

Son en Breugel, ruimtelijk-functionele
onderbouwing bestemmingsplan Ekkersrijt;
Home & Living Centre
Vastgoedmaatschappij Van der Loo b.v.

Son en Breugel, ruimtelijk-functionele onderbouwing bestemmingsplan Ekkersrijt; Home & Living Centre Vastgoedmaatschappij Van der Loo b.v.

Rapportnummer:	211X07532.082433_5
Datum:	17 november 2015
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevrouw K. van der Loo
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Distributieplanologisch onderzoek, wonen, doe-het-zelf, sport, tuincentra, fitness, horeca, Ekkersrijt
Bron foto kaft:	Hollandse hoogte 12
Beknopte inhoud:	In opdracht van Vastgoedmaatschappij Van der Loo heeft BRO de distributieve mogelijkheden onderzocht voor de branches, wonen, doe-het-zelf, sport en tuincentra op woonboulevard Ekkersrijt in Son en Breugel. Daarnaast is gekeken naar fitness en horeca. Onderliggende rapportage dient ter onderbouwing van de benodigde bestemmingsplanwijziging.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding en vraagstelling	3
1.2 Onderzoeksafbakening	4
2. Aanbodstructuur	7
2.1 Kenschets Ekkersrijt	7
2.2 Regionale aanbodstructuur	8
2.3 Aanbod per branche	9
2.3.1 Aanbod wonen	10
2.3.2 Aanbod doe-het-zelf	10
2.3.3 Aanbod tuincentra	11
2.3.4 Aanbod sport	12
2.3.5 Aanbod fitness	12
2.3.6 Aanbod horeca	13
3. Ontwikkelingskaders	15
3.1 Trends en ontwikkelingen detailhandelsstructuur	15
3.2 Beleidskaders	17
3.2.1 Provinciaal	17
3.2.2 Regionaal	18
3.2.3 Gemeentelijk	18
3.3 Plannen en initiatieven	21
4. Distributieve uitbreidingsruimte	23
4.1 Uitgangspunten	23
4.2 Uitbreidingsruimte	24
4.2.1 Wonen	24
4.2.2 Doe-het-zelf	25
4.2.3 Tuincentra	25
4.2.4 Sport	26
4.2.5 Fitness	27
4.2.6 Horeca	28
4.3 Kwaliteit boven kwantiteit	28

5. Mogelijkheden en effecten	29
5.1 Marktmogelijkheden	29
5.2 Meerwaarde en effecten	30
5.2.1 Meerwaarde	30
5.2.2 Effecten	32
5.3 Ladder voor duurzame verstedelijking	33
5.3.1 Actuele regionale behoefte	34
5.3.2 Tweede trede	34
5.3.3 Derde trede	36

Bijlagen

- Bijlage 1: Omschrijving branches
- Bijlage 2: Overzicht aanbod wonen (sub)regio
- Bijlage 3: Overzicht aanbod doe-het-zelf (sub)regio
- Bijlage 4: Overzicht aanbod tuincentra (sub)regio
- Bijlage 5: Overzicht aanbod sport (sub)regio
- Bijlage 6: Overzicht aanbod horeca (sub)regio
- Bijlage 7: Overzicht leegstand Son en Breugel en omgeving
- Bijlage 8: Trends en ontwikkelingen branches

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Vastgoedmaatschappij Van der Loo bezit enkele bedrijfspanden die gelegen zijn tussen de nieuwe westelijk ontsluiting van het Home & Living gedeelte van het bedrijventerrein en het vernieuwde Meubelplein Ekkersrijt. Het ligt in de bedoeling dat in deze panden winkels gevestigd worden die passen binnen het thema van het gehele winkelgebied (Home & Living). Daartoe zullen de panden aangepast worden, de gevels vernieuwd en de buitenruimte heringericht worden. Op het pand rust momenteel de bestemming bedrijfsruimte met kantoren, met een wijzigingsbevoegdheid voor “perifere detailhandel”. Gezien de ervaringen met het gebruik maken van deze wijzigingsbevoegdheid bij het tegenovergelegen pand, is gekozen voor het maken van een nieuw bestemmingsplan voor de betreffende locatie. De gemeente Son en Breugel staat positief t.o.v. de geplande ontwikkeling op deze locatie maar stelt als voorwaarde dat het nieuwe bestemmingsplan mede gebaseerd is op een goede ruimtelijke-functionele onderbouwing.

BRO zal in voorliggende rapportage in het kader van deze onderbouwing onderzoek uitvoeren naar de distributieplanologische haalbaarheid en wenselijkheid van een uitbreiding van het winkelaanbod op de betreffende locatie op Ekkersrijt. We hebben hiervoor de volgende centrale vraagstellingen geformuleerd:

- In hoeverre is er distributieve ruimte voor uitbreiding van het aanbod in de branches wonen, doe-het-zelf/bouwmarkten, tuincentrum en sport in de gemeente Son en Breugel?
- Wat zijn de effecten van het initiatief op de lokale en regionale detailhandelsstructuur (inclusief de effecten op het Home & Livingcentrum Ekkersrijt zelf, en inclusief aandacht voor de leegstandontwikkeling)?
- Wat zijn de effecten van de toevoeging van het beoogde horeca- en fitnessprogramma op de regionale en lokale vraag-aanbodstructuur in deze sectoren?

Functionele invulling

Hoewel in het kader van het opstellen van een nieuw bestemmingsplan meerdere branches onderzocht worden, zijn de concrete plannen van de invulling van de panden gericht op een invulling met woonwinkels. Uitgangspunt daarbij is complementariteit qua formules met het reeds aanwezige aanbod, onder meer door toevoeging van winkels in het wat lagere marktsegment. Vanuit de markt bestaat er veel belangstelling voor vestiging en er zijn door Van der Loo al afspraken gemaakt met enkele gegadigden.

Het planinitiatief omvat in totaal 16.839 m² bvo en bestemmingsplanmatig wordt 17.000 m² bvo mogelijk gemaakt. De voor winkels bestemde ruimte beslaat volgens de plannen 14.487 m² (inclusief de KPN-winkel, exclusief de kantoorruimten en de voor logistiek be-

stemde unit). De laatstgenoemde meters omvatten de winkelverkoopoppervlakte, maar ook overige bedrijfsruimten waarvoor op de verdieping geen ruimte is (opslag, natte ruimten, personeelsruimten). Als we er van uitgaan dat de werkelijke winkelvloeroppervlakte (wvo) ca. 90% van de bedrijfsruimte op de begane grond uitmaakt, dan bedraagt de totale wvo ca. 13.000 m² wvo. In de betreffende bedrijfspanden zijn momenteel op tijdelijke basis al twee woonwinkels gevestigd. Deze winkels omvatten volgens de Locatus gegevens samen 8.000 m² wvo en de KPN-winkel (branche bruin- en witgoed) omvat 295 m² wvo. Het aanwezige metrage voor de woonwinkels is ook opgenomen in het huidige aanwezige aanbod. Per saldo zal de daadwerkelijke toevoeging aan het woonwinkelaanbod daardoor beperkt blijven tot ca. 4.700 m² wvo. Wordt echter ook de unit van de KPN-winkel ingevuld door een woonwinkel dan bedraagt de daadwerkelijke toevoeging vanuit distributie-planologisch oogpunt ca. 5.500 m² wvo¹. Dit vormt het uitgangspunt voor de toetsing van de eerste trede van de ladder voor duurzame verstedelijking (aangeven actuele regionale behoefte) voor de woonbranche. Voor de andere bestemmingsplanmatig toegestane branches bedraagt de maximale distributieve uitbreidingsmogelijkheid ca. 17.000 m² bvo x 80 à 90% = 13.600 à 15.300 m² wvo. Hierbij is een marge aangehouden omdat de verhouding m² bvo: m² wvo per branche en soort winkel aanzienlijk kan verschillen.

1.2 Onderzoeksafbakening

Branches

Het onderzoek zal zich richten op de detailhandelsbranches wonen, doe-het-zelf, tuin en sport. Daarnaast zal worden ingegaan op de branches horeca en fitness. Voor een nadere omschrijving van de branches verwijzen wij naar de bijlage.

Regionale indeling

In het onderzoek wordt een aantal verzorgingsgebieden onderscheiden, namelijk:

- De gemeente Son en Breugel
- De subregio Son en Breugel
- De Metropoolregio Eindhoven (MRE)

Het primaire verzorgingsgebied van Ekkersrijt bestaat naast de gemeenten Son en Breugel en Eindhoven ook uit de nabijgelegen gemeenten Best en Veldhoven. In deze regio wonen in totaal circa 309.925 personen. Onderstaande tabel geeft een overzicht van het consumentendraagvlak in deze gemeenten en daarnaast een vooruitblik op de ontwikkeling daarin. De bevolkingsontwikkeling is gebaseerd op de meest recente prognose². Het

¹ De unit van de KPN-winkel beslaat 1045 m² bvo. Bij een verhouding bvo-wvo van 100: 75 is er sprake van 780 m² wvo, afgerond ca. 800 m² wvo. Momenteel is volgens de Locatus gegevens slechts 295 m² wvo in gebruik als winkel, maar de daadwerkelijke winkeloppervlakte is groter (nl 800 m² wvo).

² Bron: Bevolkingsprognose provincie Noord Brabant, 2014

totaal aantal inwoners in het primaire verzorgingsgebied neemt met 7.590 inwoners toe tot 2020 (+2,5%).

De overige gemeenten behorend tot de Metropoolregio Eindhoven beschouwen we als het secundaire verzorgingsgebied. Uit het overzicht komt naar voren dat het inwonertal van de Metropoolregio Eindhoven (Zuidoost-Brabant) als geheel ook nog aanzienlijk zal gaan groeien (+12.450 inwoners tot 2020). Dus ook in het secundaire verzorgingsgebied is nog sprake van een toename van het inwonertal.

Tabel 1.1 Bevolking primaire verzorgingsgebied

Gemeente	Inwoners 01-01-2014 ³	Inwonersprognose 2020	Inwonersprognose 2025
Best	28.615	29.145	29.425
Eindhoven	220.920	227.070	232.040
Son en Breugel	16.235	16.425	16.445
Veldhoven	44.155	44.875	45.190
Totaal subregio	309.925	317.515	323.100
Metropoolregio Eindhoven	557.395	569.845	578.525

In de omgeving van Son en Breugel zijn meerdere woningbouwprojecten gepland. Zo wordt in Best Noord op termijn nieuwbouwproject Aarle ontwikkeld (ca. 1.000 woningen) en in Veldhoven-West de wijk Zilverackers (ca. 2.700 woningen). De ontwikkeling van nieuwbouwwoningen is goed voor de bestedingen in de branches wonen, doe-het-zelf en tuin.

³ Bron: CBS Statline

2. AANBODSTRUCTUUR

In de navolgende paragrafen wordt de aanbodsituatie van elk van de vijf branches in kaart gebracht. Daarnaast wordt ingezoomd op het horeca- en fitnessaanbod. Het aanbod in Son en Breugel en omliggende gemeenten wordt op hoofdlijnen beschreven.

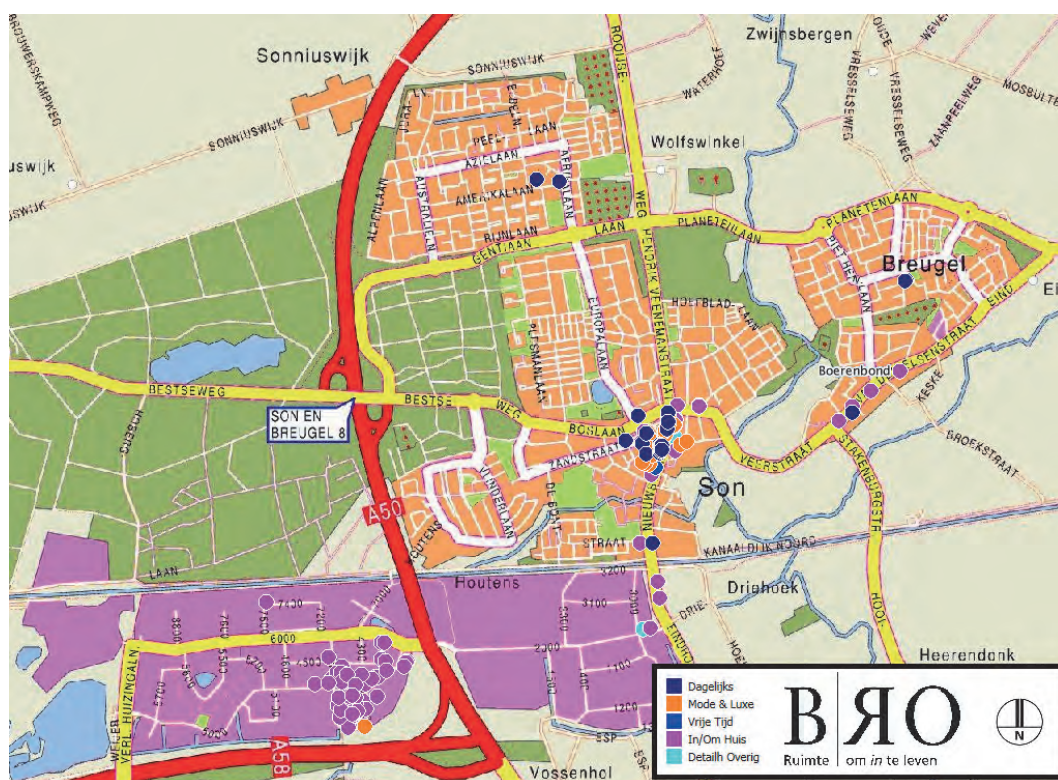
2.1 Kenschets Ekkersrijt

Ekkersrijt is een van de grotere woonboulevards van Nederland met circa 44 winkels en ruim 97.700 m² wvo (exclusief 2 panden met ca. 3.340 m² wvo leegstand). Daarnaast zijn er nog enkele horecagelegenheden. Door haar omvang en ligging nabij belangrijke rijks- wegen heeft dit gebied een verzorgingsfunctie voor Eindhoven en de ruime regio. De oorsprong van de woonboulevard ligt bij het 'Meubelplein Ekkersrijt'. Dit winkelcluster is in de jaren zeventig planmatig opgezet als woonboulevard. De boulevard bood ruimte aan woninginrichtingzaken, die vanwege ruimtegebrek uit de stad Eindhoven wilden verhuizen. Vanuit dit 'Meubelplein' is het gebied in de afgelopen decennia verder doorontwikkeld als regionale thematische detailhandelsconcentratie.

De woonbranche is veruit de grootste branche op de boulevard, met 39 winkels en zo'n 89.250 m² wvo. Binnen de woonbranche is Ikea de grootste winkel (26.250 m² wvo)⁴, deze is onlangs sterk uitgebreid. Verder zijn Woonarena, Sijben Wonen en Slapen en de twee grote bouwmarkten Gamma en Praxis opvallende winkels. Het Meubelplein is zeer recent geheel gemoderniseerd en uitgebreid met circa 24.000 m² extra vloeroppervlak voor woon- en elektronicaformules. De nieuwbouw is januari 2013 opgeleverd. Alle oorspronkelijke huurders zijn in het complex teruggekeerd, waaronder Trendhopper, Carpet Right, Swiss Sense en Prénatal. Daarnaast is een aantal nieuwe formules op het gebied van wonen en elektronica toegevoegd, zoals Auping Plaza, Keukenkampioen, Leen Bakker, Blokker Tuin en BCC. Er staan nog twee panden leeg: Ekkersrijt 4007 van 874 m² wvo en Ekkersrijt 4115D van 2511 m² wvo. Daarnaast is het aanbod op Ekkersrijt per eind 2014 verder uitgebreid met een vestiging van het electronica concern Media Markt.

Uit navolgende kaart blijkt ook de clustering van woon-gerelateerde winkels (branche in/om het huis) op Ekkersrijt. Het centrum van Son en Breugel is buiten Ekkersrijt het grootste winkelgebied van de gemeente. In tegenstelling tot Ekkersrijt biedt het centrum van Son en Breugel vooral een lokale tot beperkt regionale verzorgingsfunctie.

⁴ Eerder was de Ikea met ca.34.500 m² wvo in de Locatusgegevens opgenomen, maar dat is in 2015 gecorrigeerd.



Figuur 2.1: Spreiding aanbod dagelijkse sector gemeente Son en Breugel

2.2 Regionale aanbodstructuur

Son en Breugel

Het centrum van Son en Breugel ligt op enige afstand van de woonboulevard. Het winkelaanbod is verhoudingsgewijs beperkt. Dit geldt zeker voor branches als wonen en doe-het-zelf. Uiteraard is de nabijheid van Ekkersrijt en Eindhoven hier voor een belangrijk deel debet aan.

Eindhoven

Eindhoven kent met zijn ruim 220.000 inwoners een groot winkelaanbod, gevestigd in diverse winkelconcentraties. Uiteraard is de binnenstad van Eindhoven de belangrijkste aankoopplaats, met een winkelaanbod dat sterk gericht is op recreatief winkelen. Andere grotere aanbodconcentraties zijn:

- *Kanaaldijk*: Dit gebied ligt aan de zuidoostkant van Eindhoven en heeft een profiel gericht op laagfrequent kopen (wonen- en doe-het-zelf). In totaal is bijna 22.000 m² wvo winkelaanbod aanwezig met een sterk accent op 'gangbare' en prijsvriendelijke formules.
- *Koopcentrum de Hurk*: Het koopcentrum en omgeving is een concentratie met perifere en grootschalige detailhandel van ruim 22.000 m² wvo. Dit centrum ligt aan de

westzijde van Eindhoven vlak bij de A2. In dit gebied zijn meerdere grootschalige winkelformules gevestigd (o.a. doe-het-zelf, wonen, bruin- en witgoed, sport).

- *Stadsdeelcentrum Woensel*: Het stadsdeelcentrum Woensel kent een zeer sterk aanbod in de boodschappensector. Het niet-dagelijks aanbod is met name sterk in de modische sector. Het centrum heeft een omvang van circa 28.000 m² wvo en biedt ruimte aan trekkers als C&A en H&M.

Nuenen, Veldhoven en Best

In de plaatsen Nuenen (Duivendijk, omgeving Goossens) en Veldhoven (de Run) is er eveneens sprake van een omvangrijk aanbod aan perifere en grootschalige winkels vooral gericht op wonen en doe-het-zelf. In Best is het Tapijtcentrum Nederland als bijzondere grootschalige aanbieder gevestigd, met een omvang van 17.000 m² wvo en ook ADC Best kent een aanzienlijke omvang (bijna 6.000 m² wvo).

In Best zijn daarnaast op het bedrijventerrein T-Best recentelijk nieuwe vestigingen van het sportwarenhuis Decathlon (5.230 m² wvo) en bouwmarkt Karwei (6.150 m² wvo) geopend. Ook zal op korte termijn bouwmarkt/tuincentrum Hornbach (20.000 m²) aan de Zandstraat in Best haar deuren voor het publiek openstellen.

Overige relevante aanbodconcentraties

In de ruimere regio rond Eindhoven zijn er meerdere concentratiegebieden gericht op laagfrequente aankopen van wonen, doe-het-zelf en plant en dier, met een bovenlokale verzorgingsfunctie. Het gaat om de volgende gebieden:

- Uden, Industrielaan;
- Helmond, Engelseweg;
- Tilburg, Leypark;
- 's-Hertogenbosch, Bossche Boulevard (bedrijventerrein de Herven);
- Waalwijk, Zanddonk (o.a. Piet Klerkx);
- Breda, Kruisvoort (Ikea, Mediamarkt BCC);
- Roermond, Retailpark, Huis & Tuin Boulevard en woonboulevard (o.a. Sijben);
- Venlo Tref e.o. Woonboulevard annex retailpark waar recent brancheverbreiding toegestaan (o.a. supermarkt, outdoorsport, dierenwinkel en babyzaak).

Voor het aanbod in Waalwijk en Breda kent door de omvang en specifieke aanbieders, respectievelijk Piet Klerkx en Ikea, een sterke bovenregionale aantrekkingskracht.

2.3 Aanbod per branche

In deze paragraaf wordt per branche een kernachtige beschrijving gegeven van de omvang van het aanbod in de onderscheiden verzorgingsgebieden. Het onderliggende cijfermateriaal is opgenomen in Bijlage 2.

2.3.1 Aanbod wonen

Het grootste deel van de woonbranche in de subregio is dankzij de aanwezigheid van de woonboulevard Ekkersrijt gevestigd in de gemeente Son en Breugel. Buiten Ekkersrijt is er ook nog een bescheiden aanbod aan woonwinkels in de gemeente aanwezig. Het gaat in totaal om bijna 91.000 m² wvo (van in totaal ruim 193.000 m² wvo in de gehele subregio). Eindhoven volgt op de voet met circa 59.000 m² wvo, echter met 124 verkooppunten tegen 47 in Son en Breugel. Best en Veldhoven volgen op afstand met respectievelijk 26.000 m² wvo en 17.000 m² wvo. In de Metropoolregio heeft enkel Helmond met ruim 41.000 m² wvo een omvangrijk aanbod. Het aanbod in de overige plaatsen heeft een lokaal tot beperkt regionaal karakter. In bijlage 1 wordt de aanbodsituatie in de woonbranche in Son en Breugel en de omliggende gemeenten per subbranche in kaart gebracht.

Aanbod in perspectief

Onderstaande tabel 2.2 geeft het aantal m² wvo per 1.000 inwoners weer voor de subregio, Metropoolregio, provincie en landelijk. Het huidige aanbod in de woonbranche in gemeente Son en Breugel is ook afgezet tegen het aantal inwoners zeer ruim. Deze omvang is uiteraard gerelateerd aan de aanwezigheid van Woonboulevard Ekkersrijt. Door de aanwezigheid van deze woonboulevard is ook op het niveau van de Metropoolregio een qua omvang bovengemiddeld aanbod aanwezig.

Tabel 2.2 Gemiddelde m² wvo per 1.000 inwoners voor de branche wonen

Inwonersgebied	Omvang (m ² wvo)
Gemeente Son en Breugel	5.603
Subregio Son en Breugel	623
Metropoolregio Eindhoven	507
Noord Brabant	390
Nederland	380

2.3.2 Aanbod doe-het-zelf

Het dhz-aanbod in de gemeente Son en Breugel wordt sterk gedomineerd door de beide op Ekkersrijt aanwezige bouwmarkten Praxis (3.640 m² wvo) en Gamma (3.500 m² wvo). Het grootste deel van de doe-het-zelfbranche in de subregio is gevestigd in Eindhoven met circa 30.000 m² wvo (van in totaal 56.000 m² wvo). Helmond, Best en Veghel volgen met respectievelijk 14.000 m² wvo, 9.000 m² wvo en 9.000 m² wvo. Het aanbod in de overige plaatsen heeft een lokaal tot beperkt regionaal karakter.

De bouwmarkten nemen met ca. 78.000 m² wvo een groot deel van het totale doe-het-zelf aanbod in. Grootschalige zaken in de subregio zijn o.a. Praxis megastore & tuin met een omvang van 13.600 m² wvo op de Hurk in Eindhoven, Karwei met 6.150 m² wvo op T-Best en Bouwmarkt Groenen met ruim 6.000 m² wvo op de Run in Veldhoven. De op-

pervlakte van de Praxis megastore & tuin zorgt overigens voor een onjuist beeld, doordat in de Locatus gegevens het volledige aantal m² wvo tot de doe-het-zelf branche wordt gerekend. Ongeveer de helft bestaat echter uit tuincentrum. Hier wordt daarom de helft van deze winkel slechts meegenomen. Dit betekent dat de helft wordt toegeschreven aan doe-het-zelf (ca. 6.800 m² wvo) en de andere helft aan tuincentra (ca. 6.800 m² wvo). De omvang van het doe-het-zelfaanbod in de subregio komt daarmee uit op ca. 46.477 m² wvo.

Aanbod in perspectief

Het huidige aanbod in de doe-het-zelf branche in gemeente Son en Breugel afgezet tegen het aantal inwoners is bovengemiddeld. Het aanbod in de subregio ligt echter dicht bij het gemiddelde. De omvang in de subregio is relatief laag in relatie tot de huidige aanwezigheid van de branche op meubelplein Ekkersrijt. Hieruit is te concluderen dat in Eindhoven, Veldhoven en Best het aanbod doe-het-zelf afgezet tegen het aantal inwoners tamelijk beperkt is.

Tabel 2.3 Gemiddelde m²wvo per 1.000 inwoners voor de branche doe-het-zelf

Inwonersgebied	Omvang (m ² wvo)
Gemeente Son en Breugel	446
Subregio Son en Breugel	150
Metropoolregio Eindhoven	153
Noord Brabant	160
Nederland	155

2.3.3 Aanbod tuincentra

Son en Breugel beschikt over slechts één tuincentrum (Tuincentrum Dankers aan de Eindhovenseweg). Op Ekkersrijt is de branche niet vertegenwoordigd. Wel is er een Blokker Tuin aanwezig, maar dat is vooral een tuinmeubelenzaak. Ruim de helft van de totale branche van 13.500 m² is gevestigd in Veldhoven. Zie bijlage 3 voor het totale aanbod aan tuincentra in de Metropoolregio. De cijfers worden zoals hiervoor is aangegeven voor een deel vertekend door de ruimte van de Praxis megastore & tuin in Eindhoven. In de uitgangssituatie is daardoor de helft (ca. 6.800 m² wvo) toegeschreven aan tuincentra. Naast de Praxis megastore & tuin is regionale speler Coppelmans met zeven grootschalige vestigingen (Helmond, Nuenen, Veldhoven, Oisterwijk, Oirschot, Oss en Valkenswaard) een belangrijke speler, waarvan meerdere in de nabijheid van Eindhoven. De landelijke marktleider in de branche, Intratuin, heeft in de regio slechts twee vestigingen: in Nuenen en Veghel.

Aanbod in perspectief

Het huidige aanbod in de tuincentra branche in gemeente en subregio Son en Breugel is afgezet tegen het aantal inwoners beperkt te noemen, hoewel de Metropoolregio wel

rond het landelijk gemiddelde ligt. In de gehele Metropoolregio is de omvang van het aanbod vergelijkbaar met het landelijke gemiddelde.

Tabel 2.4 Gemiddelde m² wvo per 1.000 inwoners voor de branche tuincentra

Inwonersgebied	Omvang (m ² wvo)
Gemeente Son en Breugel	0
Subregio Son en Breugel	92
Metropoolregio Eindhoven	100
Noord Brabant	95
Nederland	99

2.3.4 Aanbod sport

Son en Breugel beschikt met één sportspecialzaak van 117 m² wvo over een zeer beperkt aanbod. De sportbranche is ook afwezig op Ekkersrijt. Van het totale aanbod in de subregio (27.000 m² wvo) is liefst ruim 16.000 m² wvo in Eindhoven gelegen. In Best is grootschalig sportwarenhuis Decathlon van 5.230 m² wvo gevestigd. Verder is in de Metropoolregio Campingsport De Wit in Schijndel de belangrijkste speler met 15.375 m² wvo. Deze van oorsprong kampeerwinkel wordt door Locatus als een buitensportzaak gezien.

Aanbod in perspectief

Onderstaande tabel geeft aan dat het aantal m² wvo per 1.000 inwoners in de sportbranche in de subregio en Metropoolregio bijzonder ruim is.

Tabel 2.5 Gemiddelde m² wvo per 1.000 inwoners voor de branche sport

Inwonersgebied	Omvang (m ² wvo)
Gemeente Son en Breugel	7
Subregio Son en Breugel	88
Metropoolregio Eindhoven	93
Noord Brabant	54
Nederland	52

2.3.5 Aanbod fitness

Voor dit onderzoek hebben we het onderzoeksgebied afgebakend tot de gemeente Son en Breugel. Fitnesscentra vervullen doorgaans immers vooral een lokaal verzorgende functie.

Branche-omschrijving fitnesscentrum

In voorliggend onderzoek worden de cijfers van Locatus gebruikt om het aanbod aan fitnesscentra in Son en Breugel in kaart te brengen. Locatus verstaat onder de definitie fitnesscentrum: een centrum waar gesport kan worden op fitnessapparaten, gericht op

conditieverbetering, vetverbranding en/of versterking van de spiermassa (hoeft niet vrij toegankelijk te zijn).

Aanbod fitnesscentra

De gemeente Son en Breugel heeft drie fitnesscentra. Dit kernaanbod betreft de volgende zaken:

- Sonsport, Nieuwstraat
- BodyCare Verbeek, Ekkersrijt
- Fitnesscentrum Son, centrum Son en Breugel

Buiten de gemeente Son en Breugel zijn de zes zaken in Woensel-Noord vanwege hun ligging het vermelden waard:

- Inshape, Ouverture
- Basic-Fit, Brussellaan
- Sport Inn, Grobbendonkstraat
- Basic-Fit, Vijfkamplaan
- Olympia, Vijfkamplaan
- Sportvision, Bedrijvenweg

Aanbod in perspectief

De gemeente Son en Breugel beschikt over drie fitnesscentra, voor een verzorgingsgebied van 16.235 inwoners. Dit betekent dat per 1.000 inwoners 0,18 fitnesscentrum in de gemeente aanwezig is. Landelijk ligt dit gemiddeld op 0,14. Geconcludeerd kan worden dat het aanbod in de gemeente Son en Breugel vergeleken met het landelijk gemiddelde bovengemiddeld is. Hierbij dient echter vermeld te worden dat Son en Breugel behoort tot stedelijk gebied en hier doorgaans het aanbod van publieksgerichte voorzieningen groter is dan landelijk gebied.

2.3.6 Aanbod horeca

Son en Breugel beschikt met 30 horecapunten over een beperkt aanbod. De meeste horeca is gevestigd in het centrum van Best in de vorm van Restaurants en Cafés. Eindhoven heeft nagenoeg de meeste horecapunten (circa 622), gevolgd door Helmond met 179 horecapunten.

Aanbod in perspectief

Onderstaande tabel 2.6 geeft het aantal horecapunten weer voor de subregio, Metropoolregio, provincie en landelijk per 1.000 inwoners. Het horeca-aanbod in gemeente Son en Breugel is ook afgezet tegen het inwonertal enigszins beperkt. Het huidige aanbod in de horecabranche in de subregio en Metropoolregio is nagenoeg gelijk met het landelijk gemiddelde.

Tabel 2.6 Gemiddelde m² wvo per 1.000 inwoners voor de branche horeca

Inwonersgebied	Omvang (m ² wvo)
Gemeente Son en Breugel	1,8
Subregio Son en Breugel	2,5
Metropoolregio Eindhoven	2,3
Noord Brabant	2,3
Nederland	2,4

3. ONTWIKKELINGSKADERS

3.1 Trends en ontwikkelingen detailhandelsstructuur

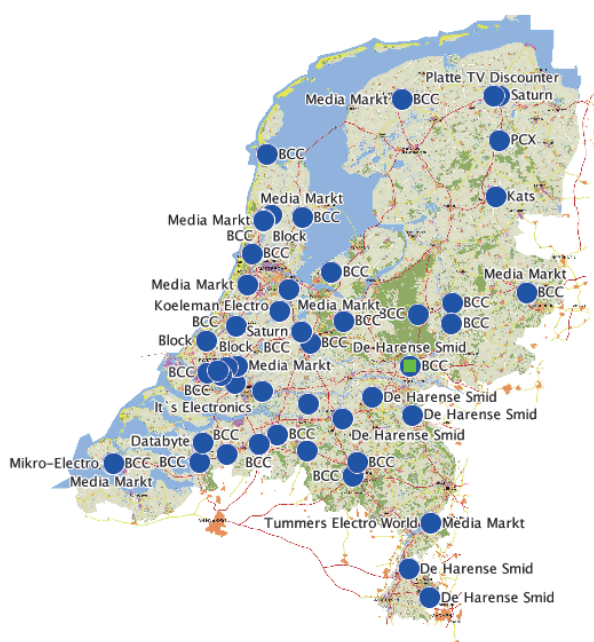
Er is een aantal landelijke trends te benoemen die sterk bepalend zullen zijn voor de ontwikkeling van de detailhandelsstructuur en de sturing daarop. Specifieke trends voor de branches die in dit onderzoek aan bod komen, zijn opgenomen in bijlage 8.

- De verwachting is dat het internet zich de komende jaren als volwaardig aankoopkanaal gaat ontwikkelen waardoor de online detailhandelsbestedingen verder zullen gaan stijgen. Hoewel de effecten nog moeilijk te overzien zijn, staat het buiten kijf dat hierdoor minder detailhandelsomzet in de winkels terecht gaat komen, dat er een toenemende vraag zal zijn naar internetafhaalpunten en dat het voor ondernemers een kans is in te spelen op een multi-channel strategie. In de woonbranche en de woongerelateerde branches als tuin en doe-het-zelf is het aandeel internetaankopen nog gering. Deze branches profiteren ook van de opleving van de woningmarkt in Nederland.
- Vanwege verschillende demografische veranderingen, zoals de vergrijzing, de toenemende culturele diversiteit en de gezinsverdunning, zal het koopgedrag van de consument gaan veranderen. Bijvoorbeeld winkelgebieden die goed bereikbaar zijn en service en kwaliteit bieden, zullen populair zijn onder ouderen. Kleinere huishoudens hebben een ander bestedingspatroon. Op dergelijke ontwikkelingen dienen winkelgebieden en retailers te anticiperen.
- In Nederland staat een aanzienlijk aantal winkels leeg. De provincies met de hoogste winkelleegstand zijn Limburg (20%), Overijssel (16%) en Groningen (16%). Noord-Holland valt juist op met een lage winkelleegstand van slechts 10%. Naar winkelgebiedstypen blijkt dat deze in de centrale winkelgebieden het hoogst is, waarbij met name de grote hoofdwinkelgebieden een hoge winkelleegstand kennen van 18%. Hier zijn het met name de aanloopstraten en andere B- en C-vestigingsgebieden die met leegstand kampen: in de kernwinkelgebieden is gewoonlijk nauwelijks sprake van leegstand.
- De leegstand van winkelpanden zal vermoedelijk in sommige regio's of winkelgebieden nog verder toenemen vanwege de toenemende detailhandelsbestedingen via internet, de vergrijzing van het ondernemersbestand en de druk op de consumentenbestedingen als gevolg van een laag consumentenvertrouwen. Bovendien is het planvolume niet overal in evenwicht met de verwachte bevolkingsontwikkeling en de beoogde detailhandelsstructuur. Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van middelgrote plaatsen, kleine dorpen, buurtwinkelcentra en zoals gezegd de randgebieden van grotere binnensteden.
- Een deel van de perifere winkelgebieden functioneert momenteel matig. Ook hier neemt de leegstand toe. Het zijn vooral de kleinere en onduidelijke geprofileerde

woonboulevards en andere perifere clusters die hier mee te maken hebben: de grootste perifere winkelgebieden functioneren goed en hebben ook perspectief.

- De concurrentie tussen winkelgebieden neemt toe omdat de consument steeds hogere eisen gaat stellen aan aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, bereikbaarheid en parkeren en beleving en vermaak. De consument is steeds minder trouw aan haar aankooplocaties, ook vanwege de toegenomen mobiliteit. Hierdoor is er sprake van een toenemende polarisatie tussen winnaars en verliezers, zowel op het niveau van individuele winkels als op het niveau van winkelgebieden.
- De vraag naar schaalvergroting en netwerkverdichting van filiaalbedrijven zet door. Bij een deel van de aanbieders resulteert dit ook in een vraag naar vestiging op perifere locaties.
- Door de moeilijke marktomstandigheden op veel Nederlandse woonboulevards in de afgelopen jaren nam de roep voor brancheverbreiding op perifere locaties toe. Onder meer electronicazaken en sportwinkels worden beschouwd als nieuwe trekkers die een positieve invloed kunnen hebben op de bezoekersaantallen. De bijgevoegde kaarten geven aan dat in bruin- en witgoed en sport al veel grootschalige winkels op perifere locaties gevestigd zijn.

Figuur 3.1 Bruin- en witgoed op perifere locaties in Nederland



Figuur 3.2 Sportdetailhandel op perifere locaties in Nederland



3.2 Beleidskaders

3.2.1 Provinciaal

De memo 'Provinciale handelswijze ten aanzien van ruimtelijke plannen die voorzien in de detailhandelsontwikkelingen' van de provincie Noord-Brabant d.d. 3 april 2013 geeft de richting aan op welke wijze de provincie reageert op detailhandelsontwikkelingen tot hiervoor een definitief advies door de Provincie wordt vastgesteld.

Het provinciale belang ligt bij een robuuste, economisch levensvatbare detailhandelsstructuur welke vooral bestaat uit de bestaande winkelgebieden. Zo zullen actualiseringsplannen van centrumgebieden geen aanleiding geven tot provinciale reactie. Plannen waarbij wel aanleiding is voor een provinciale reactie worden als volgt aangeduid:

- Plannen waarbij een forse oppervlakte aan nieuwe meters detailhandel wordt toegevoegd (substantiële uitbreiding bestaand winkelgebied of solitaire winkel of ontwikkeling van omvangrijke nieuwe winkelgebieden).
- Ontwikkeling van nieuwe (perifere) winkellocaties op bedrijventerreinen.
- Het toestaan van afhaalpunten/showrooms bij internetbedrijven die buiten bestaande winkelgebieden zijn gelegen.
- Grote veranderingen en uitbreidingen op meubelboulevards.
- (Thematische) nieuwe detailhandelsconcepten, die nog niet bekend zijn in de markt.

De voorgestelde lijn is daarbij als volgt:

- Bij bepaalde grootschalige detailhandelsontwikkelingen dienen kritische vragen gesteld te worden over de wenselijkheid van de ontwikkeling en of de ontwikkeling daadwerkelijk een versterking betekent voor de Brabantse detailhandelsstructuur. Daarbij richt de provincie zich op plannen zoals in eerdere opsomming genoemd.
- Er dient vroegtijdig met gemeenten in overleg te gaan over plannen waarin nieuwe (grootschalige) detailhandelsontwikkelingen zijn voorzien, mede om te bepalen of de ontwikkeling wel of niet valt onder de plannen zoals in eerdere opsomming genoemd.
- Plannen dienen procesmatig getoetst te worden aan de ladder van duurzame verstedelijking. Regionale afstemming is hierbij een belangrijk aspect. Ruimtelijke afwegingen zijn meer dan in het verleden van belang bij de motivering.
- Terughoudend zijn met maar indien nodig in het uiterste geval bij ontwerpbestemmingsplannen bezien of een zienswijze nodig is en bij vastgestelde plannen te bezien of een reactieve aanwijzing op beroep nodig en mogelijk is.

Ook zijn op provinciaal niveau de Structuurvisie Ruimtelijke Ordening en de Verordening Ruimte van kracht.

3.2.2 Regionaal

Op 15 juni 2015 is de regionale detailhandelsvisie voor het Stedelijk Gebied Eindhoven van MRE aangeboden aan de colleges en gemeenteraden van de 21 gemeenten van de regio⁵. De gemeenteraad van Son en Breugel heeft op 3 september 2015 ingestemd met de detailhandelsvisie. In december 2015 wordt de detailhandelsvisie ter vaststelling aangeboden in het provinciale Regionaal Ruimtelijk Overleg (RRO).

De visie geeft aan dat om aan te sluiten bij de ambitie van de Brainport-regio een optimaal voorzieningenpakket gecreëerd moet worden dat aansluit bij de inwoners van de Brainport-regio. Zij worden gekenmerkt als een groep die hoge eisen stelt aan de voorzieningen in de omgeving met een drang naar dynamiek en internationale uitstraling.

Wanneer dit uitgangspunt vertaald wordt naar de winkelstructuur dan dient het aanbod compleet en het kwaliteitsniveau hoog te zijn. Met de visie ligt het streven voor om een regionaal voorzieningenniveau te creëren dat excelleert. Om dat te bereiken is het essentieel dat winkelgebieden zich bewust zijn van de eigen plaats in de regionale structuur en deze ook respecteren. In de visie worden twee gebieden aangewezen die de potentie hebben om door te groeien tot de 'top van de retailpiramide'.

- De binnenstad van Eindhoven als het gaat om de recreatieve winkelfunctie
- Meubelboulevard Ekkersrijt als het gaat om winkelen op het vlak van 'home & living'.

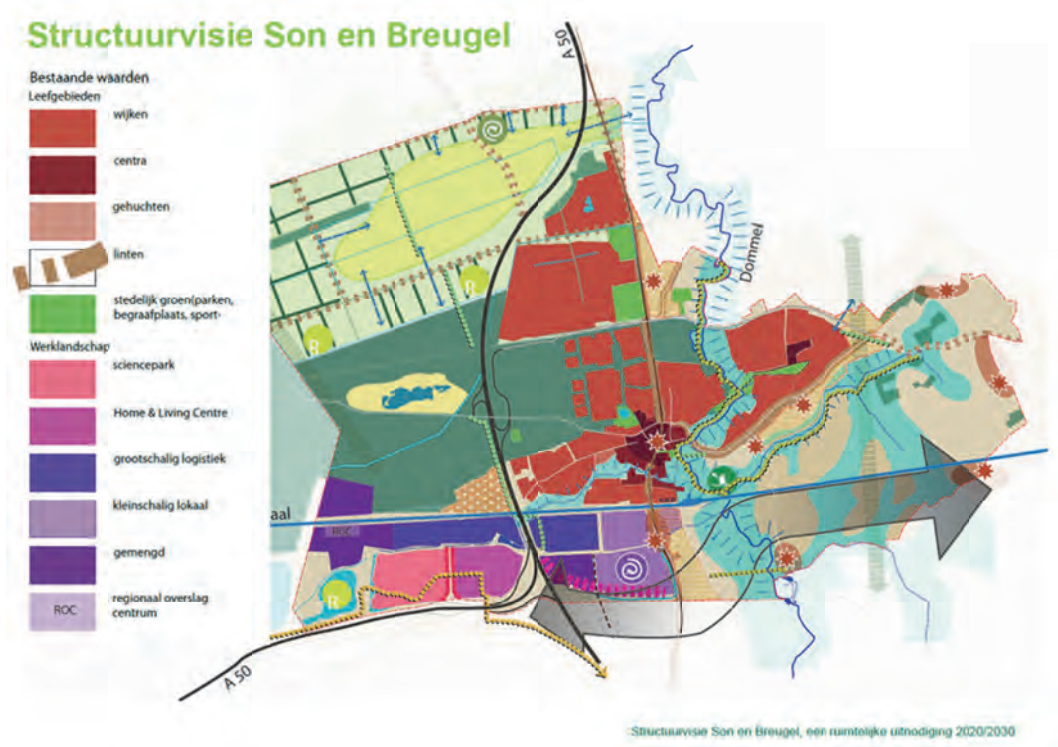
Uitgangspunt in deze visie is dat de detailhandelsconcentratie op Ekkersrijt zich verder door ontwikkelt tot een woonboulevard die zich kan meten met de grotere in het land (Heerlen, Breda, Amsterdam, Haarlemmermeer, Groningen). Een verbreding van het aanbod is gewenst zodat de consument niet meer om Ekkersrijt heen kan bij aankopen gerelateerd aan het thema wonen.

Het beleid is erop gericht om Ekkersrijt aan te wijzen als de (boven)regionale locatie voor wonen/in- en om het huis. Op Ekkersrijt liggen kansen om de 'top op de winkelstructuur' toe te voegen. De positionering van andere perifere clusters in de regio dient hierop te worden afgestemd.

3.2.3 Gemeentelijk

⁵ Regionale detailhandelsvisie, Metropool Regio Eindhoven, definitief concept juni 2015. De versie is onder andere te downloaden via <http://bit.ly/1M59frk>

De “Structuurvisie Son en Breugel”⁶ werkt de ambities en doelen uit de Toekomstvisie verder uit voor het ‘ruimtelijk domein’. De structuurvisie spreekt zich uit over de ruimtelijke ontwikkeling van de gehele gemeente, binnen de kaders die in de Toekomstvisie daarvoor zijn aangeduid. Aan de hand van de huidige en gewenste waarden en kwaliteiten van de kernen, het buitengebied en het bedrijventerrein wordt in de structuurvisie vooruit gekeken naar 2020/2030.



Figuur 3.2 Structuurvisie Son en Breugel; een ruimtelijke uitnodiging 2020/2030

In de structuurvisie wordt Ekkersrijt omschreven als volgt: regionaal bedrijventerrein, aanwezigheid van hightech ondernemingen, Home & Living Centre, menging met waterstructuur (Wilhelminakanaal en Ekkersrijt) en zichtlocaties. De bedrijfsactiviteiten op het westelijke gedeelte van het gehele bedrijventerrein concentreren zich op drie thema's: het Sciencepark (high-tech), Grootschalig en logistiek, en Home & Living Centre (meubelplein). De ontwikkelingsrichting van het onderhavige plangebied is duidelijk aangegeven: “Home & Living Centre”.

Masterplan Ekkersrijt

⁶ Structuurvisie Son en Breugel; een ruimtelijke uitnodiging voor 2020/2030”, vastgesteld door de gemeenteraad op 6 februari 2014.

Masterplan 2003

Het Masterplan Bedrijventerrein Ekkersrijt is op 1 mei 2003 door Industrieschap Ekkersrijt vastgesteld. In augustus 2003 heeft de gemeente Son en Breugel het masterplan vastgesteld en daarna is het vertaald in bestemmingsplan Ekkersrijt. Het masterplan vormde sindsdien het belangrijkste kader voor de ontwikkeling van het bedrijventerrein. Aangegeven werd dat Het deelgebied Meubelplein en omgeving de potentie had om uit te groeien tot hét 'Home & Livingcentrum' voor heel Brabant, met een bovenregionale verzorgingsfunctie. Aandachtpunten daarbij waren de kwaliteit van het aanbod, de ruimtelijke omgeving en het verblijfsklimaat.

Masterplan 2015

Op 12 november 2015 heeft de gemeenteraad een nieuw masterplan voor het gehele bedrijventerrein Ekkersrijt vastgesteld. Dit masterplan vervangt het inmiddels verouderde masterplan uit 2003. In Masterplan Ekkersrijt 2015 wordt ten aanzien van het deelgebied Meubelboulevard en omgeving gesteld dat dit winkelcluster de top van de piramide van de perifere detailhandel op het gebied van "home & living" is en moet blijven. Hierbij wordt uitdrukkelijk gekozen voor handhaving van de huidige branchering. Er wordt vanuit gegaan dat de woonboulevard nog in westelijke richting kan groeien. Op termijn is een verdere groei in noordwestelijke richting (langs Ekkersrijt 4200) bespreekbaar. Het streven is een eigen centrummanagement voor de woonboulevard in te richten, met als doel het bovenregionale karakter verder uit te bouwen. Daartoe zal ingezet moeten worden op een verhoging van de beleving in het gebied zodat meer bezoekers getrokken worden en de verblijfsduur wordt verlengd. Dit kan onder meer bereikt worden door meer aan te haken bij regionale evenementen.

Detailhandelsnota gemeente Eindhoven

Ekkersrijt ligt binnen de gemeentegrenzen van Son en Breugel, maar heeft een regionale uitstraling. De ontwikkeling van dit gebied dient daarom in regionaal perspectief plaats te vinden. Vandaar dat ook in de detailhandelsnota van de gemeente Eindhoven een paragraaf over Ekkersrijt is opgenomen⁷. In deze nota wordt Ekkersrijt aangeduid als een 'bijzondere grootschalige concentratie', met een gemengd profiel en een bovenlokale en zelfs bovenregionale verzorgingsfunctie. De druk van brancheverbreiding neemt toe. De detailhandelsnota van Eindhoven geeft aan dat het bij toekomstige ontwikkeling van belang is het evenwicht te bewaren ten opzichte van de ontwikkelingen in de detailhandelsstructuur binnen de gemeente Eindhoven.

Herijking detailhandelsbeleid Eindhoven

In 2014 is de bestaande detailhandelsnota geactualiseerd. Ekkersrijt heeft effect op het grootschalige en perifere aanbod in Eindhoven. Zo is het aanbod relatief beperkt en hebben aankoopplaatsen zoals Bisschop Bekkerslaan, De Hurk en Kanaaldijk vooral een lokale verzorgingsfunctie. Ekkersrijt heeft daarmee ook een belangrijke verzorgende functie voor Eindhoven. Het koopmotief van Ekkersrijt is doelgericht. Uitgangspunt in het

⁷ Gemeente Eindhoven, detailhandelsnota 'ten minste houdbaar tot januari 2010', mei 2005.

beleid is dat uitbreiding van de Eindhovense perifere winkelclusters geen nadelige effecten mag hebben op Ekkersrijt. Eindhoven onderstreept daarmee de regiofunctie van Ekkersrijt.

Nota economisch beleid Son en Breugel 2007-2010

De nota economische beleid Son en Breugel 2007-2010 “Resultaten in het vizier” geeft een uitvoeringsgerichte visie op de economische ontwikkeling van de gemeente tot 2010 met een doorkijk naar 2015. De visie is vertaald in strategische doelstellingen en aan deze doelstellingen zijn concrete acties benoemd in het actieprogramma voor de periode 2007 tot 2010. Tenslotte is er aandacht voor zowel monitoring, evaluatie als bijsturing.

De strategische visie in de economische beleidsnota concentreert zich op 4 aandachtsgebieden:

- Bedrijvigheid binnengebied van Son en Breugel;
- Ekkersrijt;
- Agrarische sector;
- Recreatie en toerisme.

Voor Ekkersrijt is een aantal doelstellingen geformuleerd in het economisch beleidsplan. Voor het meubelplein is een visie ontwikkeld over de ontwikkelingsmogelijkheden van het home & livingcenter. Deze visie vormt een ontwikkelingskader waarbij de nadruk ligt op de kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden. Het doel is om Meubelplein Ekkersrijt verder te ontwikkelen tot hét woonthemapcentrum van Noord Brabant en Noord Limburg. Om te dit bereiken is zowel een kwantitatieve als kwalitatieve impuls nodig. De (naams-) bekendheid van Meubelplein is groot maar verdient ook de komende jaren extra aandacht. Herontwikkeling staat daarom hoog op de agenda.

3.3 Plannen en initiatieven

De volgende grote ontwikkelingen in de detailhandelssector zijn relevant voor deze studie:

- Bouwmarktketen Hornbach heeft zich inmiddels gevestigd met een bouw- en tuinmarkt op het oude terrein van B&G Hekwerk in Best. De omvang van de locatie bedraagt circa 20.000 m² bvo, verdeeld over 10.000 m² bouwmarkt, 5.000 m² tuincentrum (ca. de helft overdekt) en 5.000 m² drive-in. De realisatie verkeert in een gevorderd stadium.
- Ook in de overige gemeenten binnen de Metropoolregio zitten er nog grote winkelprojecten in de pijplijn. De meest in het oog springende is de mogelijke ontwikkeling van een perifeer cluster in Gemert-Bakel (15.000 m² bvo). Een complex met groot-schalige winkels in Valkenswaard (20.000 m² bvo) onlangs afgeblazen.

- Er zijn plannen voor een uitbreiding van het perifere cluster Poort van Veghel in Veghel met ca. 4.000 m² bvo). Het is echter zeer de vraag of deze plannen doorgang vinden.
- In het Tilburgse Leypark wordt sinds enige tijd beleidsmatig brancheverbreiding toegestaan. Er zijn concrete plannen voor uitbreiding van het aanbod (Aabe-complex).
- In 's-Hertogenbosch op bedrijventerrein de Herven, ook wel Bossche Woonboulevard genoemd, wordt uitgebreid en het bestemmingsplan staat ten aanzien van detailhandel een beperkte brancheverruiming toe. Zo zal er een vestiging van Media Markt komen.
- In Venlo zal bouw- en tuinmarkt Bauhaus zich vestigen aansluitend aan het Venlo Trefcenter.
- Het bestemmingsplan voor de Woonboulevard Waalwijk maakt een uitbreiding van het aanbod mogelijk en onder voorwaarden ook een beperkte brancheverruiming.

4. DISTRIBUTIEVE UITBREIDINGSRUIMTE

4.1 Uitgangspunten

Bestedingen

Het inkomensniveau van de inwoners in het primaire verzorgingsgebied ligt met € 16.000,- per persoon per jaar 6% boven het landelijk gemiddelde van € 15.100,-. Het is gebruikelijk om bij een verschil groter dan 5% een correctie op het landelijk gemiddeld toe te passen. Aangezien dat in deze situatie aan de orde is, wordt het gecorrigeerd bestedingscijfer € 2.426,-⁸.

Een ontwikkeling die zich onverminderd door zal zetten is de stijging van de internetbestedingen. In de berekeningen van de marktruimte in 2020 wordt hier rekening mee gehouden door uit te gaan van een daling van de bestedingscijfers met 5% ten gevolge van internetbestedingen.

Tabel 4.1 Bestedingscijfers 2020

Branche	(Gecorrigeerde) bestedingscijfers 2020
Sport	€ 76,-
Wonen	€ 397,-
Doe-het-zelf	€ 209,-
Tuincentra	€ 69,-

Koopstromen

Op basis van recent koopstromenonderzoek⁹ in de regio Eindhoven zijn cijfers bekend over de kooporiëntatie van de consument in de vier branches. Voort zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd.

Koopkrachtbinding

In het primaire verzorgingsgebied wordt een groot deel van de koopkracht in de vier branches gebonden. Uit het koopstromenonderzoek blijkt een binding van, 86% voor wonen, 88% voor doe-het-zelf, 93% voor sport en 88% voor tuincentra.

BRO schat in dat bij verdere uitbreiding van het aanbod op Ekkersrijt de koopkrachtbinding in de regio hooguit nog met enkele procenten kan stijgen. Afvloeiing van koopkracht zal namelijk altijd blijven bestaan, bijvoorbeeld bij aankopen tijdens recreatief bezoek buiten de regio.

⁸ Bron: Bestedingscijfers via detailhandel.info, bewerking BRO.

⁹ Bron: Regionaal koopstromenonderzoek SRE (2009)

Koopkrachttoevloeiing

Uit het koopstromenonderzoek is de koopkrachttoevloeiing uit de regio Eindhoven af te leiden. BRO benadert de koopkrachttoevloeiing als aandeel van de totale omzet in de huidige situatie op 50% voor de branche wonen en op 35% voor de branche sport. De koopkrachttoevloeiing van de sector wonen wordt in belangrijke mate bepaald door de trekkracht van de Ekkersrijt. Voor de branches doe-het-zelf en tuincentra wordt van een beperktere toevloeiing van 10% uitgegaan.

Gezien de goede bereikbaarheid van Ekkersrijt en het toevoegen van aanbod neemt de koopkrachttoevloeiing in de toekomst naar verwachting toe.

Benadering economisch functioneren branches

Op basis van voorgaande uitgangspunten is het toekomstige economisch functioneren voor de vijf branches in het primaire verzorgingsgebied bepaald. Daarbij is overigens nog geen rekening gehouden met veranderingen in de koopstromen en de consumptieve bestedingen. De werkelijke distributieve ruimte kan namelijk groter zijn wanneer uitbreiding van de woonboulevard ook leidt tot een grotere aantrekkingskracht en meer combinatiebezoeken.

4.2 Uitbreidingsruimte

4.2.1 Wonen

Op basis van de branchedefinitie, de demografische gegevens en kengetallen en de kwantitatieve aanbodsituatie is in de onderstaande tabel een benadering gemaakt voor het toekomstige functioneren van de branche wonen. Op basis van de verhouding tussen de subregionale en landelijke gemiddelde omzet per m² wvo is hieruit een mogelijke distributieve ruimte ingeschat.

Tabel 4.2 Benadering toekomstig economisch functioneren wonen

	2020
Aantal inwoners subregio Son en Breugel	317.515
Bestedingen per hoofd (€)	397
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	126,1
Koopkrachtbinding	86% - 90%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	108,4-113,4
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	50%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	108,4-113,4
Totale besteding (€ mln.)	216,8-226,8
Huidig wvo (m ²)	193.105
Omzet per m ² wvo (€)	1.125-1.175
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo) ¹⁰	1.035
Uitbreiding (m ² wvo)	16.350 – 26.000

¹⁰ Omdat een daling van de bestedingscijfers doorgaans ook leidt tot een daling van de vloerproductiviteit en in de betreffende branche de schaalvergroting doorzet, met als gevolg een lager gemiddelde omzet per m² wvo, is ook op de referentieomzet van wonen een correctie toegepast.

Op basis van de aannames is er tot 2020 een distributieve ruimte van ca. 16.350 tot ruim 26.000 m² wvo voor de woonbranche¹¹.

4.2.2 Doe-het-zelf

Op basis van de branchedefinitie, de demografische gegevens en kengetallen en de kwantitatieve aanbodsituatie is in onderstaande tabel 4.3 een benadering gemaakt voor het toekomstige functioneren van de branche doe-het-zelf. Op basis van de verhouding tussen de subregionale en landelijke gemiddelde omzet per m² wvo is hieruit een mogelijke distributieve ruimte ingeschat.

Tabel 4.3 Benadering toekomstig economisch functioneren doe-het-zelf

	2020
Aantal inwoners subregio Son en Breugel	317.515
Bestedingen per hoofd (€)	209
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	66,4
Koopkrachtbinding	88% - 92%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	58,4-61,1
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	10%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	6,5-6,8
Totale besteding (€ mln.)	64,9-67,9
Huidig wvo (m ²)	46.477
Omzet per m ² wvo (€)	1.395-1.460
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo) ¹²	1.372
Uitbreiding (m ²)	825 – 3.000

Op basis van de aannames is er tot 2020 een distributieve ruimte van ca. 850 tot 3.000 m² wvo voor de doe-het-zelf branche. Rekening houdende met Hornbach (circa 9.000 m² wvo bouwmarktgedeelte, daarnaast is er een tuincentrumdeel en een drive-in)), blijft er geen distributieve ruimte over.

4.2.3 Tuincentra

Op basis van de branchedefinitie, de demografische gegevens en kengetallen en de kwantitatieve aanbodsituatie is in de onderstaande tabel 4.4 een benadering gemaakt voor het toekomstige functioneren van de branche tuincentra. Op basis van de verhouding tussen de subregionale en landelijke gemiddelde omzet per m² wvo is hieruit een distributieve ruimte ingeschat.

¹¹ In eerdere versies van dit rapport lag deze uitbreidingsruimte bijna 8.000 m² wvo lager omdat volgens de Locatus-gegevens de omvang van de Ikea veel groter was dan achteraf gebleken is.

¹² Omdat een daling van de bestedingscijfers doorgaans ook leidt tot een daling van de vloerproductiviteit en in de betreffende branche de schaalvergroting doorzet, met als gevolg een lager gemiddelde omzet per m² wvo, is ook op de referentieomzet van doe-het-zelf een correctie toegepast.

Tabel 4.4 Benadering toekomstig economisch functioneren tuincentra

	2020
Aantal inwoners subregio Son en Breugel	317.515
Bestedingen per hoofd (€)	69
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	21,9
Koopkrachtbinding	88% - 92%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	19,3-20,2
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	10%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	2,1-2,2
Totale besteding (€ mln.)	21,4-22,4
Huidig wvo (m²)	28.515
Omzet per m² wvo (€)	750-785
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo) ¹³	701
Uitbreiding (m²)	3.050 – 3.200

Op basis van de aannames is er tot 2020 een distributieve ruimte van ruim 3.000 m² wvo voor de branche tuincentra. Zodra het aandeel m² wvo tuin van de geplande Hornbach in Best hiervan wordt afgetrokken (ca. 2.500 m² wvo overdekt en verwarmbaar), blijft er theoretisch een bescheiden distributieve ruimte over van maximaal ca. 700 m² wvo. We moeten hierbij wel de kanttekening plaatsen dat het tot voor kort gebruikelijk was een veel lager landelijk gemiddelde vloerproductiviteit te hanteren (toen gebaseerd op HBD omzetkengetallen). Uitgaande van bijvoorbeeld € 550,- komt de uitbreidingsruimte uit op ca. 10.400 a 12.200 m² wvo.

4.2.4 Sport

Op basis van de branchedefinitie, de demografische gegevens en kengetallen en de kwantitatieve aanbodsituatie is in de onderstaande tabel 4.6 een benadering gemaakt voor het toekomstige functioneren van de branche sport. Op basis van de verhouding tussen de subregionale en landelijke gemiddelde omzet per m² wvo is hieruit een mogelijke distributieve ruimte ingeschat.

¹³ Omdat een daling van de bestedingscijfers doorgaans ook leidt tot een daling van de vloerproductiviteit en in de betreffende branche de schaalvergroting doorzet, met als gevolg een lager gemiddelde omzet per m² wvo, is ook op de referentieomzet van tuin (€ 520 per m² wvo) een correctie toegepast.

Tabel 4.5 Benadering huidig en toekomstig economisch functioneren sport

	2020
Aantal inwoners subregio Son en Breugel	317.515
Bestedingen per hoofd (€)	76
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	24,1
Koopkrachtbinding	93% - 95%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	22,4-22,9
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	35% - 40%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	12,1-15,3
Totale besteding (€ mln.)	34,5-38,2
Huidig wvo (m²)	27.151
Omzet per m² wvo (€)	1.275-1.425
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo) ¹⁴	1.413
Uitbreiding (m² wvo)	-

Op basis van de aannames is er tot 2020 geen distributieve ruimte voor de sport branche.

4.2.5 Fitness

Er zijn, kijkende naar het reeds ruime aanbod aan fitnesscentra afgezet tegen het aantal inwoners, weinig mogelijkheden voor nieuw fitnessaanbod in Son en Breugel. Landelijk is een opvallende professionalisering en een toenemende ketenvorming zichtbaar in de branche. In Son en Breugel zijn het daarentegen voornamelijk lokale ondernemers die een moderniserings- en professionaliseringsslag hebben gemaakt. Kwaliteitsverbetering van het fitnessaanbod is in Son en Breugel in beperkte mate gewenst in het laagdrempelige en prijsvriendelijke budget-segment. Met versterking van dit aanbod biedt de gemeente Son en Breugel in totaliteit goede keuzemogelijkheden voor de lokale bevolking. Dat betekent dat eventuele kwaliteitsverbetering de komende jaren bij voorkeur moet voortkomen uit de bestaande zaken; door gevestigde ondernemers dan wel overname of verplaatsing van zaken.

Een gemoderniseerd laagdrempelig fitnesscentrum met beperkte faciliteiten en een verhoudingsgewijs laag prijsniveau, bijvoorbeeld als verplaatsing van een bestaande zaak, moet in Son en Breugel in staat zijn om voldoende aantrekkingskracht uit te oefenen op (nieuwe) fitnessconsumenten. Zij moet(en) zich bij voorkeur (her)vestigen op een goed bereikbare locatie in Son en Breugel, waarbij de spreiding in aanbod in het oog gehouden wordt. Door vestiging nabij reeds bestaande winkelveorzieningen of een leisurecluster kan tevens de parkeercapaciteit ter plekke efficiënter worden benut; fitnessbezoekers komen vaak in de ochtend- of avonduren. Omdat de beoogde locatie op Ekkersrijt goed bereikbaar is en een fitnesscentrum hier een belangrijke functie vervult voor de mede-

¹⁴ Omdat een daling van de bestedingscijfers doorgaans ook leidt tot een daling van de vloerproductiviteit en in de betreffende branche de schaalvergroting doorzet, met als gevolg een lager gemiddelde omzet per m² wvo, is ook op de referentieomzet van sport een correctie toegepast.

werkers op het bedrijventerrein behoort de verplaatsing van een bestaand fitnesscentrum naar deze locatie tot de mogelijkheden.

4.2.6 Horeca

Er zijn, kijkende naar het reeds bestaande magere horeca aanbod afgezet tegen het aantal inwoners, mogelijkheden voor nieuw horeca aanbod in Son en Breugel. In het kader van trends en ontwikkelingen zou dit voor Ekkersrijt kunnen betekenen dat horeca kan bijdragen aan het versterken van het bestaande detailhandelsaanbod. Een vervlechting zou hierbij mogelijk kunnen zijn, zoals een winkel met een horecapunt gecombineerd.

4.3 Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het tevens van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

5. MOGELIJKHEDEN EN EFFECTEN

5.1 Marktmogelijkheden

Wonen

In dit onderzoek is aangegeven dat voor de branche wonen in de regio Son en Breugel, Eindhoven, Best en Veldhoven naar de toekomst toe theoretisch een zeer aanzienlijke distributieve ruimte aanwezig is voor een uitbreiding van het aanbod. Deze ruimte is ruimschoots voldoende voor de per saldo maximale toevoeging van 5.550 m² wvo. De woonbranche is altijd al sterk conjunctuurgevoelig geweest, en heeft het de afgelopen jaren bijzonder moeilijk gehad. Met het aantrekken van de economie en vooral ook de woningmarkt zijn de voortuitzichten momenteel echter weer gunstig. De consumptieve bestedingen aan woninginrichting en daarmee de omzet van de woonwinkels is in 2015 ook al fors toegenomen¹⁵. Desalniettemin mag verwacht worden dat een deel van de winkels die zich qua assortiment niet onderscheiden, verouderd zijn en/of op slechte locaties zijn gelegen, de komende jaren verdwijnen. Daar staat tegenover dat er bestaande woonwinkelketens zijn die (weer) expansief zijn en er ook nieuwe buitenlandse spelers tonen interesse in vestiging in Nederland.

Het is in dit licht van groot belang meer waarde te hechten aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen dan aan de kwantitatieve aspecten. Een van die kwalitatieve aspecten is een versterking van de aanbodstructuur door concentratie van woonwinkels. Op deze wijze kunnen de winkels profiteren van elkaars aantrekkingskracht, gezamenlijk promotie doen, etc. Vooral in de woonbranche is kijken en vergelijken voor de consument belangrijk, met name omdat het vaak om relatief hoge aanschafkosten gaat. Afgaande op de door Van der Loo verstrekte informatie bestaat er vanuit de markt ook een ruime belangstelling voor vestiging van woonwinkels op Ekkersrijt. Het feit dat er nu al tijdelijk twee winkels in de betreffende panden gevestigd zijn, bevestigt dit ook. Het verdient wel de aanbeveling om zo veel als mogelijk in te zetten op de vestiging van nieuwe woonwinkels die door aard, omvang en/of marktsegment waar men zich op richt, een toegevoegde waarde voor Ekkersrijt als woonboulevard hebben en daarnaast op verplaatsing van regionaal aanbod.

Overige branches

In dit onderzoek is aangegeven dat in meerdere andere branches in de regio Son en Breugel, Eindhoven, Best en Veldhoven naar de toekomst toe in principe voldoende distributieve ruimte aanwezig is voor een uitbreiding van het aanbod in het themacentrum Ekkersrijt. Voor de branche doe-het-zelf wordt deze ruimte echter al ingevuld door de geplande Hornbach in Best en dat geldt ook voor de tuinbranche. Desalniettemin past aanbod in de sfeer van doe-het-zelf en tuin wel in het kernthema van het home & living-

¹⁵ Zie onder meer NRW Retail Facts & Figures Q1 en Q2

center en van een uitbreiding van dit aanbod in kwalitatieve zin een versterking van het thema betekenen. Veel zal daarbij afhangen van de aard van de uitbreiding.

Naar de toekomst toe is geen distributieve ruimte voor een grootschalige nieuwe detailhandelsvestiging in de branche sport op bedrijventerrein Ekkersrijt aan te geven.

Gezien bovenstaande en de plannen van Van der Loo voor een invulling met woonwinkels, schat BRO de kans dat er de komende jaren winkels in een van de genoemde branches op deze locatie zullen komen als klein in. Een vestiging past echter wel in het profiel van Ekkersrijt en is onder voorwaarden in het themacentrum mogelijk.

Fitness

Son en Breugel beschikt afgezet tegen het inwonertal over een bovengemiddeld aantal fitnesscentra. Enige versterking van het aanbod kan gezocht worden in het toevoegen van aanbod in het laagdrempelige en prijsvriendelijke budget-segment. Dit zou echter bij voorkeur voort moeten komen uit de bestaande zaken (overname/verplaatsing). De locatie op Ekkersrijt is hiervoor gezien de bereikbaarheid en de functie voor aanwezige werknemers in principe geschikt.

Horeca

Son en Breugel beschikt afgezet tegen het inwonertal over een beneden gemiddeld aantal horecapunten. Horeca van ondersteunende aard op locatie Ekkersrijt kan een toevoeging zijn voor de beleving en het verblijfsklimaat van het winkelgebied. Met ondersteunend wordt hier bedoeld dat de horeca van dien aard is dat het een aanvulling is op de bestaande detailhandel. In het kader van trends en ontwikkelingen zou het mogelijk zijn een combinatie winkel/horeca te creëren.

5.2 Meerwaarde en effecten

5.2.1 Meerwaarde

Functionele en kwalitatieve opwaardering woonboulevard

Voor veel woonboulevards geldt dat de omvang en samenstelling van het aanbod niet meer goed aansluit bij de vraag vanuit de consument (te monofunctioneel, onduidelijke profilering, te weinig keuzemogelijkheden). Mede hierdoor krijgt brancheverbreiding op de traditionele woonboulevards langzamerhand steeds meer gestalte. Formules zoals Media Markt en BCC, maar ook grootschalige sportwinkels zoals megastores van Intersport, Topshelf, Telstar of Decathlon duiken steeds vaker op in de periferie. De brancheverbreiding is eveneens een ontwikkeling die voor een verbetering van de positionering van Ekkersrijt als top themacentrum met een zeer ruim verzorgingsgebied (geheel oostelijk Noord-Brabant en Noord- en Midden-Limburg) wordt ingezet.

Om de positie van Ekkersrijt in regionaal verband te behouden en te versterken, is er voor gekozen de woonboulevard verder door te ontwikkelen richting een 'Home & Living-centrum'. Hiervoor zijn nieuwe winkelmeters toegevoegd (o.a. modernisering meubelplein), maar is vooral ook een kwalitatieve opwaardering uitgevoerd. Het gebied kan nog meer identiteit krijgen door verbetering van de kwaliteit en segmentering van het aanbod. Uitbreiding met kwalitatief passend woonaanbod op de betreffende locatie zorgt voor een verdere opwaardering van de woonboulevard en voorziet daarmee in de Regionale detailhandelsvisie en de gemeentelijke visie (Structuurvisie).

Toename aantrekkingskracht

Landelijk functioneren momenteel eigenlijk alleen de grootste woonboulevards zoals Breda en Utrecht goed. Dit komt voornamelijk door de combinatie van trekkers (met name Ikea), veel keuzemogelijkheden, goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden. Met de toevoeging van extra woonwinkels worden de keuzemogelijkheden in het kernassortiment van het home en livingcentrum toe, en daarmee ook de aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht van Ekkersrijt als themacentrum. De bereikbaarheid van Ekkersrijt (en de vestigingslocatie) is door de aanleg van de nieuwe afrit aan de A50 uitstekend en dit draagt er mede aan bij dat de regiofunctie van Ekkersrijt zal kunnen toenemen, waardoor het functioneren van de winkelvoorzieningen wordt versterkt. Bovendien neemt de verblijfsduur in het winkelgebied bij een uitbreiding van het woonaanbod toe, evenals de hoeveelheid combinatiebezoeken tussen de verschillende aanwezige (soorten) winkels.

Bronpunt voor bezoek Ekkersrijt

De locatie Van der Loo omvat veel buitenruimte voor de panden en hierdoor kan een ruim aanbod aan parkeergelegenheid gerealiseerd worden. Bezoekers van de nieuwe winkels zullen hier gebruik van kunnen maken, maar door de ligging van de locatie aan een van beide entrees van woonboulevard Ekkersrijt zal de parkeerplaats wellicht een ruimere functie krijgen. De vestigingslocatie sluit namelijk rechtstreeks aan op de bestaande bewinkeling aan de hoofdverkeersader en heeft een zichtrelatie met het vernieuwde Meubelplein, de Media Markt en het complex Jysk/Leolux/Gamma. Verwacht mag worden dat er een sterke wisselwerking zal ontstaan met de daar aanwezige winkels. De locatie zal daarmee waarschijnlijk ook een functie als bronpunt krijgen: een plek waar de bezoekers van een winkelgebied hun bezoek beginnen en eindigen.

Versterking uitstraling entree

Een transitie van de betreffende bedrijfspanden naar winkels zal een belangrijke bijdrage leveren aan een verhoging van de uitstraling van het winkelgebied Ekkersrijt. De bezoeker moet nu vanaf de nieuwe afslag immers eerst langs een stuk bedrijventerrein alvorens bij de winkels te komen.

5.2.2 Effecten

Wonen

Een eventuele invulling van de betreffende locatie met woonaanbod past zeer goed in het thema 'Home & Living' en kan bijdragen aan het vergroten van de keuzemogelijkheden voor de consument. In deze zin draagt dit bij aan de versterking van Ekkersrijt als tophemacentrum op dit gebied, zoals onder meer beoogd is in de regionale detailhandelsvisie en het Masterplan 2015. Daar staat tegenover dat er al zeer veel woonaanbod op Ekkersrijt aanwezig is. Een invulling van de locatie wordt daarom vooral voorzien met regionale verplaatsers of nog niet in de regio aanwezige formules. Dit zal met name resulteren in interne verschuivingen binnen de regio (verdere clustering in de grotere themacentra). Op regionaal niveau zullen de effecten op de detailhandelsstructuur beperkt zijn, ook gezien de per saldo ruime uitbreidingsmogelijkheden. Wel zal de concurrentie voor omringende grotere perifere winkelgebieden zoals in Waalwijk, 's-Hertogenbosch, Tilburg, Oss en Uden toenemen. Wij wijzen er echter op dat voor al deze perifere clusters plannen bestaan voor een uitbreiding van het aanbod al of niet in combinatie met een verbetering van de winkelomgeving.

Overige branches

De marktomstandigheden in de branche doe-het-zelf zijn het laatste jaar wel verbeterd, maar de verwachtingen zijn nog slechts gematigd optimistisch en bovendien zal binnenkort in Best een vestiging van Hornbach openen. Een eventuele nieuwe bouwmarkt op Ekkersrijt zou de concurrentie aan moeten gaan met deze en de al op Ekkersrijt gevestigde bouwmarkten. Het is gezien de marktsituatie niet uitgesloten dat er een of meerdere zaken als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen bij een uitbreiding van het aanbod op Ekkersrijt zullen verdwijnen.

Ekkersrijt kent momenteel slechts een zeer beperkt tuinaanbod en aangezien dit een integraal onderdeel van het thema 'Home & Living' is, zal een uitbreiding een bijdrage kunnen leveren aan de versterking van het themacentrum. Van negatieve effecten op de rest van de woonboulevard is daarom geen sprake. Dit geldt ook voor de regionale detailhandelsstructuur. Het pand op de beoogde locatie is in de huidige vorm echter niet geschikt voor huisvesting van een tuincentrum.

Markttechnisch is er geen marktruimte in de sportbranche aan te geven, mede omdat de grootschalige sportzaak Decathlon in Best is gevestigd. Eventueel in combinatie met een fitnesscentrum zou de vestiging van een grootschalige sportzaak de woonboulevard een multifunctioneler karakter kunnen geven, de keuzemogelijkheden vergroten en een sterke trekker kunnen zijn. Effecten van een dergelijke uitbreiding van het aanbod zullen zich vooral voordoen op ander (grootschalig) sportaanbod in de regio.

Son en Breugel heeft al een ruim fitnessaanbod. Enige versterking kan gezocht worden in het toevoegen van aanbod in het laagdrempelige en prijsvriendelijke budget-segment.

Dit zou echter bij voorkeur voort moeten komen uit de bestaande zaken (overname/verplaatsing). De locatie op Ekkersrijt lijkt hiervoor gezien de bereikbaarheid en de functie voor aanwezige werknemers geschikt.

Met betrekking tot horeca bestaat marktruimte. In het kader van de richting die Ekkersrijt op gaat als themacentrum op het gebied van 'Home & Living', zou het toevoegen van horeca kunnen bijdragen een hogere belevingswaarde en aantrekkelijker verblijfsklimaat. De horeca dient dan ook een ondersteunende functie voor de bestaande detailhandel op Ekkersrijt te hebben.

5.3 Ladder voor duurzame verstedelijking

In z'n algemeenheid wordt steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'¹⁶.

Deze ladder omvat de volgende stappen:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">a) "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte;b) 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;c) 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 eerste stap in deze ladder is dat er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte. Hierbij kan het gaan om zowel kwantitatieve als kwalitatieve aspecten¹⁷.

¹⁶ Eerder ook wel SER-ladder genoemd.

¹⁷ Bron: Nota van Toelichting bij het besluit, p. 49-51 (Staatsblad 2012, 388).

5.3.1 Actuele regionale behoefte

Het gaat om een stedelijke ontwikkeling, omdat het om een detailhandelsontwikkeling gaat (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen).

Kwantitatief en kwalitatief

Voor wat betreft de eerste trede moet op basis van onderhavige rapportage geconstateerd worden dat er distributieve ruimte in Son en Breugel en omgeving voor uitbreiding van het aanbod in de branche wonen aanwezig is. Het mogelijk maken van een vestiging in deze branche voorziet daarmee in kwantitatieve zin in beperkte mate in een actuele regionale behoefte. In kwalitatieve zin speelt het initiatief in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van doelgericht en thematisch aankopen doen (o.a. schaalvergroting, gemak, veel keuzemogelijkheden voor de consument). De belangstelling voor vestiging vanuit de markt onderstreept dit ook.

De versterking van Ekkersrijt als themacentrum home & living past behalve in het lokale en regionale beleid ook in de ambities van de Brainport-regio om de regionale economie te versterken. Dit uit zich in het streven naar een regionaal voorzieningenniveau dat excelleert. Aansluitend op de Brainport-gedachte moet Ekkersrijt uitgroeien tot één van de belangrijkste perifere winkelbestemmingen van ons land. Een verdere versterking van het woonaanbod is dan ook gewenst zodat de consument als het ware niet meer om Ekkersrijt heen kan bij aankopen gerelateerd aan het thema wonen. Door ruimtelijke clustering van deze zaken op Ekkersrijt wordt zowel de consument als de marktpartijen helderheid geboden en wordt een (verdere) versnippering van perifere winkelontwikkelingen voorkomen. Bovendien worden de interne ruimtelijke structuur en de externe presentatie van het winkelgebied verder verbeterd. Het initiatief draagt zo gezien bij aan een versterking van de (boven)regionale verzorgingsfunctie van Ekkersrijt en aan een versterking van de (boven)regionale detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging.

5.3.2 Tweede trede

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

Volgens de meest recente locatus-gegevens¹⁸ staan er in de subregio 4 winkelpanden van 1.600 m² wvo of meer leeg, waarvan 1 in Son en Breugel en 3 in Eindhoven. Het pand in de Piazza van 1.750 m² wvo is niet geschikt voor een woonzaak aangezien het midden in het centrum van Eindhoven ligt. Het pand Ruysdaelbaan 33 met een omvang van 2.000 m² wvo ligt op perifeer cluster Kanaaldijk. Een woonzaak daar zou passen binnen het huidige profiel van dit cluster. Een grootschalige woonzaak in dit pand zal echter de positie van Ekkersrijt verzwakken, wat vanuit de structuur en beleidsmatig oogpunt onwenselijk is. Het pand Stadionplein 2 te Eindhoven van 2.158 m² wvo ligt in de plint van het PSV-stadion. Een woonzaak op deze locatie is vanuit de structuur bezien onwenselijk. Het grootste leegstaande pand in de regio is Ekkersrijt 4115D van 2.511 m² wvo. Dit pand is geschikt voor het huisvesten van een woonzaak. In het kader van de berekende uitbreidingsruimte blijft er in theorie nog genoeg marktruimte over, waardoor twee woonzaken mogelijk zijn.

Los van het feit dat BRO geconstateerd heeft dat er belangstelling vanuit de markt is voor de vestiging op Ekkersrijt van winkels passend binnen het thema, kan beargumenteerd worden dat een versterking als winkelgebied van de directe omgeving van het Meubelplein juist bijdraagt aan de verhuurbaarheid van panden in het Meubelplein zelf. Het Meubelplein komt immers meer centraal binnen het winkelgebied te liggen en mag daardoor meer combinatiebezoekers verwachten.

In de gehele Metropoolregio staan er nog eens 4 winkelpanden leeg (2 in Helmond, 1 in Veghel en 1 in Sint Oedenrode). Geen van deze panden is echter qua omvang, locatie of vorm geschikt om een grootschalige woonwinkel te huisvesten.

De omzeteffecten buiten het home & livingcenter zullen zich vanwege het grote verzorgingsbereik van Ekkersrijt spreiden over een zeer groot gebied met vele aanbieders. Het is daardoor onwaarschijnlijk dat er rechtsreeks door de uitbreiding bestaande zaken verdwijnen, maar er kunnen wel zaken verdwijnen door een combinatie met andere, meer autonome factoren (bijvoorbeeld leeftijd ondernemer, ongunstige locatie winkel, etc.). Zou er hierdoor al enige extra leegstand ontstaan, dan zal het gaan om een enkele winkel en dus zullen de gevolgen voor de omgevingskwaliteit normaliter gering zijn. Van onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat zal dan geen sprake zijn. Daar staat tegenover dat een aantrekkelijker Ekkersrijt een positieve bijdrage levert aan dit klimaat.

Het is echter niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand aanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders enige leegstand zal ontstaan. Omdat het hierbij vrijwel altijd om bedrijfspanden op bedrijventerreinen zal gaan, waar bestemmingsplanmatig ook andere bedrijvigheid dan detailhandel is toegestaan is, is de kans op structurele onaanvaardbare leegstand klein. Verder zal het veelal gaan om ongunstig, bijvoorbeeld solitair gelegen en of verouderde winkels. Van

¹⁸ Peildatum 2015.

duurzame negatieve effecten op de omgevingskwaliteit zal daarom waarschijnlijk geen sprake zijn.

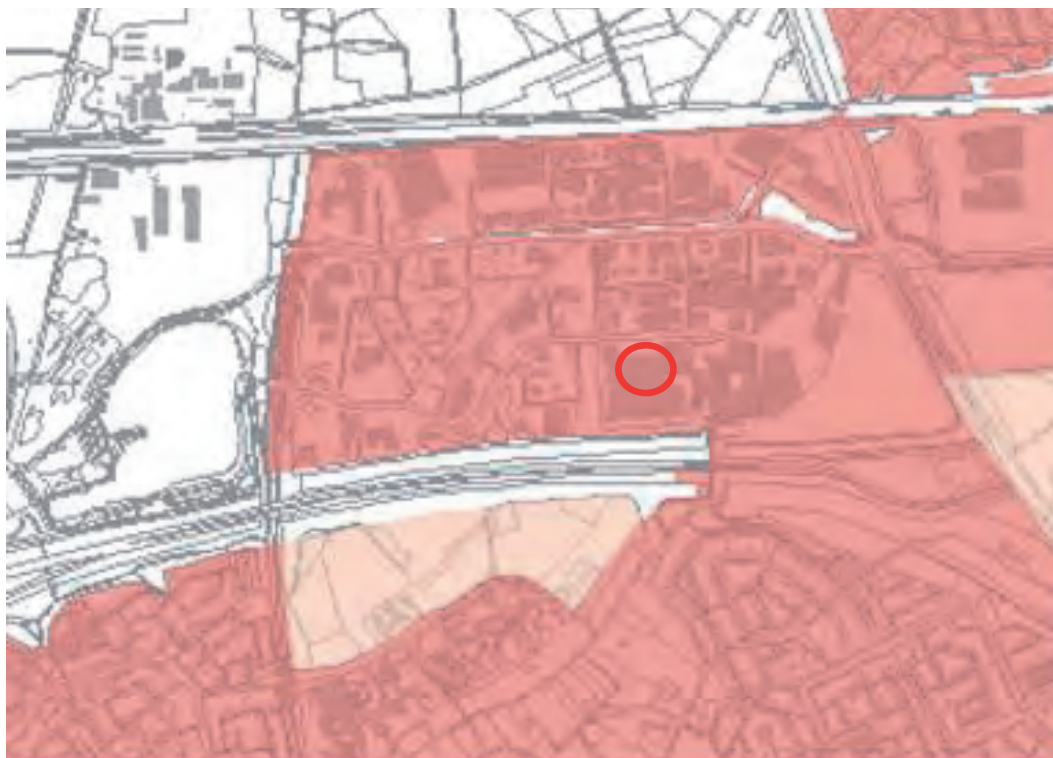
Het is op voorhand uiteraard niet uit te sluiten dat er eventueel op termijn nu reeds in het home & livingcenter gevestigde winkels gaan verplaatsen naar de nieuwe winkelruimte. Dat kan elders in het themacentrum tot leegstand leiden. Gezien de economische opleving en de verhoging van de aantrekkelijkheid van het gehele themacentrum door de nieuwe ontwikkeling, mag verwacht worden dat er belangstelling voor vestiging op Ekersrijt zal blijven bestaan, en dat de leegstand slechts van tijdelijke aard zal zijn, voorop gesteld dat er sprake is van marktconforme huurniveaus.

Tenslotte gaat het bij het initiatief om een functionele transformatie van een bestaand gebouw. Door de upgrading van het gevelbeeld is er ook sprake van een positieve bijdrage aan de omgevingskwaliteit.

5.3.3 Derde trede

Trede 3 van de Ladder is niet aan de orde omdat de locatie in stedelijk gebied ligt (zie navolgende figuur).

Figuur 5.1 Bestaand stedelijk gebied



BIJLAGEN

Bijlage 1: Omschrijving branches

Wonen

Voor de afbakening van het aanbod met betrekking tot wonen maken wij voor dit onderzoek gebruik van de volgende subbranches uit de indeling van Locatus voor de branche Wonen.

• Babywoonwinkel	• Verlichting
• Slaapkamer/Bed	• Parket/Laminaat
• Keukens	• Keukens/Badkamers
• Meubelen	• Woninginrichting
• Woonwarenhuis	• Woningtextiel
• Oosterse Tapijten	• Tegels
• Zonwering	• Woondecoratie

Doe-het-zelf

Voor de afbakening van het aanbod met betrekking tot doe-het-zelf maken wij voor dit onderzoek gebruik van de volgende subbranches uit de indeling van Locatus voor de branche Doe-Het-Zelf.

• Bouwmarkt	• Breedpakket
• IJzerwaren & Gereedschap	• Verf/Behang
• Bouwmateriaal	• Deur/Kozijn
• Hout	

Sport

Voor de afbakening van het aanbod met betrekking tot sport maken wij voor dit onderzoek gebruik van de volgende subbranches uit de indeling van Locatus voor de branche Sport & Spel.

• Buitensport	• Watersport
• Sportzaak	• Sport Speciaal
• Ruitersport	• Hengelsport

Tuincentra

Voor de afbakening van het aanbod met betrekking tot tuin maken wij voor dit onderzoek gebruik van de subbranche 'tuincentra' uit de indeling van Locatus² voor de branche Plant & Dier.

Horeca

Voor de afbakening van het aanbod met betrekking tot horeca maken wij voor dit onderzoek gebruik van de volgende subbranches uit de indeling van Locatus voor de branche horeca.

• Café	• Hotel
• Koffiehuis	• Hotel-Restaurant
• Coffeeshop	• IJssalon
• Discotheek	• Lunchroom
• Seks/Nachtclubs	• Pannenkoeken
• Fastfood	• Café-Restaurant
• Bezorg/halen	• Restaurant
• Grillroom	• Partycentrum
• Horeca Overig	

Fitness

Voor de afbakening van het aanbod met betrekking tot fitness maken wij voor dit onderzoek gebruik van de Locatus branche fitness.

Bijlage 2: Overzicht aanbod wonen (sub)regio

Gemeente	Inwoners	Babywoonwinkel		Slaapkamer/Bed		Meubelen		Woonwarenhuis		Woningtextiel	
		vkp*	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo
Best	28.615	-	-	1	597	3	6.943	-	-	2	17.080
Eindhoven	220.920	4	4.678	15	8.856	23	20.027	2	5.371	15	4.745
Geldrop-Mierlo	38.855	1	85	3	2.512	1	3.039	-	-	2	315
Helmond	89.255	3	630	5	4.884	8	10.869	4	9.630	9	5.630
Nuenen Ca	22.620	1	45	2	340	1	8.000	-	-	3	375
Oirschot	17.980	-	-	-	-	2	1.080	-	-	1	125
Schijndel	23.360	-	-	2	765	4	4.469	-	-	3	609
Sint-Oedenrode	17.935	-	-	1	550	1	200	-	-	1	200
Son en Breugel	16.235	1	4.520	6	5.689	15	31.074	5	35.344	3	3.180
Veghel	37.465	-	-	5	3.976	3	2.541	-	-	4	1.806
Veldhoven	44.155	1	3.900	1	320	4	4.618	2	4.696	3	1.117
MRE	557.395	11	13.858	41	28.489	65	92.860	13	55.041	47	35.182
Subregio *	309.925	6	13.098	23	15.462	45	62.662	9	45.411	24	26.122

Bronnen: Locatus (februari 2015) en CBS (februari 2015). Voor Son en Breugel is een correctie toegepast o.b.v. Locatus najaar 2015 omdat de omvang van de Ikea bij de laatste meting van Locatus met 8.250 m² wvo meting is teruggebracht ten opzichte van de eerdere inschatting.

* Onder de naam 'Divers' zijn de subbranches Keukens, Keukens/Badkamers, Badkamers, Tegels, Verlichting, Parket/Laminaat, Oosters Tapijt, Zonwering, Woondecoratie en Woninginrichting gecombineerd. Het aantal en de individuele omvang van de verkooppunten in deze subbranches zijn gering.

* vkp = verkooppunten

* MRE = Metropoolregio Eindhoven

* Subregio = Best, Eindhoven, Son en Breugel en Veldhoven

Bijlage 3: Overzicht aanbod doe-het-zelf (sub)regio

Gemeente	Inwoners	Bouwmarkt		Bouwmateriaal		Deur/Kozijn		Verf/behang	
		vkp*	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo
Best	28.615	1	6.149	2	1.874	2	190	1	240
Eindhoven*	220.920	5	19.577	3	225	5	374	7	2.000
Geldrop-Mierlo	38.855	2	3.135	1	45	3	288	2	140
Helmond	89.255	4	11.689	1	995	2	145	4	1.170
Nuenen Ca	22.620	1	2.450	-	-	1	50	2	190
Oirschot	17.980	1	2.658	-	-	1	150	1	85
Schijndel	23.360	1	2.950	1	80	3	260	2	213
Sint-Oedenrode	17.935	2	2.900	-	-	-	-	-	-
Son en Breugel	16.235	2	7.140	-	-	1	100	-	-
Veghel	37.465	2	6.696	1	200	1	200	3	657
Veldhoven	44.155	1	6.090	1	25	1	120	2	311
MRE*	557.395	22	71.434	10	3.444	20	1.877	24	5.006
Subregio *	309.925	9	38.956	6	2.124	9	784	10	2.551

Bronnen: Locatus (februari 2015) en CBS (februari 2015)

* Onder de naam 'Divers' zijn de subbranches Breedpakket, Hout en IJzerwaren & gereedschappen gecombineerd. Het aantal en de individuele omvang van de verkooppunten in deze subbranches zijn gering.

* vkp = verkooppunten

* MRE = Metropoolregio Eindhoven

* Subregio = Best, Eindhoven, Son en Breugel en Veldhoven

* Eindhoven: Hierbij is rekening gehouden met 50% aandeel doe-het-zelf van de praxis megastore & tuin.

Bijlage 4: Overzicht aanbod tuincentra (sub)regio

Gemeente	Inwoners	vkp	Tuincentra
			m² wvo
Best	28.594	1	5.000
Eindhoven*	220.782	2	9.880
Geldrop-Mierlo	38.854	1	2.500
Helmond	89.346	4	9.050
Nuenen Ca	22.596	2	6.000
Oirschot	17.989	2	2.200
Schijndel	23.360	1	486
Sint-Oedenrode	17.944	1	300
Son En Breugel	16.241	-	-
Veghel	37.550	1	6.800
Veldhoven	44.136	4	13.635
MRE*	557.392	19	55.851
Subregio *	309.753	7	28.515

Bronnen: Locatus (februari 2015) en CBS (februari 2015)

* vkp = verkooppunten

* MRE = Metropoolregio Eindhoven

* Subregio = Best, Eindhoven, Son en Breugel en Veldhoven

* Eindhoven: Hierbij is rekening gehouden met 50% aandeel tuincentra binnen de praxis megastore & tuin.

Bijlage 5: Overzicht aanbod sport (sub)regio

Gemeente	Inwoners	Buitensport		Sportzaak		Sport Speciaal		Divers*		Totaal Sport	
		vkp*	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo	vkp	m² wvo
Best	28.615	1	2.021	1	5.230	2	157	4	1.685	8	9.093
Eindhoven	220.920	5	5.930	13	7.886	17	2.014	-	-	35	15.830
Geldrop-Mierlo	38.855	2	608	3	530	-	-	-	-	5	1.138
Helmond	89.255	-	-	4	1.748	4	249	2	173	10	2.170
Nuenen Ca	22.620	-	-	1	200	-	-	1	1.500	2	1.700
Oirschot	17.980	-	-	1	130	-	-	1	550	2	680
Schijndel	23.360	2	17.476	-	-	-	-	1	150	3	17.626
Sint-Oedenrode	17.935	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
Son en Breugel	16.235	-	-	-	-	1	117	-	-	1	117
Veghel	37.465	-	-	2	960	2	560	1	86	5	1.606
Veldhoven	44.155	-	-	3	1.007	2	85	3	1019	8	2.111
MRE*	557.395	10	26035	28	17.691	28	3.182	13	5.163	79	52.071
Subregio *	309.925	6	7951	17	14.123	22	2.373	7	2.704	52	27.151

Bronnen: Locatus (februari 2015) en CBS (februari 2015)

*Onder de naam 'Divers' zijn de subbranches Ruitersport, Hengelsport en Watersport gecombineerd. Het aantal en de individuele omvang van de verkooppunten in deze subbranches zijn gering.

* vkp = verkooppunten

* MRE = Metropoolregio Eindhoven

* Subregio = Best, Eindhoven, Son en Breugel en Veldhoven

Bijlage 6: Overzicht aanbod horeca (sub)regio

Gemeente	Inwoners	Fastfood	Lunchroom	Café-Restaurant	Restaurant	Divers *	Totaal
		vkp*	vkp	vkp	vkp	vkp	vkp
Best	28.615	9	3	3	9	19	43
Eindhoven	220.920	99	59	30	161	273	622
Geldrop-Mierlo	38.855	15	5	7	16	36	79
Helmond	89.255	40	17	14	31	77	179
Nuenen Ca	22.620	5	2	9	13	10	39
Oirschot	17.980	7	2	5	18	23	55
Schijndel	23.360	10	1	5	10	19	45
Sint-Oedenrode	17.935	8	3	9	9	12	41
Son en Breugel	16.235	6	4	3	8	9	30
Veghel	37.465	15	5	13	16	29	78
Veldhoven	44.155	13	7	7	29	33	89
MRE*	557.395	227	108	105	320	540	1.300
Subregio *	309.925	127	73	43	207	334	784

Bronnen: Locatus (februari 2015) en CBS (februari 2015)

* Onder de naam 'Divers' zijn de subbranches Café, Koffiehuis, Coffeeshop, discotheek, Seks/Nachtclub, Bezorg/Halen, Grillroom, Hotel, Hotel-Restaurant, IJssalon, Pannenkoeken, Partycentrum en Horeca Overig gecombineerd. Het aantal en de individuele omvang van de verkooppunten in deze subbranches zijn gering.

* vkp = verkooppunten

* MRE = Metropoolregio Eindhoven

* Subregio = Best, Eindhoven, Son en Breugel en Veldhoven

Bijlage 7: Overzicht leegstand Son en Breugel en omgeving

Adres	Nummer	Gemeente	m² wvo
Ekkersrijt	4115D	Son En Breugel	2.511
Stadionplein	2	Eindhoven	2.158
Ruysdaelbaan	33	Eindhoven	2.000
Piazza	64	Eindhoven	1.750
Hurksestraat	44	Eindhoven	1.219
Winkelcentrum Woensel	114	Eindhoven	1.175
Heuvel Galerie	24	Eindhoven	1.050
Willemstraat	31A	Eindhoven	1.021
Brussellaan	2	Eindhoven	1.000
Woenselse Markt	16	Eindhoven	958
Piazza	27	Eindhoven	931
Ekkersrijt	4007	Son En Breugel	874
Hugo Van Der Goeslaan	4	Eindhoven	800
Joris Minnestraat	4	Eindhoven	800
Vestdijk	34	Eindhoven	724
Kloosterdreef	47	Eindhoven	695
Aalsterweg	137	Eindhoven	688
Geldropseweg	63	Eindhoven	673
Kromstraat	28	Veldhoven	650
Johannes Buijslaan	48	Eindhoven	650

Adres	Nummer	Gemeente	m² wvo
Stadionplein	5	Eindhoven	625
Nieuwe Fellenoord	12	Eindhoven	620
Marconilaan	6	Eindhoven	600
Winkelcentrum Woensel	275	Eindhoven	512

Bron: Locatus, peildatum oktober 2014 (Ekkersrijt), april 2015 (Eindhoven).

Bijlage 8: Trends en ontwikkelingen branches

Bouwmarkten

- Bouwmarkten maken een kwaliteitsslag door het introduceren van verschillende nieuwe producten en concepten. Voorbeelden zijn vestigingen van verhuurder Boels bij Praxis, shop-in-shops van Bosch en de verkoop van verschillende designproducten. Daarnaast gaat ook de beleving een grotere rol spelen. Dit uit zich in de vestiging van horecaformule La Place in een bouwmarkt in Amsterdam en productdemonstraties.
- Bouwmarkten zijn vaak, zeker in grotere verzorgingsgebieden, geclusterd gevestigd, maar kunnen ook solitair functioneren.
- Er is een toenemende interesse in vestiging van zeer grootschalige bedrijven met een regionaal verzorgende functie. De Hornbachformule vraagt bijvoorbeeld al 15.000 tot ruim 20.000 m² voor een bouwmarkt en tuincentrum onder één dak. Ook de Duitse bouwmarktformule Bauhaus oriënteert zich op de Nederlandse markt. Er wordt ook gewerkt aan vestigingen in Groningen, Venlo en Hengelo.
- Steeds vaker betreden buitenlandse ketens de Nederlandse doe-het-zelfmarkt (Hornbach, Bauhaus). Over het algemeen wordt dit door consumenten als waardevol beschouwd, deze krijgen immers meer keuzemogelijkheden.
- Ook de bouwmarkten gaan zich segmenteren. De Intergamma-formule Karwei gaat zich bijvoorbeeld meer richten op decoratieve artikelen, terwijl Gamma de constructieve formule blijft.
- Het marktaandeel van de bouwmarkten is de laatste jaren verder gegroeid, terwijl het aantal speciaalzaken en breedpakketzaken terugloopt. Deze zaken staan onder druk en moeten op zoek naar niches in de markt.
- Het onderscheid tussen professioneel toeleverende zaken en het reguliere aanbod gericht op de consument neemt af. Enerzijds richten bouwmarkten zich meer op levering aan aannemers en kleine zelfstandigen, terwijl anderzijds de professionele toeleveranciers hun assortiment verbreden, showrooms inrichten en aparte balies maken voor particulieren. Hierdoor vervaagt de grens tussen detailhandel en groothandel.
- De omzetten in de doe-het-zelfbranche zijn de laatste jaren fors gedaald. In heel 2013 was sprake van een omzetsdaling van circa 7% voor de doe-het-zelfzaken. Het aantal winkels is in 2015 teruggelopen naar 2.830 (t.o.v. 2.933 in 2013). De opkrabbelende huizenmarkt heeft een positief effect op de doe-het-zelf sector. Naar verwachting zal de omzet in de doe-het-zelf sector stabiliseren.
- Kijken we naar de toekomst dan zal ook de vergrijzing (ouderen klussen minder) en ontgroening (minder jongeren die zelfstandig gaan wonen en minder jonge gezinnen) gevolgen hebben voor de doe-het-zelfbranche. In het landelijk gebied heeft dit grotere effecten dan in stedelijke milieus.
- Internetaanbieder Bol.com heeft sinds 2013 doe-het-zelfartikelen in haar productassortiment. Ook deze sector maakt de stap naar het internet. In de huidige situatie is het aandeel internetverkoop nog erg laag (circa 1,5%). Ook de bouwmarktorganisaties zelf beginnen met internetverkoop.

- De effecten op het bestaande aanbod na vestiging van een grootschalige bouw- en tuinmarkt zijn beperkt. Uit eigen analyse blijkt dat het aanbod in de meeste gevallen redelijk stabiel blijft na vestiging van een Hornbach in Nederland (zie tabel 1.1 in bijlage 2). In sommige gevallen is het aanbod zelfs na komst van Hornbach toegenomen. Vooral de kleinschalige doe-het-zelf winkels (breedpakketzaken) ondervinden nadelige effecten. De bouwmarkten reageren in sommige gevallen juist op de komst van een nieuwe grootschalige bouw- en tuinmarkt door het aanbod te vernieuwen.

Tuincentra

- De belangstelling van consumenten voor de tuin is de laatste jaren groter geworden en blijft groot. Tuincentra spelen in op deze toenemende belangstelling door zich steeds breder en vernieuwend te presenteren. Tuincentra hebben bijvoorbeeld steeds vaker een uitgebreid assortiment aan kerst- en paasartikelen. De verkoop hiervan wordt ook gebruikt om de seizoensafhankelijkheid te verminderen.
- De onderlinge concurrentie tussen de tuincentra neemt toe. In Nederland zijn de laatste jaren verschillende tuincentraformules opgekomen, waarvan Intratuin en GroenRijk de grootste zijn (circa 50 vestigingen). Hiernaast is ook een aantal tuincentraformules te noemen met minder dan 20 vestigingen, zoals Life & Garden, Overvecht, Coppelmans, Tuinwereld, Aveve Plus, Garden Master, Ranzijn en Groengilde.
- Tuinartikelen worden steeds vaker verkocht door grootschalige winkels in andere branches. Zo hebben de bouwmarkten Hornbach en Praxis Megastore een tuinafdeling van ca. 3.000 – 4.000 m² bvo, maar ook reguliere bouwmarkten steken in het seizoen sterk in op tuinhout en perkgoed. Ook bij IKEA is het aanbod in de branche plant & dier aanzienlijk en dit wordt in het nieuwe winkelconcept nog prominenter neergezet. Maar ook kwekerijen en tuinderijen (in het buitengebied) gaan steeds vaker hun producten direct aan de consument verkopen.
- Naast de concurrentie met bouwmarkten wordt ook de concurrentie met boerenbondachtigen steeds scherper. De winkelformules Boerenbond en Welkoop leveren een totaalassortiment op het gebied van het buitenleven: tuin, dier, functionele werken buitenkleding, kampeerartikelen, doe-het-zelf artikelen voor de buitenklus en seizoensartikelen.
- Dibevo (dierenbenodigdheden en -voeding) is steeds vaker onderdeel van het assortiment van tuincentra, ook wordt er via het bouwmarkt- en supermarktkanaal dierbenodigdheden en -voeding verkocht. Ruim de helft van de bestedingen aan dierbenodigdheden en -voeding komt terecht bij dierenspeciaalzaken en tuincentra met een dierenafdeling. De supermarkt, die vooral diervoeding verkoopt, heeft een marktaandeel van rond de 25% in de totale omzet voor dierbenodigdheden en -voeding. Het marktaandeel van de dierenspeciaalzaken en tuincentra is gestegen ten koste van de supermarkten.
- Uit cijfers van het HBD blijkt dat de gemiddelde omvang (m² wvo) van dierenspeciaalzaken, Dibevo XL-formules en 'agrarische' winkels in de afgelopen jaren is toegenomen. Dierenspeciaalzaken komen in vergelijking met de andere typen winkels in

dibevo relatief veel voor in hoofdwinkelcentra en wijk- en buurtcentra. De dibevo XL-formules, tuincentra en 'agrarische' winkels zitten juist veel op perifere locaties.

- Tuincentra met een moderne schaalgrootte (indicatief vanaf ca. 7.500 m² wvo binnenruimte) zijn niet alleen lokaal verzorgend, maar trekken ook klanten van verder weg. De ondernemingen geven minder dan voorheen de voorkeur aan een solitaire vestiging. Een antwoord op de verwachte verdere expansie van met name de bouwmarkten-annex-tuincentra kan dan ook gevonden worden in samenwerking in de vorm van vestiging van bouwmarkten nabij een tuincentrum of andersom. Uit de praktijk blijkt dat deze winkeltypen elkaar kunnen versterken: beiden zijn gericht op aankopen voor 'in en om het huis'. Tuincentra richten zich meer op vrouwen en bouwmarkten meer op mannen. Daar waar beide winkels bij elkaar liggen, kan het koopmoment van beide partijen gecombineerd worden.

Wonen

- *Clustering & kritische massa* - In het koopgedrag ten aanzien van woninginrichtingsartikelen is kijken en vergelijken een belangrijk element. Het gaat namelijk vaak om de aanschaf van duurdere artikelen. De consument is daarom bereid om grotere afstanden af te leggen en bezoekt vaak meerdere woonwinkels en woonboulevards. Door clustering van woonwinkels kan ingespeeld worden op dit consumentengedrag. Om zich qua aantrekkingskracht te kunnen meten met PDV of PDV/GDV clusters elders in Nederland is dan ook voldoende kritische massa noodzakelijk. Een zo compleet mogelijk aanbod is dan uiterst belangrijk. Belangrijke elementen hierin zijn niet alleen een breed, maar zeker ook een diep aanbod, een goede mix tussen landelijk opererende grootwinkel- en filiaalbedrijven en lokale ondernemers én een vertegenwoordiging van alle marktsegmenten, variërend van prijsvriendelijk over middenplus tot hoogwaardig.
- *Designachtige winkels* - Een ander element is het vestigen van meer designachtige winkels en meer gespecialiseerde winkels op woonboulevards, bijvoorbeeld op het vlak van woondecoratie. Ook verscheiden gevestigde modewinkels zetten met brandstores een nieuwe stap en ontwikkelen een woninginrichtingassortiment. Dergelijke winkels zijn overwegend kleinschalig en deels richten zij zich op het hogere marktsegment. Een probleem is wel dat deze duurdere zaken zich vaak willen onderscheiden van het doorsnee aanbod en daarom juist niet op woonboulevards willen zitten. Dit neemt echter niet weg dat het wel kan. Mogelijke winkelformules zijn Sissy Boy Homeland, Esprit Home, Diesel, Armani Casa, Leolux, etc.
- *Multifunctionele concepten* - Echter, clustering van woonwinkels sec is vaak niet voldoende. In veel nieuwe concepten wordt meer en meer ingespeeld op de integraliteit en vervlechting van functies. Van monofunctionele naar multifunctionele concepten. Winkels worden steeds vaker gecombineerd met horeca, vermaak, vrijetijdskoncepten, cultuur, dienstverlening, etc. Deze ontwikkeling naar meer beleving en smaak (genieten en ervaren) biedt ook PDV en GDV-locaties de kans om hun onderscheidend vermogen te vergroten. Door functiemenging wordt ingespeeld op de wensen

van de consument inzake beleving, sfeer en attractiviteit, uiteraard met als uiteindelijke doel de verblijfsduur op de locatie te verlengen.

- *Indirecte synergie met bouwmarkten/tuincentra* - De combinatie van bezoek tussen bouwmarkten & tuincentra (niet-keuzegevoelige artikelen) enerzijds en woonwinkels (duurdere, laagfrequent gekochte artikelen) anderzijds wordt niet zozeer gelegd op het bezoekmoment. Dat is voor de branches nogal wisselend. Combinatiebezoeken an sich vinden dan ook maar beperkt plaats. Clustering van dergelijke winkels leidt wel tot meer herhalingsbezoeken op andere momenten en dus indirecte synergie. De woonwinkels zijn in staat klanten (ook van verder weg) te lokken, wat gunstig is voor de bouwmarkten en tuincentra. De bouwmarkten en tuincentra zijn bezoekintensiever, wat zorgt voor meer levendigheid en een positieve invloed op de beeldvorming van de locatie. Dat is op zijn beurt weer gunstig voor de woonwinkels.
- *Nieuwe perifere branches* - Op PDV-clusters (zoals de woonboulevards) is steeds meer aanbod verkrijgbaar buiten het gebruikelijke (PDV) assortiment. In de markt ontwikkelen zich, buiten de traditionele (PDV) branches, winkelformules van soms 5.000 m² wvo en meer met een zeer breed en compleet assortiment in o.a. bruin- & witgoed, rijwielen en sport & spel.
- *Randvoorwaarden locatie* - Vooral de voortgaande schaalvergroting gaat veelal gepaard met het zoeken naar betere (ruimtelijk, financieel) locaties. Belangrijke (ruimtelijke) randvoorwaarden voor het te realiseren PDV en/of GDV cluster zijn een goede bereikbaarheid (bijvoorbeeld nabij de autosnelweg), een goede zichtlocatie, een gunstige ligging ten opzichte van het consumentenpotentieel (achterland) en een gunstige ligging ten opzichte van de binnenstad zodat de kans op combinatiebezoeken wordt gemaximaliseerd. De druk is momenteel in de Nederlandse retailmarkt groot om locaties uit te zoeken die zeer kort ontsloten zijn op de autosnelwegen (zie Roermond, maar ook Zoetermeer, Utrecht, etc.).
- *Ruimer referentiekader* - Door o.a. de toenemende mobiliteit is het referentiekader van de consument de laatste jaren ruimer geworden. Als gevolg hiervan stelt hij/zij niet alleen hogere eisen aan de functionele aspecten (aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheden, prijsstelling, multifunctionaliteit, etc.) van PDV locaties, maar zeker ook aan de interne (winkelinrichting, uitstraling) én de externe (omgevingskwaliteit, compactheid, ruimtelijke samenhang, (centraal) parkeren bij voorkeur vlak voor de deur, etc.) verschijningsvorm.
- *Toename internationale formules* - In Nederland komen steeds meer internationale formules op het gebied van in/om huis. Formules als Ikea, Hästens zijn al jaren bekend, maar er duiken steeds meer formules op, zoals Eggo, Chateau d'Ax en Istikbal. Laatstgenoemde formule staat bekend als de Ikea van Turkije.
- *Shop-in-shop* - In de branche wonen wint het shop-in-shop concept aan populariteit. Zo zijn in het woonwarenhuis Morres in Hulst (recent overgenomen door de Mandemakers Groep) filialen van Grando Keukens en Bo Concept te vinden. Ook thema-centra als WoonZe in Apeldoorn, Vesta in Groningen en de Havenaer in Nijkerk zijn opgezet volgens het shop-in-shop principe.

Sport

- Ondernemers in de sportdetailhandel hadden de afgelopen jaren last van dalende omzetten en tegenvallende resultaten. Toch is de omzet in 2013 ten opzichte van 2012 in de sport- en kampeerbranche licht gestegen. Zo is de gemiddelde omzet per winkel gestegen van € 520.000 in 2012 naar € 538.000 in 2013¹⁹. Ook is de omzet per m² wvo met ruim 1% toegenomen tussen 2012 en 2013.
- In 2013 bedroeg het aandeel van de internetverkopen binnen de sportbranche circa 10 à 15% (inclusief internetaankopen bij fysieke winkels)²⁰. Het aandeel internetverkopen zal de komende jaren naar verwachting toenemen tot boven de 30%, waarvan circa 25% puur online zal zijn²¹. Het puur online aandeel komt dan uit op circa 7,5 à 10% in 2025, terwijl dat in 2013 circa 2,5 à 4% was.
- In de sportbranche wordt het marktaandeel van grote winkelketens steeds groter. Er lijkt steeds minder ruimte te zijn voor kleine zelfstandige winkels, tenzij zij zich weten te positioneren met een specialisme (niche), persoonlijke aandacht, service en deskundigheid.
- Daarbij komt dat op niet al te lange termijn veel zelfstandige ondernemers met pensioen gaan en hun winkel zullen sluiten. De gemiddelde leeftijd van ondernemers in de detailhandel lag in 2010 al op 45 jaar en daarmee vijf jaar boven de gemiddelde leeftijd van de Nederlander. Veel retailers stammen uit de babyboomgeneratie. Meer dan 35% van de ondernemers is 50+. Uit eerder onderzoek van CBW-MITEX bleek dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wilde stoppen. Opvolgers voor deze groep zijn nauwelijks te vinden. Het uitblijven van opvolging zal terug te vinden zijn in minder exploitabele winkelmeters in 2020²².
- Toch zijn er ook positieve signalen voor de sportspecialzaken. Veel zaken hebben op de lokale markt een stevige positie. Verwevenheid met het lokale verenigingsleven is in veel gevallen hun levensader.
- Uit overzichten in Sportfocus 2013 blijkt dat de bestedingen aan sportartikelen in Nederland in vergelijking met andere Europese landen laag zijn. Dit duidt er op dat een toename van die bestedingen mogelijk is. Het feit dat de landelijke overheid sportdeelname wil stimuleren, kan hier ook aan bijdragen.

Fitness

- Fitnesscentra zijn nog steeds in ontwikkeling, zo is een deel uitgegroeid tot multifunctionele bewegingscentra maar zijn er ook budget-ondernemingen, fitnesscentra die zich op specifieke doelgroepen richten of bijvoorbeeld 24 uren centra.
- Fitness wordt steeds meer aangeboden op andere plekken dan in de reguliere fitnesscentra, bijvoorbeeld in hotels, op scholen, bij bedrijven of fysiotherapiepraktijken.
- Ondanks dat er op steeds meer plaatsen sprake is van een verdringsmarkt, zijn er nog steeds groeikansen voor bedrijven die basisfitness aanbieden.

¹⁹ Detailhandel. info

²⁰ Bron: HBD, bestedingen en marktaandelen in de sportbranche.

²¹ Sportfocus 2013, dynamiek en turbulentie, HBD, 2013.

²² Bron: Onderzoek Retail 2020, Re'Structure; CBWMITEX (thans Inretail), november 2010.

- Veel bedrijven hebben het financieel zwaar en hebben moeite om het hoofd boven water te houden. Daar het binnenhalen van nieuwe klanten door de scherpe concurrentie en prijsdruk moeilijker is geworden, komt er meer nadruk te liggen op klantbehoud en het vinden van nieuwe doelgroepen.
- Dalende lidmaatschapskosten maken dat luxe centra meer waarde moeten creëren.
- Fitnessbedrijven zouden minder productgericht moeten denken en meer belevingsgericht.
- Er is sprake van een toenemende ketenvorming, met voorbeelden als Basic Fit, Fit for Free en Health City.

Horeca

- De horecamarkt is sterk verzadigd. Consumenten hebben veel keus en kiezen/boeken daardoor op het laatste moment.
- De impact van reviews en social media op de keuze van consumenten wordt steeds groter. Horecabezoek gaat vaak via mond-op-mond-reclame en is erg gevoelig voor waardeoordelen.
- De concurrentie neemt toe, waardoor de prijzen onder druk komen te staan. Er is sprake van een toename in de horecabestedingen (groeimarkt), echter zorgt de concurrentie er voor dat het resultaat voor horecaondernemers per saldo gelijk blijft.
- Ook begrippen als beleving en emotie worden steeds belangrijker in het horecalandschap. Vooral het middensegment heeft te leiden onder de zware concurrentie. Consumenten zoeken de uitersten op. Dit biedt kansen voor unieke horecaconcepten.
- Schaalvergroting en ketenvergroting spelen net als in de detailhandel ook in de horeca een belangrijke rol.
- Steeds vaker ontstaan een vervlechting tussen horeca- en detailhandelsfuncties. Dit betekent dat branchevreemde activiteiten plaatsvinden. Brancheervaging neemt dus ook in de horeca toe.