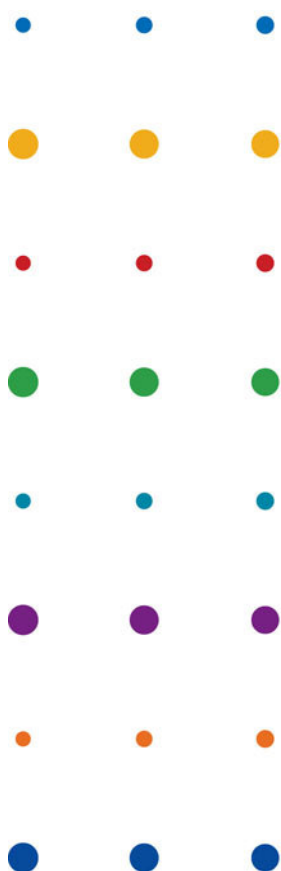


Uitbreiding IKEA Ekkersrijt

Ruimtelijk economische impactstudie



conceptrapport

IKEA Beheer BV Nederland

februari 2010
concept

Uitbreiding IKEA Ekkersrijt

conceptrapport

dossier : D0802-01-001

registratienummer : MR-BZ20100012

versie : 0.1

februari 2010

concept

INHOUD

BLAD

1	INLEIDING	2
1.1	Vraagstelling en aanpak	2
1.2	Onderdelen onderzoek en leeswijzer	3
2	BELEIDSCONTEXT EN TRENDS IN WONENBRANCHE	4
2.1	Trends en ontwikkelingen binnen de wonenbranche	4
2.2	Provinciaal en regionaal detailhandelsbeleid	5
3	REGIONALE WONENBRANCHE	6
3.1	Uitgangspunten	6
3.2	Huidig regionaal beeld van vraag en aanbod	7
3.3	Harde en zachte plannen	8
4	PROFIEL IKEA	9
4.1	Formule	9
4.2	Marktaandeel IKEA in wonenbranche	10
5	MARKTANALYSE UITBREIDING IKEA EKKERSRIJT	11
5.1	Uitgangspunten	11
5.2	Marktpositie en effecten uitbreiding	12
6	SAMENVATTING, CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	13
7	COLOFON	14

BIJLAGEN

1	METRAGES IN BVO (NEN 2580)
2	SAMENSTELLING OMZET IKEA

1 INLEIDING

1.1 Vraagstelling en aanpak

IKEA Beheer BV Nederland heeft DHV gevraagd een ruimtelijk-economisch onderzoek uit te voeren ten behoeve van de geplande uitbreiding van de IKEA Ekkersrijt te Son en Breugel. Vertrekpunt voor het onderzoek is de vestiging van IKEA op de locatie Ekkersrijt in de gemeente Son en Breugel en de voorgenomen uitbreiding tot 31.350 m² bvo (volgens NEN 2580; zie bijlage 1) van deze vestiging. Dit tegen de achtergrond van het feit dat dit plan vanuit Eindhoven en de regio getoetst wordt aan de uitgangspunten van het regionale beleid voor perifere detailhandel.

De centrale vraag in deze studie is:

Wat betekent de uitbreiding van IKEA op de locatie Ekkersrijt voor de perifere detailhandelsstructuur in de regio Eindhoven?

Tegen deze achtergrond zijn bij het onderzoek de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- 1) Het onderzoek heeft betrekking op de regio Eindhoven, cq SRE.
- 2) Het omzetbereik en de omzet van IKEA na uitbreiding, met een aanduiding van de te verwachten omzetherkomst.
- 3) Rekening is gehouden met concrete en in ontwikkeling zijnde plannen (hard en zacht) in de wonenbranche. In algemene zin zijn trends en ontwikkelingen binnen de wonenbranche als vertrekpunt gehanteerd.

Ten behoeve van het onderzoek is de centrale vraagstelling vertaald in de volgende deelvragen:

- a. Wat betekent de uitbreiding van IKEA Ekkersrijt voor de marktruimte in de regionale wonenbranche?
- b. Heeft de uitbreiding van IKEA effecten op in ontwikkeling zijnde plannen in de wonenbranche? Of dient er een differentiatie aangebracht te worden en kunnen niet alle meters met elkaar vergeleken worden?

Bij de aanpak zijn de volgende elementen als belangrijke vertrekpunten gehanteerd:

- De regionale kaderstellende uitgangspunten waar IKEA mee te maken heeft bij uitbreiding op Ekkersrijt.
- Beschikbare informatie over relevant regionaal winkelaanbod (wonenbranche; m² en typen locaties) in SRE, inclusief informatie over uitbreidingsplannen (hard en zacht). beschikbare informatie over regionaal bezoek en bestedingsgedrag, zoals het SRE regionaal koopstromenonderzoek.
- Positionering van IKEA in de Nederlandse markt en in de regio Eindhoven.
- Regionale bevolkingsprognose op basis van provinciale cijfers.

1.2 Onderdelen onderzoek en leeswijzer

Hoofdstuk 2

Beleidscontext, en trends en ontwikkelingen binnen wonenbranche.

Hoofdstuk 3

Voor het IKEA relevante segment van de wonenbranche wordt een beeld geschetst van de regionale vraag en aanbodsituatie. Op basis van aanwezige informatie over actueel winkelaanbod, informatie over inwoners, marktaandelen van IKEA, landelijke kengetallen en referentiecijfers is een eerste beeld geschetst van de positie van de wonenbranche.

Hoofdstuk 4

Profiel IKEA. Formule, marktpositie en omzetverwachting IKEA Ekkersrijt na uitbreiding tot 31.350 m² bvo.

Hoofdstuk 5

Effectenanalyse uitbreiding IKEA Ekkersrijt tegen achtergrond van voorgaande hoofdstukken, de bestedingsontwikkeling voor wonen en de ontwikkeling van de marktruimte voor de periode 2008-2013.

Hoofdstuk 6

Samenvatting, conclusies en aanbevelingen.

2 BELEIDSCONTEXT EN TRENDS IN WONENBRANCHE

2.1 Trends en ontwikkelingen binnen de wonenbranche

Door marktontwikkelingen (o.a. thematisering) alsook de gewijzigde overheidsbemoeienis (deregulering) is er het afgelopen decennia sprake van een toename van andere functies in de periferie en vooral ook op woonboulevards. Dit heeft geleid tot een grote diversiteit van PDV-concentraties in Nederland: van een “toevallige” clustering van grootschalige bouwmarkten, tuincentra, meubelzaken en autoshowrooms (b.v. Nieuwgraaf in Duiven na vestiging IKEA en Makro), en thematisch opgezette meubelconcentraties (b.v. Woonboulevard Ekkersrijt, Meubelplein Leiderdorp) tot het fenomeen van Woonmalls in Rotterdam (Alexandrium III) en Amsterdam (Villa Arena).

De hoofdlijn in de nieuwe Nota Ruimte is deregulering en decentralisatie waarbij de verantwoordelijkheden voor een nadere invulling van het ruimtelijke beleid bij de provincies en gemeenten worden neergelegd. Locatiebeleid (PDV, GDV) heeft daarbij plaatsgemaakt voor integraal locatiebeleid dat zich richt op bundeling van verstedelijking en economische activiteiten. Partijen met majeure plannen buiten de bestaande winkelstructuur zijn wel verplicht tot een onderbouwing ervan en een toetsing aan een regionale detailhandelstructuurvisie of opstellen van een economische effectenstudie. In de (nieuwe) Wet ruimtelijke ordening wordt branchering in bestemmingsplannen mogelijk gemaakt.

De vraag die in de HBD/CBW-studie (DHV, november 2004) werd gesteld en die nog steeds opgeld doet is welke ontwikkelingen in de wonenbranche en op perifere locaties de komende jaren wenselijk en houdbaar zijn gelet op de ontwikkelingen in markt en beleid. Dit tegen de achtergrond van:

- Het nog steeds bestaande overaanbod aan m² in de wonenbranche; een ontwikkeling die de afgelopen 5 à 10 jaar is ontstaan op basis van een onbalans tussen gerealiseerde nieuwe wonenmeters (m.n in woonboulevards) en de feitelijke bestedingsontwikkeling.
- Zwakte in de conceptontwikkeling; er is teveel van hetzelfde bijgekomen en bij betrokken partijen (retailers, ontwikkelaars, overheid) is te laat het besef doorgedrongen dat maatwerk in omvang (afstemming op marktmogelijkheden) en concept (onderscheidend vermogen) het perspectief bepaalt.
- De gemakkelijke kopieerbaarheid en toevoeging aan de markt is verder in de hand gewerkt door het strikte PDV-beleid, dat voorschreef wat waar is toegestaan maar verder geen ruimte liet in branchering en/of schaalgrootte.

De plannen van IKEA Ekkersrijt en de onderhavige economische effectstudie worden onder andere tegen deze achtergrond geplaatst.

Gesteld kan worden dat landelijk gezien het PDV-beleidskader grote en kleinere gemeenten toestond om eigen beleid en projecten te ontwikkelen, zonder dat hier een regionale visie, regionale afspraken en/of een doorslaggevende regierol van provincies aan te pas kwamen.

Volgens de HBD/CBW studie is het gewenst dat marktpartijen en overheid gezamenlijk een kansrijke koers voor kwaliteitsverbetering van woonboulevards en houdbare vernieuwingen in de wonenbranche en andere perifere ontwikkelingen uitzetten. Hierbij zal op basis van een dynamische winkelplanning ingespeeld moeten worden. Het is de consument immers die in toenemende mate ‘momentgebonden’ bepaalt wat (wanneer en waar) hij bezoekt, beleeft en koopt. Al naar gelang het motief kiest de consument de winkel, winkelgebied, stad en regio, binnenstad en periferie die het best past bij het beoogde bezoeksmoment, de eigen life-style en behoeften en slaagkans (in kopen, verblijven, beleven en opdoen van ideeën en adviezen).

IKEA is al sinds haar eerste vestiging in Nederland (ca. dertig jaar geleden) een winkelconcept dat mikt op het bijeenbrengen van producten rond het woonthema vanuit de beleving, behoefte en life-style van consumenten.

2.2 Provinciaal en regionaal detailhandelsbeleid

De Provincie zet in haar Streekplan Noord-Brabant 2004 (integrale versie) in op versterking van de bestaande verzorgingstructuur. Dit provinciale beleid is gericht op het afstemmen van vooral die detailhandelsontwikkelingen die bovenlokale effecten met zich meebrengen. In die zin vraagt uitbreiding van IKEA Ekkersrijt een onderbouwing van de marktimpact; omzetherkomst over afstand, koopkrachtclaim, raming omzetmutaties en structuureffect voor de regionale detailhandelsstructuur. Deze en andere voorzieningen dienen vanuit het oogpunt van de grote publieksstromen en daarmee verbonden verkeersaantrekkende werking gesitueerd te zijn op goed ontsloten locaties in stedelijke centra of aan de stadsranden. Woonboulevard Ekkersrijt is een locatie die hieraan voldoet.

Ook conceptueel sluit Ekkersrijt aan bij de gewenste provinciale en regionale ontwikkeling. In het Masterplan Ekkersrijt is dit uitgewerkt onder het label "Home & Living". De IKEA-formule past binnen dit ruimtelijk-economische beleidskader.

3 REGIONALE WONENBRANCHE

3.1 Uitgangspunten

In dit onderzoek zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

1. **Gemeentelijke en regionale inwonertallen** op basis van cijfers van het CBS (voor de huidige situatie) en op basis van provinciale en regionale opgaven en prognoses (wat betreft de toekomstige situatie).
2. **Landelijke, regionale en lokale marktgegevens (kooporiëntaties, marktaandelen)** in wonenbranche en benchmarks op basis van eerdere DHV impactstudies voor IKEA vestigingen (Amersfoort, Leiderdorp, Duiven) en andere studies. Ook is gebruik gemaakt van het regionaal koopstromenonderzoek SRE (Samenwerkingsverband Regio Eindhoven).
3. **Landelijke bestedingen per hoofd aan wonen** op basis van informatie van het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en Centrale Branchevereniging Wonen (CBW). Na een aantal jaren van daling (periode 2002-2005) bedraagt de omzet (inclusief btw) aan producten voor het interieur (meubels, vitrage, vloerbedekking, woningtextiel en –accessoires, keukens en verlichting) in Nederland ca. € 9,3 miljard voor het jaar 2005. Dit komt neer op een omzet van € 570,- per hoofd van de bevolking. Hiervan wordt ca. 73% ofwel ca. € 6,8 miljard (€ 420,- per hoofd) gerealiseerd door woonzaken met een IKEA relevant aanbod in hoofdassortiment wonen. Dit zijn speciaalzaken in woninginrichting, woonwinkels op grootschalige concentraties en woonwarenhuizen. In onderhavig onderzoek wordt uitgegaan van dit IKEA relevante deel van de bestedingen aan producten voor het interieur. De overige 27% komt bij andere aanbieders terecht waaronder bouwmarkten, tuincentra, warenhuizen, ambulante handel en postorder- en internetbedrijven. De totale bestedingen per hoofd van de bevolking in woonzaken met een IKEA relevante aanbod komt daarmee op € 420,- voor het jaar 2005. De bestedingen in woonzaken zijn in 2006 en 2007 op jaarbasis zijn gestegen met circa 8% (bron: CBS) tot € 450,- aan gemiddeld landelijke bestedingen per hoofd van de bevolking. In 2008 en 2009 zijn de bestedingen per hoofd gedaald; voor de woonbranche met respectievelijk – 4 en -14%. In het vervolg van deze rapportage is voor 2009 gerekend met € 372 aan gemiddeld landelijke bestedingen per hoofd.
4. **Vloerproductiviteiten** en andere gegevens van de branche op basis van met name geactualiseerd onderzoek van HBD/CBW en DHV (november 2004) en actuele informatie van de wonenbranche (CBW, 2009).
Door aanbodontwikkelingen zoals schaalvergroting is de omzet per vierkante meter de afgelopen jaren afgenomen. De volgende omzetten per m² vwo (inclusief btw) geven het gemiddelde beeld weer van het functioneren van het woneraanbod.

Vloerproductiviteit (omzet per m² vwo)	Economisch functioneren
€ 1.100 en meer	goed/zeer goed
€ 900 tot € 1.100	matig/redelijk
€ 900 en minder	zwak/onrendabel

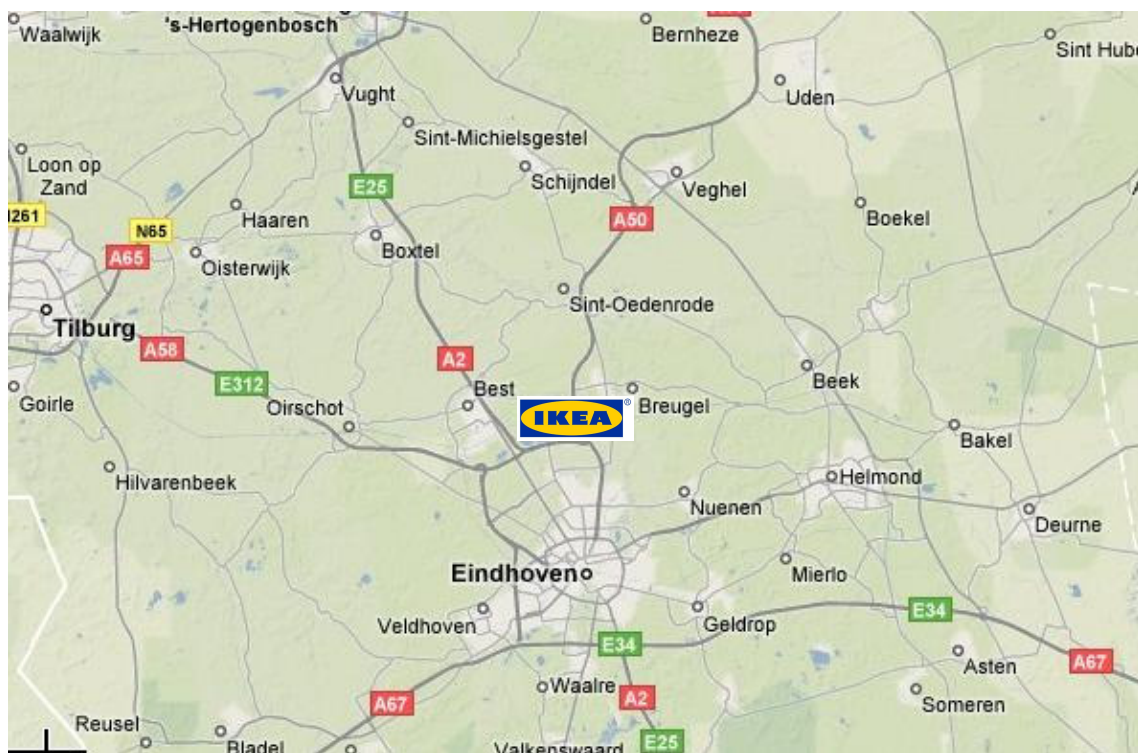
Dit beeld van functioneren gaat meestal samen met een situatie van huisvestingskosten die passen bij een huurquote van 6-8% (huur € 70,- tot € 90,- per m² bvo). Voor specialistisch/kleinschalig woneraanbod op andere locaties moet uitgegaan worden van een hoger kostenniveau en dus ook hogere vloerproductiviteiten bij goed functioneren.

3.2 Huidig regionaal beeld van vraag en aanbod

Vraagsituatie

Het primaire marktgebied van IKEA Ekkersrijt omvat globaal genomen het SRE met daarin ca. 730.000 inwoners. Dit is het gebied van 21 samenwerkende gemeenten van samenwerkingsverband regio Eindhoven dat in grote lijnen correspondeert met het gebied van ca. 30 autominuten van IKEA Ekkersrijt. Op basis van provinciale prognoses wordt voor 2020 uitgegaan van een bevolkingstoename in deze regio tot 747.000 inwoners.

Afbeelding 1: Regionale marktgebied IKEA Ekkersrijt (bron: CBS)



Aanbodssituatie

Het regionale wonenaanbod in SRE loopt met 0,44 m² wvo per hoofd in de pas met het landelijke beeld (0,42 m² wvo per hoofd). Het totaal regionaal wonenaanbod van van SRE bedraagt 323.592 m² wvo (inclusief huidige metrage IKEA vestiging).

Tabel 1. Beeld functioneren woonbranche regio 2009

1. Inwonertal per 01-01-2009	729.895
2. Bestedingen woonbranche per hoofd in 2009	€ 372
3. Omzetpotentieel eigen regio (=1*2)	€ 272 miljoen
4. Koopkrachtbinding woonbranche in %	89%
5. Omzetpotentieel uit eigen regio in €	€ 242 miljoen
6. Toevloeiing van elders in % van totale omzet	15-20%
7. Toevloeiing van elders in €	€ 51 miljoen
8. Totale omzet woonbranche SRE	€ 293 miljoen
9. Aanwezig vloeroppervlak (m ² wvo)	323.592 m ² wvo
10. Vloerproductiviteit woonbranche Stadsregio	€ 905

Bron: HBD, Locatus, BRO, bewerking DHV

Conclusies vraag- en aanbodsituatie:

1. In 2009 realiseert de regionale woonbranche in SRE gebied c.q. het primaire markgebied van IKEA Ekkersrijt een omzet van ongeveer € 905 miljoen, waarvan ca. 80-85% afkomstig uit dit primaire regionale gebied met ca. 730.000 inwoners en ruim 323.000 m² wvo. Dit is het regionale totaalbeeld. Voor individuele, specialistische en naamsbekende zaken (bijv. IKEA) kan het beeld er anders uitzien (groter aandeel bovenregionaal).
2. In de huidige situatie functioneert de regionale wonenbranche gemiddeld, op basis van gehanteerde aannamen, matig. De belangrijkste reden hiervoor is niet zozeer een ruim regionaal wonenaanbod dat, zoals eerder genoemd redelijk in de pas loopt met het landelijke beeld per hoofd, maar de forse daling in de bestedingen per hoofd die in 2009 – 14% bedroegen (daarvoor in 2008 reeds -4% op jaarbasis).

3.3 Harde en zachte plannen

Het regionale koopstromenonderzoek SRE geeft behalve een beeld van het ruimtelijk koopgedrag ook een inventarisatie van harde en zachte plannen. Relevant voor deze IKEA studie zijn met name harde plannen voor uitbreiding van het wonenaanbod op PDVlocaties. De beoogde uitbreiding van IKEA Ekkersrijt van 22.240 naar 31.350 m² bvo (+ 9.110 m² bvo), respectievelijk van 14.650 naar 21.750 m² wvo (+ 7.100 m² wvo) betekent een toename van het bestaande regionale wonenaanbod met 2%.

Indien de harde planinitiatieven voor wonen (Helmond woonboulevard + uitbreiding IKEA Ekkersrijt) worden gerealiseerd, stijgt het winkelareaal wonen met 8% , ofwel circa 27.100m² wvo.

4 PROFIEL IKEA

4.1 Formule

IKEA heeft op dit moment 12 vestigingen in Nederland (hiervan is IKEA Amersfoort als laatste toegevoegd). De komende jaren komen er een drietal nieuwe vestigingen bij.

Qua formule kan IKEA als een “supermarkt in woninginrichting” worden gekwalificeerd. Door de stijl, het materiaal en prijsstelling van de producten kent IKEA een specifieke positionering binnen de woninginrichtingbranche. IKEA wordt door een breed publiek aantrekkelijk gevonden, maar onder de bezoekers zijn de jongere leeftijdscategorieën en vrouwen (70%) oververtegenwoordigd.

Hoewel niet geheel modulair, is de formule zeer herkenbaar opgebouwd en verschilt de vestiging op Ekkersrijt wat betreft verschijningsvorm en assortimentsopbouw niet van de meeste andere vestigingen in Nederland. Uitzondering vormen de filialen IKEA-Delft en IKEA-Amsterdam, die vanwege de combinatie van a) een optimale marktpositie in de twee grootste marktgebieden in randstedelijk Nederland en b) een lange historie c.q. opgebouwde naamsbekendheid over een periode van respectievelijk 12 en 22 jaar, de twee krachtigste IKEA's in Nederland zijn.

IKEA biedt van meet af aan in haar vestigingen niet alleen een wonenassortiment maar ook andere assortimenten (huishoudelijk, planten, e.d.) waarvoor een omzetverdeling 2/3 –1/3 kan worden aangehouden. De totale vloerproductiviteit (jaaromzet per m² vwo, op basis van verkoopprijs exclusief ondersteunende ruimte) bedraagt op dit moment € 2.700,- waarvan wonen € 1.800,- en niet-wonen € 900,-.

Met de uitbreidingsplannen voor de vestiging Ekkersrijt beoogt IKEA net zoals bij de andere vestigingen ruimte te creëren voor vernieuwing van de formule. Uitgangspunten zijn (zie tevens bijlage 1):

- Een vestiging van ca. 31.350 m² bvo (NEN 2580), waarvan ca. 86% (26.870 m²) voor de klant toegankelijke winkel- en horecaruimte, respectievelijk ca. 69% (21.750 m²) voor de klant toegankelijke ruimte exclusief horeca en ondersteunde functies (5.120 m² restaurant & bistro). De overige bedrijfsruimte betreft niet voor de klant toegankelijke ruimte, zoals magazijn, kantoor en personeelsruimte, technische ruimte en logistieke ruimte voor besteldiensten.
- Op dit moment heeft IKEA Ekkersrijt ca. 2.240 m² bvo, waarvan 14.650 m² vwo exclusief ondersteunde functies. De beoogde uitbreiding van de IKEA vestiging Ekkersrijt (+ 9.110 m² bvo) motiveert IKEA vanuit de volgende argumenten:
 - opschaling voor komende jaren vanuit formulebeleid IKEA;
 - uitbreiding artikelenaanbod binnen het landelijke IKEA-aanbod;
 - verbetering efficiency, waarvoor nu te weinig ruimte is (meer op pallets, bredere paden);
 - uitbreiding zelfbedieningsruimte in de vorm van ruimere pakplaatsen;
 - op meerdere plekken (3-4 plaatsen) aanbieden van dezelfde artikelen (herhalingseffect).
- Uitgangspunt blijft het aanbieden van een herkenbaar assortiment, waarvan 60-65% in wonen en 35-40% in overig assortiment; huishoudelijk, planten en horeca.
- Ca. 1.552 parkeerplaatsen (uitbreiding van huidig 1.000 met 552 pp); ca. 7 per 100 m² vwo.
- Ca. 450 werknemers (ca. 250 fte); overwegend op opleidingsniveau lbo/vmbo/mbo.

4.2 Marktaandeel IKEA in wonenbranche

IKEA-Nederland gaat in de komende jaren investeren in vergroting van bestaande vestigingen tot circa 38.000 m² bvo en een omzet van € 800 – 850 miljoen voor heel Nederland. Ca. 70% hiervan (ca € 580 miljoen) wordt gerealiseerd in het wonensegment (eerder aangeduid als het IKEA relevant aanbod). Uitgaande van jaarlijks € 6,8 miljard aan omzet in Nederland in het IKEA-relevante segment betekent dit een landelijk marktaandeel in segment wonen van 8-8,5% (op dit moment naar schatting 7%). Dit is volgens IKEA vergelijkbaar met het marktaandeel in Scandinavische en andere Europese landen, met uitzondering van Duitsland (en Rusland) waar een marktaandeel van 9-10% wordt gerealiseerd vanwege het verhoudingsgewijs groot aantal vestigingen.

Het Koopstromenonderzoek Randstad 2004 ondersteunt de conclusie dat dit marktaandeel terug te voeren is op de unieke formule van IKEA als aankoopkanaal. Zo is voor de regio Rijn- en Bollenstreek - met een attractief en omvangrijk wonenaanbod een afvloeiing naar IKEA-Delft gemeten van 7%. (voor de Leidse subregio met daarin Meubelplein en Rijnkeboulevard in Zoeterwoude is dit zelfs 13%). Dit bevestigt het beeld dat de oriëntatie op IKEA niet gevoelig is voor afstand en ook niet voor ander wonenaanbod.

5 MARKTANALYSE UITBREIDING IKEA EKKERSRIJT

5.1 Uitgangspunten

Bestedingen

De bestedingen in de detailhandel zijn na een aantal jaren van forse daling weer aan het toenemen sinds 2006. De wonenbranche heeft een aantal jaren achter de rug waarin de bestedingen met 8-9% per jaar zijn gedaald (2002-2005). Dit na een periode van stevige groei in de tweede helft van de jaren negentig. De periode 2006-2008 is er een van aarzelende groei (2006-2007) maar, daaropvolgend ook weer een van tanend consumenten vertrouwen en dalende bestedingen. De bestedingen in de woninginrichting zijn in 2008 licht gedaald (-4%, bron CBS) tot ca. **€ 432,-**. De daling van de bestedingen in de wonenbranche was in 2009 circa -14%. Ook voor 2010 zijn de vooruitzichten niet gunstig. Wellicht neemt het consumentenvertrouwen toe, maar de feitelijke economische ontwikkeling (werkgelegenheid, inkomen) zal zeker niet verbeteren ten opzichte van 2009. Voor 2010 wordt uitgegaan van een stabilisatie op jaarbasis op het niveau van 2009, d.w.z. ca. **€ 372,-**. In onderhavige impactstudie worden wat betreft de bestedingsontwikkeling in de wonenbranche voor de komende jaren uitgegaan van een **beperkte krimp variant, c.q. stabilisatie bestedingen per hoofd op niveau 2009**.

Bevolkingsontwikkeling SRE

Volgens provinciale bevolkingsprognoses wordt voor SRE 2020 uitgegaan van een groei van 730.000 naar 747.000 inwoners 2020. (Gemiddeld jaarlijkse groei = 1.400 -1.500 inwoners).

Tabel 2. Krimp-variant; functioneren woonbranche SRE 2009

1. Inwonertal per 01-01-2010	733.000
2. Bestedingen woonbranche per hoofd	€ 372
3. Omzetpotentieel eigen regio (=1*2)	€ 295.650.000
4. Koopkrachtbinding woonbranche in %	80%
5. Omzetpotentieel uit eigen regio in €	€ 236.520.000
6. Toevloeiing van elders in % van totale omzet	15-20%
7. Toevloeiing van elders in €	€ 50.170.909
8. Totale omzet woonbranche Stadsregio	€ 286.690.909

Conclusies (tabel 2):

- Op basis van alleen de autonome ontwikkeling van het aantal inwoners in de stadsregio en stabilisering van de consumentenbestedingen voor woninginrichting op het niveau 2009 is er sprake van een afname van ca. 5% van de economische mogelijkheden voor de regionale wonenbranche in 2009 (tabel 2).
- Een stabilisatie in de daling van de bestedingen in 2010 levert een verdere daling op (tabel 3).

5.2 Marktpositie en effecten uitbreiding

In een impactstudie – in dit geval in verband met een IKEA-vestiging - staat het berekenen van omzeteffecten centraal. Vaak wordt een onderscheid gemaakt tussen een primair, secundair en tertiair verzorgingsgebied op basis van afstandscirkels en autoreistijden.

Ten aanzien van de positionering van IKEA-Ekkersrijt kunnen de volgende opmerkingen worden gemaakt:

- Uitgegaan is van een primair marktgebied van IKEA Ekkersrijt (0-30 minuten) met 918.000 inwoners.
- Ca. 2/3 van de IKEA bestedingen bij IKEA Ekkersrijt zijn afkomstig van bezoekers uit dit gebied.
- Ca. 1/3 van de IKEA bestedingen komt van bezoekers van elders.

Ten aanzien van de toekomstige positionering van IKEA-Ekkersrijt na realisatie van de beoogde uitbreiding van de vestiging gelden de volgende overwegingen en opmerkingen:

- 1) De uitbreiding van IKEA Ekkersrijt bedraagt ruim 9.000 per m² bvo . De situatie voor het regionale woneraanbod zal niet structureel wijzigen na uitbreiding van IKEA. Het verkoopareaal zal met 7.100 m² wvo naar 21.750 m² wvo toenemen, maar de omzetherkomst zal naar verwachting gelijk blijven, d.w.z. 2/3 uit Eindhoven / Son en Breugel en omliggende regio tussen Tilburg, Den Bosch, Uden, Helmond en Geldrop/Mierlo. Een gebied met ca. 930.000 inwoners op ca. 30 autominuten van IKEA Ekkersrijt en 1/3 van elders (bovenregionaal, inclusief België en Duitsland).
- 2) Uitgaande van een jaarlijkse omzetbehoefte van € 2.700 per m² wvo, bedraagt de omzetclaim van 7.100 m² nieuw IKEA wvo ca. € 19 miljoen, waarvan circa € 13 miljoen betrekking heeft op de wonenbranche. Daarvan is 2/3 ofwel circa € 8 - 9 miljoen afkomstig uit de bovengenoemde primaire regio. Een toename van de omzetdruk die in theorie gelijk is aan 2% van het toekomstige bestedingsvolume voor woneraanbod in de omliggende regio met ruim 900.000 inwoners. Dit leidt niet tot verstoring van de structuur, waarbij bovendien de opmerking moet worden geplaatst dat op basis van onderzoek blijkt dat het marktaandeel gekoppeld is aan de unieke positie van IKEA. In het landelijke beeld komt 7-8% van de consumentenbestedingen voor de aankoop van artikelen wonen terecht bij het aankoopkanaal IKEA.

6 SAMENVATTING, CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Met de uitbreidingsplannen voor de vestiging Ekkersrijt beoogt IKEA net zoals bij de andere vestigingen in Nederland ruimte te creëren voor vernieuwing van de formule. Op dit moment heeft IKEA Ekkersrijt 22.240 m² bvo (NEN 2580), waarvan 14.650 m² in gebruik als verkoopp ruimte (wvo) en 3.650 m² als verkoopondersteunende ruimte (zoals restaurant, kantenservice etc).

Tegen de achtergrond van de problematiek van de wonenbranche wil IKEA Beheer Nederland BV dit initiatief voor uitbreiding onderbouwen en heeft advies- en ingenieursbureau DHV opdracht gegeven een ruimtelijk-economische impactanalyse uit te voeren.

De beoogde uitbreiding met 9.110 m² bvo (waarvan ruim 7.100 m² wvo exclusief ondersteunende ruimte) motiveert IKEA vanuit argumenten van uitbreiding van het artikelenaanbod (binnen het landelijke IKEA-aanbod), verbetering van de efficiency waarvoor nu te weinig ruimte is (meer op pallets, bredere paden), uitbreiding van de zelfbedieningsruimte in de vorm van ruimere pakplaatsen voor klanten en het op meerdere plekken (3-4 plaatsen) aanbieden van dezelfde artikelen (herhalings-effect). Per saldo zal van de uitbreiding daarom een verhoudingsgewijs beperkter deel (69%) winkelvloeroppervlak beslaan (namelijk 7.100 m², van 14.650 m² wvo naar 21.750 m² wvo), dan normaal bij nieuwe winkelmeters.

Met het initiatief wil IKEA de vestiging Ekkersrijt vernieuwen en opschalen zonder af te wijken van de uitgangspunten op basis waarvan ruim twintig jaar geleden de status van PDV-vestiging is verkregen. Met een landelijk marktaandeel in het wonensegment van 7-8% wil IKEA inspelen op de consumentenwensen van vandaag en morgen. Uitbreiding op de locatie Ekkersrijt betekent daarbij een versterking van één van de belangrijkste PDV-concentraties in Zuid-Nederland, met een markt bereik dat zich uitstrekt over Midden- en Oost-Brabant, Noord en Midden Limburg en de grensstreken van België en Duitsland. Een uitgebreide en krachtige IKEA formule draagt bij aan het vasthouden van de krachtige regionale positie (voor 1/3 van inwoners SRE nu al de belangrijkste woonboulevard) en bovenregionale positionering van Ekkersrijt. De uitbreidingsplannen van IKEA Ekkersrijt zijn bovendien complementair aan de plannen voor uitbreiding van de gehele woonboulevard.

In termen van directe omzetteffecten zal de mogelijke uitbreiding van IKEA Ekkersrijt de situatie van de wonenbranche in Eindhoven/Son en Breugel en omliggende regio op ca. 30 autominuten van IKEA Ekkersrijt niet of nauwelijks beïnvloeden. Uitgaande van een jaarlijkse omzetbehoefte van € 3.000 per m² wvo, bedraagt de omzetclaim van 7.100 m² nieuw IKEA wvo € 19 miljoen, waarvan € 13 miljoen betrekking heeft op de wonenbranche. Daarvan is 2/3 ofwel € 8-9 miljoen afkomstig uit dit gebied. Een toename van de omzetdruk die in theorie gelijk is aan 2% van het toekomstige bestedingsvolume voor woneraanbod. Dit is bovendien als maximaal te beschouwen gegeven het formulegebonden karakter van regionale en bovenregionale consumentenbestedingen. Dit leidt ook niet tot verstoring van de structuur, waarbij bovendien de opmerking moet worden geplaatst dat op basis van onderzoek (Koopstromen Randstad 2004) blijkt dat het marktaandeel gekoppeld is aan de unieke positie van IKEA. In het landelijke beeld komt 7-8% van de consumentenbestedingen voor de aankoop van artikelen wonen terecht bij het aankoopkanaal IKEA.

Qua marktsegment ligt dat mogelijk wat genuanceerder. Voor een attractievere IKEA Ekkersrijt zullen vooral woonwarenhuisformules gevoelig zijn. Voor lokale en regionale aanbieders in deze segmenten zijn aanpassingen op de nieuwe situatie gewenst. Dit in een mate die men als regulier proces bij ontwikkelingen op de winkelmarkt en tussen winkelcentra en -concentraties kan beschouwen.

7 COLOFON

Opdrachtgever	: IKEA BV	
Project	: Uitbreiding IKEA Ekkersrijt	
Dossier	: D0802-01-001	
Omvang rapport	: 14 pagina's	
Auteur	: Jan Pernot	
Bijdrage	: Tessa Bruigom	
Projectleider	: E.A.J. de Bruin	
Projectmanager	: ing. G.P.E. Okhuijsen	
Datum	: 5 februari 2010	
Naam/Paraaf	:	E.A.J. de Bruin

BIJLAGE 1 METRAGES IN BVO (NEN 2580)

Alle meters die in het rapport staan en de berekende marktruimte of plannen zijn uitgedrukt in BVO conform NEN 2580. Dit betreft de vloeroppervlakte van de ruimte, dan wel van meerdere ruimten van een vastgoedobject gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de (buitenste) opgaande scheidingsconstructie, die de desbetreffende ruimte(n) omhullen. Daar waar relevant is op basis van voorgaande voor bvo : wvo uitgegaan van de verhouding 100 : 80

Ten aanzien van de beoogde ruimteverdeling voor IKEA Ekkersrijt uitgedrukt in BVO conform NEN 2580 moet uitgegaan worden van de volgende verdeling (bron: IKEA, juli 2007).

Verkoopruimten (in m2 BVO)	huidige situatie	na verbouwing
Showroom	5.500	6.500
Lichte zelfbediening (Market Hall)	5.300	7.500
Zware zelfbediening (Self Serve)	2.750	6.400
Kassa's	1.100	1.350
Totaal	14.650	21.750
Verkoopondersteunende ruimten		
Restaurant	1.500	2.140
Ingangsgebied	550	730
Klantenservice etc	850	1.220
<u>Uitgangsgebied/ Bistro</u>	<u>750</u>	<u>1.030</u>
Totaal	3.650	5.120
Niet voor klanten toegankelijke ruimten		
Magazijn	3.100	1.480
Goederen ontvangst en verzending	700	950
Kantoren/kantine	800	1.600
<u>Technische ruimten</u>	<u>300</u>	<u>450</u>
Totaal	4.900	4.480
Totaal BVO	23.200	31.350

.

BIJLAGE 2 SAMENSTELLING OMZET IKEA

