Bron: Locatus, september 2014

Tabel 2.3: Doe-het-zelfaanbod regio West-Brabant

2.3 Trends en ontwikkelingen doe-het-zelf-branchen

De detailhandel is een dynamische sector. Stilstand is achteruitgang. Ook in de doe-het-zelfbranche is de markt constant in beweging. Diverse trends zijn waarneembaar, waardoor het aanbod aan verandering onderhevig is. Op de belangrijkste trends in de doe-het-zelfbranche gaan wij hier kort in: veranderingen in de voorzieningenstructuur, schaalvergroting en de ontwikkelingen in consumentenbestedingen.

Economische crisis en bestedingen

De economische crisis heeft een effect gehad op de bestedingen en omzetten in de doe-het-zelfbranche. Tussen 2007 en 2012 zijn de gemiddelde bestedingen per inwoner afgenomen. Vooral in gebieden waar weinig woningbouw plaatsvond en geen bevolkingsgroei optrad, namen de perspectieven in de doe-het-zelfbranche af. Sinds 2013 en zeker in de eerste helft van 2014 kent de doe-het-zelfbranche weer een duidelijk opgaande spiraal. De bestedingen en omzetten zijn weer gestegen, vooral het tuin-

assortiment kent een forse groei. Aangezien het economisch herstel de komende jaren voorzichtig doorzet volgens de prognoses is het toekomstperspectief voor de branche positiever dan een jaar geleden.

Voorzieningenstructuur en consumentenvoorkeuren

De doe-het-zelfbranche bestaat uit bouwmarkten, breedpakketzaken en kleinschalige speciaalzaken, zoals verf- en behangzaken en winkels in gereedschappen- en ijzerwaren. Van oudsher was de Nederlandse consument georiënteerd op het dichtstbijzijnde winkelcentrum en de daar gevestigde lokale specialistische aanbieder.

In het hedendaagse consumentengedrag speelt afstand een minder prominente rol bij de keuze voor een winkel, ook bij de doelgerichte aankopen. Kwantiteit en kwaliteit zijn voor de consument belangrijke aspecten geworden. Er moeten voldoende keuzemogelijkheden zijn qua marktsegment en assortiment. Ook bij doe-het-zelfaankopen zijn aspecten als bereikbaarheid, parkeergelegenheid, inrichting van de openbare ruimte en sfeer van groot belang voor de consument². Desondanks is in het ruimtelijke aankoopgedrag zichtbaar, dat consumenten veelal voor de aanbieders in de eigen woonplaats kiezen. Dit wordt mede veroorzaakt door de netwerkverdichting van de grote bouwmarkten.

Bouwmarkten weten optimaal op de nieuwe consumentenbehoefte in te spelen. Door een concurrerend prijsbeleid en meer keuzemogelijkheden bieden zij voordelen ten opzichte van de lokale speciaalzaken. De trend is dan ook waarneembaar dat het aantal bouwmarkten toeneemt en het aantal kleinere speciaalzaken afneemt³. Dit was bijvoorbeeld ook in West-Brabant de laatste jaren zichtbaar in de aanbodontwikkelingen. Wel hebben de speciaalzaken een vaste klantenkring en hebben zij een voorsprong in de persoonlijke dienstverlening.

Tevens speelt internet een steeds grotere rol in het consumentengedrag. Internet wordt in de doe-het-zelfbranche nog in beperkte mate gebruikt als aankoopkanaal, maar wel steeds vaker als oriëntatiekanaal⁴. De verwachting is dat internet ook in de doe-het-zelfbranche een steeds prominenter rol gaat vervullen⁵. Om aan de hedendaagse eisen van de consument te voldoen en aan te sluiten bij het toenemende internetgebruik, is de integratie van online en offline bij bestaande bouwmarkten duidelijk zichtbaar. Zo worden de bouwmarkten op goed bereikbare plekken al gebruikt als afhaalpunt voor internetartikelen.

Schaalvergroting

De toename van het aantal bouwmarkten gaat gepaard met schaalvergroting. Deze schaalvergroting hangt samen met het streven naar kostenreductie, waardoor lagere prijzen voor de consument mogelijk zijn en het bieden van grotere keuzemogelijkheden. Daarnaast vindt assortimentsverbreding plaats in de bouwmarkten en is het noodzakelijk zich te onderscheiden van andere formules.

² Zie onder meer: Kiezen of delen. Beleid op maat voor perifere detailhandel, Hoofdbedrijfschap Detailhandel, CBW-MITEX en Vereniging Meubelboulevard, januari 2010.

³ Bron: Locatus Online (september 2014) en kengetallen doe-het-zelfbranche (www.hbd.nl).

⁴ Multichannel Monitor 2010-2013, Blauw Research.

⁵ Onderzoek Retail 2020 Restructure. CBW Mitex, november 2010. Zie ook www.retail2020.nl.

Zo'n tien jaar geleden had een bouwmarkt een gemiddelde omvang van 1.500-2.000 m² wvo. De gemiddelde oppervlakte van een bouwmarkt in Nederland bedraagt inmiddels circa 3.000 m² wvo. De verwachting is dat deze gemiddelde oppervlakte ook de komende jaren zienderogen blijft toenemen. Nieuw te openen bouwmarkten zijn tegenwoordig veelal niet kleiner dan 3.000 m², terwijl een omvang van 4.000 m² wvo of meer geen uitzondering meer is⁶. Om een voor de consument aantrekkelijk en onderscheidend aanbod te bieden, is een kleinere omvang niet gewenst.

Daarnaast wordt de ontwikkeling waargenomen dat bouwmarkten van meer dan 10.000 m² wvo worden gerealiseerd. Kenmerkend voor deze megavestigingen is de omvang van het assortiment dat zowel zeer breed als diep is. Deze grote aanbieders richten zich naast de consumentenmarkt ook meer en meer op professionals. Dit betreffen op dit moment vooral Duitse aanbieders die met steeds meer van deze megavestigingen op de Nederlandse markt komen.

Gepaard gaande aan de schaalvergroting is een trend gaande dat de vloerproductiviteit (omzet per vierkante meter) in de doe-het-zelfbranche de laatste jaren zienderogen is afgenomen.

⁶ Kiezen of delen. Beleid op maat voor perifere detailhandel, Hoofdbedrijfschap Detailhandel.

3

Consumentenvraag

Voor het bepalen van het consumentenpotentieel is een drietal factoren relevant:

- inwoneraantallen;
- gemiddelde bestedingen;
- ruimtelijk aankoopgedrag.

3.1 Inwoneraantallen

Op 1 januari 2014 had de gemeente Oosterhout 53.719 inwoners. Sinds 2000 is het inwonertal van de gemeente met circa 4% gegroeid. Ten opzichte van 1990 is de bevolking van Oosterhout met 12% toegenomen (+5.800 inwoners)⁷. Richting de toekomst wordt in Oosterhout een gestage bevolkingsgroei geprognoseerd, de geplande woningbouw blijft in de periode tot 2020 zorgen voor een inwonergroei⁸. Op regionaal niveau laten prognoses zien dat de bevolkingsaantallen redelijk stabiel blijven⁹.

jaar	aantal inwoners
2006	52.853
2014	53.719
2020*	55.800

* 2020 betreft een prognose.

Bron: CBS Statline, april 2012

Tabel 3.1: Bevolkingsontwikkeling en bevolkingsprognose gemeente Oosterhout

⁷ Sociaal-economische analyse van de gemeente Oosterhout door de Kamer van Koophandel.

⁸ Wijkprognose gemeente Oosterhout, 2013-2030.

⁹ Bevolkingsprognose Noord-Brabant en CBS.

3.2 Bestedingen

De bestedingen in de doe-het-zelfbranche zijn in het verleden tot 2007 alsmaar toegenomen. Omdat het marktaandeel van de bouwmarkten in die tijd eveneens is toegenomen, hebben vooral de bouwmarkten te maken gehad met een forse stijging van de omzet. Vanaf 2008 zijn de bestedingen in lijn met de economische ontwikkeling afgenomen. Vanaf 2013 treedt een herstel op en vooral in 2014 zijn consumenten weer meer in de doe-het-zelfbranche gaan uitgeven. Deze groei houdt zeer waarschijnlijk aan. Op basis van de meest recente cijfers van het GfK hanteren wij een gemiddeld besteed bedrag van € 195,- op jaarbasis in de doe-het-zelfbranche. Omdat in Oosterhout het gemiddeld besteedbare inkomen boven het nationale gemiddelde ligt, passen wij een kleine inkomenscorrectie toe. Wij hanteren het bedrag van € 200,- per inwoner per jaar in onze analyse.

Zoals vermeld gaan richting de toekomst de bestedingen weer toenemen, naar verwachting worden deze niet meer zo hoog als circa vijf jaar geleden. Voor 2020 rekenen wij met een gemiddeld besteed bedrag van € 220,- per inwoner per jaar, gecorrigeerd voor Oosterhout wordt dit € 226,- per inwoner per jaar.

3.3 Ruimtelijk aankoopgedrag

Om te bepalen wat het totale consumentenpotentieel is voor de doe-het-zelfbranche in de gemeente Oosterhout is het ruimtelijke aankoopgedrag bepalend. Dit betreft ten eerste de koopkrachtbinding: welk deel van de doe-het-zelfbestedingen van inwoners uit de gemeente Oosterhout komen terecht in de eigen gemeente. Aanvullend gaat het om de koopkrachttoevoeiing: welk deel van de bestedingen in de doe-het-zelfbranche is afkomstig uit de eigen gemeente. Het laatste koopstromenonderzoek in West-Brabant dateert uit 2005 (Koopstromenonderzoek West-Brabant 2005, SES en KvK). Hierin is echter niet expliciet vermeld wat het ruimtelijke aankoopgedrag in de doe-het-zelfbranche in Oosterhout is. Bovendien hebben sinds 2005 enige ontwikkelingen plaatsgevonden, waardoor de koopstromen enigszins verschoven kunnen zijn. Waarschijnlijk heeft vooral de opening van de Hornbach in Breda toch enige invloed gehad op het ruimtelijke aankoopgedrag in Oosterhout.

Uit het koopstromenonderzoek 2005 kwamen wel enkele interessante feiten:

- De bestedingen in de doe-het-zelfbranche in Oosterhout lagen aanzienlijk hoger dan op basis van het inwoneraantal verwacht mag worden. Dit betekent dat een behoorlijke koopkrachttoevoeiing heeft plaatsgevonden.
- Uit dit onderzoek bleek dat Oosterhout vooral een forse aantrekkingskracht heeft op de gemeenten Dongen en Geertruidenberg en in iets mindere mate op Gilze en Rijen, Drimmelen en Werkendam.

Op basis van literatuur (Winkelvoorzieningen op waarde geschat, Bolt), de wetenschap dat consumenten bouwmarkten doelgericht bezoeken en de reistijdbereidheid beperkt is, en de inzichten vanuit het koopstromenonderzoek 2005 kunnen wij een goede inschatting maken van de koopstromen. Doordat wij als uitgangspunt nemen dat een nieuwe moderne bouwmarkt met een compleet assortiment aan het winkelapparaat in Oosterhout wordt toegevoegd, neemt de aantrekkingskracht voor de consument toe. De toevoeging van een moderne bouwmarkt voorziet in een consumentenbehoefte. Wij hanteren een realistische koopkrachtbinding van 85% en een koopkrachttoevloeiing van 30%.

Distributieve analyse

4.1 Nuanceringen vooraf

Voorafgaand aan de distributieplanologische verkenning dient een aantal nuanceringen te worden aangebracht bij de interpretatie van dergelijke rekensommen. De klassieke standaardmethodiek van distributieplanologisch onderzoek (dpo) gaat uit van een vast verband tussen omzet en rendement. In dpo's wordt de distributieve ruimte berekend door de omzet per vierkante meter winkelvloer (vloerproductiviteit) te vergelijken met een landelijke norm. Als de vloerproductiviteit in een onderzoeksgebied lager is dan de gemiddelde vloerproductiviteit, dan wordt geconcludeerd dat de markt is overbewinkeld. Bij een hogere vloerproductiviteit wordt geconcludeerd dat marktruimte aanwezig is en kan juist het aanbod worden vergroot.

Bij deze gedachte kan een aantal kritische opmerkingen worden geplaatst. In de eerste plaats leidt de dynamiek in de detailhandel tot schaalvergroting, die niet altijd een recht-evenredig effect heeft op de omzet per vierkante meter winkelvloer. Van belang is dat door rationalisatie in het distributieproces de kosten per vierkante meter winkelvloer afnemen, waardoor toch voldaan kan worden aan de rendementseisen van de organisatie. Distributieplanologische exercities houden ook onvoldoende rekening met de noodzakelijke variëteit in winkelaanbod en de voorkeuren van de consument. Voor vernieuwing van het aanbod is dynamiek in de detailhandel gewenst.

Jurisprudentie en planologie

Voor de uitbreiding van het detailhandelsaanbod en het al dan niet ontstaan van duurzame ontwrichting geldt niet meer de argumentatie dat de concurrentie met andere aanbieders leidend is, maar de keuzemogelijkheden voor de consument staan voorop.

Volgens de jurisprudentie¹⁰ treedt pas duurzame ontvrachting op wanneer de consument niet meer op aanvaardbare afstand van zijn woonplaats de aankopen kan doen. Dit gaat om de eerste levensbehoeften, zoals levensmiddelen, en niet om doe-het-zelfaankopen. Vanuit concurrentieoverwegingen is het niet mogelijk de realisatie van een nieuwe vestiging tegen te gaan. Het belang van de burgers prevaleert boven het belang van de aanbieders.

4.2 Bepaling marktruimte

Door vraag en aanbod met elkaar te confronteren, ontstaat inzicht in het huidige functioneren van de doe-het-zelfbranche in de gemeente Oosterhout. De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (omzet per vierkante meter) in de doe-het-zelfbranche bedraagt € 1.420,- per m² wvo. De laatste jaren is door een combinatie van een lager bestedingenniveau en een toenemende schaalvergroting de gemiddelde vloerproductiviteit fors afgenomen in de doe-het-zelfbranche¹¹. De verwachting is dat de gemiddelde vloerproductiviteit blijft afnemen. Desondanks gaan wij in de huidige en toekomstige situatie voorzichtigheidshalve uit van dezelfde vloerproductiviteit. In de praktijk blijkt het echter mogelijk om met een iets lagere vloerproductiviteit rendabel een bouwmarkt te exploiteren.

Tabel 4.1 toont de distributieve analyse voor de huidige situatie en de situatie in 2020. Hieruit blijkt dat op dit moment op basis van de verwachte bestedingen en het uitgangspunt dat een moderne bouwmarkt aan het aanbod wordt toegevoegd ruimte aanwezig is voor 9.200 m² wvo. Aangezien het huidige aanbod 7.300 m² wvo bedraagt, is de aanwezige rekentechnische marktruimte 1.900 m² wvo. Dit geeft aan dat in de gemeente Oosterhout ruimte bestaat voor uitbreiding van het bestaande aanbod. Inclusief de realisatie van Praxis komt de verwachte omzet per m² wvo dan iets onder de landelijke norm van € 1.420,-.

Belangrijker is dat op korte termijn de marktruimte in Oosterhout gaat toenemen als gevolg van zowel een groei in bevolking als in consumentenbestedingen. In 2020 ontstaat zodoende een marktruimte van circa 3.500 m² wvo wat overeenkomt met de beoogde omvang van de Praxis. Op dat moment is de markt in evenwicht en kunnen alle aanbieders in Oosterhout tegen een rendabele omzet per m² hun bedrijfsvoering uitvoeren.

¹⁰ Uitspraken Raad van State, zoals de uitspraak van de Raad van State in Bergen op Zoom (201208105/1/R2. Datum uitspraak: 18 september 2013). Ook de actuele interpretatie van artikel 14 lid 5 van de Dienstenrichtlijn (Europese wetgeving) geeft aan dat economische argumenten niet mogen worden gehanteerd bij de beoordeling of een bedrijf zich wel of niet mag vestigen en/of uitbreiden.

¹¹ Bron: HBD, Omzetkenngetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, december 2013. Volgens deze cijfers nam de omzet tussen 2011-2012 af met 7%, bovendien nam het metrage in de doe-het-zelfsector nog steeds toe als gevolg van schaalvergroting. De gemiddelde omzet is landelijk onder de 1.300 euro per m² gekomen.

indicator	Oosterhout, 2014	Oosterhout, 2020
inwoneraantal Oosterhout	53.719	55.800
besteding doe-het-zelfbranche (per inwoner per jaar)	€ 200,-	€ 226,-
koopkrachtbinding	85%	85%
koopkrachttoevoeiing (als % van totale bestedingen)	30%	30%
bestedingen uit Oosterhout (in miljoenen euro's)	9,1	10,7
koopkrachttoevoeiing (in miljoenen euro's)	3,9	4,6
totale marktomvang (in miljoenen euro's)	13,1	15,3
normatieve vloerproductiviteit	€ 1.420,-	€ 1.420,-
economische ruimte in m ² wvo	9.200	10.800
aanwezig aanbod in m ² wvo	7.300	7.300
uitbreidingsruimte in m ² wvo	1.900	3.500

Tabel 4.1: Huidig en toekomstig economisch functioneren doe-het-zelfbranche gemeente Oosterhout

Kwaliteit en structuur

De kans op leegstand als gevolg van de realisatie van de Praxis in Oosterhout is bijzonder klein. Er is marktruimte aanwezig, het is denkbaar dat de gemiddelde omzet per m² de eerste jaren iets onder de landelijke norm ligt, maar in 2020 ligt het dan weer boven de norm.

Al met al kan in ieder geval gesteld worden dat verplaatsing en uitbreiding van de Praxis een kwalitatieve impuls geeft aan het winkelaanbod aan Oosterhout. Er ontstaat een moderne bouwmarkt met een hedendaagse omvang. Hiermee worden de keuzemogelijkheden voor de consument vergroot en blijven meer bewoners in Oosterhout voor de doe-het-zelfaankopen.

De locatie bij meubelplein Meerstoel leent zich daarnaast goed voor een bouwmarkt-vestiging. Door deze vestiging te openen wordt het meubelplein als geheel versterkt. Bovendien is dit een van de regionale clusters voor perifere detailhandel¹², waardoor deze locatie zich uitstekend leent voor toevoeging van een grote bouwmarkt. Zowel vanuit de detailhandelsstructuur als het consumentenperspectief betreft dit een duidelijke verbetering.

¹² Bron: Visie op de detailhandelsstructuur West-Brabant 2009-2020, BRO.

5

Beleidsinpassing en conclusies

5.1 Regionaal beleid

De regio West-Brabant heeft een regionale detailhandelsvisie opgesteld, waarvan Oosterhout deel uitmaakt. Relevant punt hierin is dat in Oosterhout winkelprojecten groter dan 5.000 m², die niet toegestaan zijn binnen de vigerende bestemmingsplannen, voorgedragen dienen te worden voor regionale toetsing. Gezien de omvang van de Praxis-uitbreiding is dit niet het geval. Dit betekent dat de ontwikkeling binnen de gemeente Oosterhout kan worden afgewikkeld.

5.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

Ontwikkelingen in de Nederlandse detailhandel dienen langs de Ladder voor duurzame verstedelijking te worden gelegd (zie figuur 5.1). Per trede moet inzichtelijk worden gemaakt of regionale behoefte bestaat en de locatie passend is binnen de gewenste structuur.

Trede 1: Regionale behoefte:

Uit de berekening van de marktruimte blijkt dat uitbreiding van het aanbod aan bouwmarktmeters passend is in de gemeente Oosterhout. Dit betekent dat het aanbod in de huidige situatie te klein is op basis van het aantal inwoners en de verwachte koopstromen. Zo bezien bestaat een regionale behoefte. Daarnaast gaat het om verplaatsing/uitbreiding van een bestaande bouwmarkt. Aangezien de bouwmarkt volgens hedendaagse maatstaven klein is en daardoor het assortiment/serviceniveau minder is, betekent een moderne bouwmarkt een flinke verbetering voor de regionale consument.

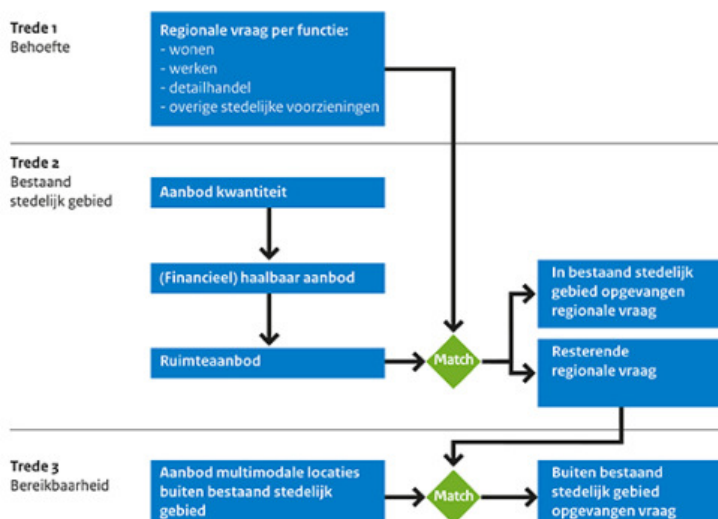
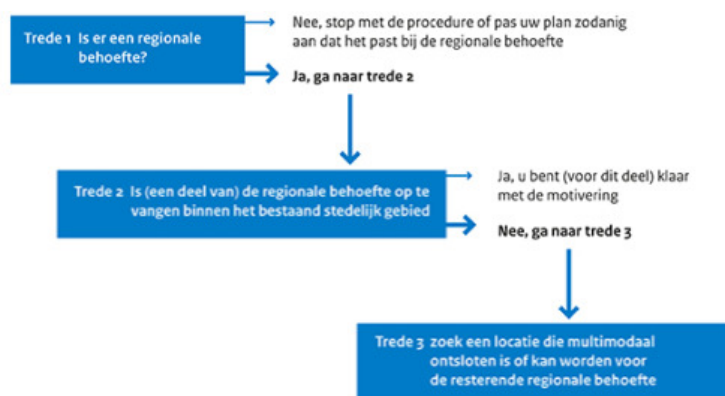
Aangezien marktruimte aanwezig is, kunnen bestaande aanbieders met een rendabele omzet per m² blijven functioneren. Mocht in het ergste geval een bestaande aanbieder sluiten, wat markttechnisch niet te verwachten is, dan betreft dat een solitair gevestigde aanbieder. Vanuit de detailhandelsstructuur betekent dit geen verslechtering van woon- en leefklimaat, omdat dit gaat om vestigingen op een bedrijventerrein. Eventueel leegkomende panden kunnen hier met andere functies heringevuld worden. De toevoeging

van een Praxis bij de meubelboulevard betekent juist een impuls voor dit gebied en een versterking van de gemeentelijke detailhandelsstructuur.

Kortom, er is een regionale behoefte aanwezig.

Trede 2: Regionale behoefte opvangbaar in stedelijk gebied

De beoogde locatie ligt aansluitend aan de bestaande meubelboulevard en is thans voor bedrijfsdoeleinden in gebruik. De aanwezige bebouwing zal voor een deel ten behoeve van de nieuwe functie worden gebruikt. Hierdoor wordt het detailhandelscluster versterkt. De aanwezige regionale behoefte wordt zodoende opgevangen binnen bestaand stedelijk gebied.



Figuur 5.1: Ladder voor duurzame verstedelijking¹³

¹³ Handreiking bij de ladder voor duurzame verstedelijking versie 2 november 2013, ministerie van I&M.

5.3 Conclusies

In dit onderzoek heeft Goudappel Coffeng de mogelijkheden getoetst voor realisatie van een nieuwe Praxis bouwmarkt van 3.600 m² wvo (4.200 m² bvo) nabij meubelboulevard Meerstoel Oosterhout. Van groot belang in de huidige planologie en winkelplanning is dat niet de aanwezige marktruimte en eventuele concurrentie-effecten voor bestaande aanbieders leidend zijn, maar dat de keuzemogelijkheden van de consument voorop staan. In de doe-het-zelfbranche is een trend van schaalvergroting zichtbaar, waardoor de aanbieders beter in de hedendaagse consumentbehoefte kunnen voorzien door een uitbreiding van het assortiment en betere serviceverlening. Het lijkt navenant dat de realisatie van een moderne bouwmarkt bijdraagt aan een verbetering van de keuzemogelijkheden voor de consument in Oosterhout.

Bovendien blijkt uit deze distributieve analyse dat marktruimte voor toevoeging van een nieuwe aanbieder in Oosterhout aanwezig is. In de huidige situatie is uitbreidingsruimte aanwezig en vanwege een combinatie van verwachte bevolkingsgroei en bestedingengroei is in 2020 voldoende uitbreidingsruimte aanwezig. De kans op leegstand is uiterst klein en de realisatie bij Meerstoel zorgt voor een versterking van de detailhandelsstructuur vanuit consumentenperspectief.

Vestiging Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
T +31 (0570) 666 222
F +31 (0570) 666 888
Postbus 161
7400 AD Deventer

www.goudappel.nl
goudappel@goudappel.nl

adviseurs
mobiliteit
**Goudappel
Coffeng**